

«I giudizi dei viaggiatori? Ecco il team che stana i falsi»

Kaufer, presidente di TripAdvisor: in 350 a caccia di disonesti



Leggere bene i voti e le motivazioni Pulizia, tranquillità e gentilezza contano più di belle posate e tv satellitare



Il personaggio

di **Fabio Cavaleri**
DAL NOSTRO CORRISPONDENTE

LONDRA Stephen Kaufer, americano di Boston, ha rivoluzionato il nostro modo di viaggiare perché il suo TripAdvisor, il sito che ha inventato e creato, è un passaggio ormai obbligato prima di partire per una qualsiasi meta o mettere piede in un ristorante. È stata geniale l'idea di dare a tutti noi l'opportunità di votare il luogo che visitiamo o la struttura che frequentiamo, ma il dubbio che alcuni dei commenti di entusiasmo o di bocciatura, a disposizione di chi apre le pagine di TripAdvisor, siano ispirati da interessi privati anziché da valutazioni obiettive è un tarlo che non si riesce a eliminare. Il pericolo è concreto: dietro a un giudizio a volte si camuffa la volontà di favorire l'amico o di ostacolare il concorrente. Come neutralizzare gli imbroglioni?

Di passaggio a Londra, nella sede di Soho Square, il 54enne

Stephen Kaufer chiarisce un concetto di base. Che poi è la filosofia che lo ispira dal febbraio 2000 quando «turista per caso» si concentrò sulla missione di rendere più ragionevole la nostra scelta itinerante. Una parola: «Fiducia». Ovvero: «Se attraverso Internet o attraverso l'applicazione per smartphone e tablet ogni persona ha la possibilità di dare consigli utili al viaggiatore, è chiaro che dobbiamo fidarci della sua serietà e onestà».

Ciò non elimina il pericolo potenziale. E allora le contromisure escogitate per smascherare i furbetti diventano essenziali. Ne va della credibilità. Stephen Kaufer lo ha chiaro sin dall'inizio della sua impresa. Laureato ad Harvard in scienze informatiche, sedici anni fa, stava consultando con la moglie le offerte per una vacanza in Messico. «La domanda banale che ci ponevamo era: ma che cosa ne pensa, degli alberghi e dei ristoranti, la gente che è già andata lì?». E così, per sfida, nacque TripAdvisor, il «Consulente del viaggio». Quattro persone e quattro milioni di dollari di investimento iniziale, garantiti

da un fondo privato. Oggi i dipendenti della società sono 3.100. Un gioiello quotato alla Borsa di New York, valore 12 miliardi di dollari. Presente in 48 mercati e in 28 lingue. Quartieri generali a Boston, Londra e Singapore. Una platea sconfinata di «visitatori unici» del sito: 350 milioni in un mese. Ogni minuto 230 contributi, vale a dire 230 commenti che si aggiungono a un archivio di 320 milioni di recensioni su quasi 2 milioni di hotel e case vacanze sparsi nel globo, su 4 milioni di ristoranti e su 775 mila attrazioni. Se vuoi sapere dove vai a finire e come ti tratteranno, qui trovi le risposte. L'applicazione di TripAdvisor è stata scaricata 350 milioni di volte. Un record. Siamo tutti coinvolti, tutti viaggiatori attivi e partecipi.

Ma torniamo alla domanda: dobbiamo fidarci? Non sono mancate le contese legali nel passato. Stephen Kaufer elenca gli «antidoti». Che sono tre. «Primo: i proprietari delle strutture recensite hanno la possibilità di rispondere alle valutazioni. Nell'85 per cento dei casi lo fanno. TripAdvisor è un servizio per il turista, ma



lo è anche per l'industria del turismo. Secondo: gli algoritmi del sistema sono capaci di individuare ed eliminare gli interventi in malafede». E terzo? «La nostra squadra di detective». Trecentocinquanta persone che ventiquattr'ore su ventiquattro sono a caccia di coloro che scambiano TripAdvisor per un'arena di insulti. Esperti di tecnologie e di sicurezza che inseguono i professionisti del discredito. Il monitoraggio dei disonesti non può fermarsi mai.

L'Italia è una fetta importante del business tecno-vacanziero di TripAdvisor. Americani, inglesi, tedeschi e russi, ora anche gli asiatici, passano dal sito quando si tratta di sbarcare nel nostro Paese. Il trentacinque per cento del «mercato travel» in Italia è condizionato da Stephen Kaufer e da TripAdvisor. Ecco la ragione per cui ha da poco introdotto il sistema di prenotazione istantanea che consente di procedere direttamente con le strutture prescelte senza abbandonare il sito.

Una curiosità: e Stephen Kaufer lascia i suoi commenti quando viaggia? Sempre, ma in forma anonima. «Rischierei di condizionare le scelte dei turisti». Il consiglio per utilizzare TripAdvisor? «Leggere con attenzione i voti e le motivazioni. Spesso il punteggio varia per piccoli dettagli insignificanti». Per esempio: se si è in vacanza, alla televisione satellitare si può rinunciare. E a colazione le posate d'argento non servono. «Contano tranquillità, pulizia, comodità e gentilezza». Il che non è sinonimo di cinque stelle. Ma lo è di risparmio. E divertimento.

Al vertice

Stephen Kaufer, 54 anni, ha cofondato TripAdvisor nel 2000 con la missione di aiutare i viaggiatori di tutto il mondo a pianificare la vacanza perfetta

L'azienda

● TripAdvisor nasce nel 2000 con quattro persone e

quattro milioni di dollari di investimento iniziale, garantiti da un fondo privato. Oggi i dipendenti sono 3.100

● La società è quotata alla Borsa di New York, con un valore di 12 miliardi di dollari. È presente in 48 mercati e in 28 lingue e ha quartieri generali a Boston, Londra e Singapore. I «visitatori unici» del sito sono 350 milioni in un mese