

Impatto di Airbnb sul mercato tradizionale degli affitti.

Caratteristiche dei diversi tipi di affitti offerti da Airbnb in
base alla localizzazione sul mercato nazionale.



Politecnico di Torino

Dipartimento di Ingegneria Gestionale e della Produzione

Relatrice:

Prof.ssa Laura Rondi

Candidata:

Federica Drago

11 Dicembre 2019

Alla mia mamma e al mio papà.

Indice

1	Introduzione	9
1.1	Sharing Economy	9
1.1.1	Definizione	9
1.1.2	Passato versus presente	10
1.1.3	Caratteristiche	12
1.1.4	Impatti negativi	15
1.1.5	Impatti Positivi	17
1.1.6	Studio empirico sul consumo collaborativo [4]	17
1.1.7	Misurazione del successo e fonti di ricavo	20
1.1.8	Conclusione	21
1.2	Overviews su Airbnb	22
1.2.1	Introduzione	22
1.2.2	Storia	22
1.2.3	Funzionamento	23
1.2.4	La missione e il vantaggio competitivo	25
1.2.5	L’algoritmo di ricerca	27
1.2.6	I competitors [7]	28
1.2.7	La strategia vincente	30
1.2.8	Business Model Canvas	32
1.2.9	Conclusioni	34
1.3	Regolamentazione Italiana su affitti a breve termine	35
1.3.1	Contratti di locazione nel lungo periodo	35
1.3.2	Contratti di locazione nel breve periodo	36
1.3.3	Regolamentazione piattaforme online	37
2	Letteratura	39
2.1	“The Rise of the Sharing Economy: Estimating the Impact of Airbnb on the Hotel Industry [11]”	39
2.2	“The High Cost of Short-Term Rentals in New York City [12]”	41
2.3	“Airbnb Usage Across NY City Neighborhoods: Geographic Patterns and Regulatory Implications [13]”	44
2.4	“The welfare effects of peer entry in the accommodation market: the case of Airbnb [14]”	48
2.5	“Efficiencies and regulatory shortcuts: how should we regulate companies like Airbnb and Uber? [15]”	50
2.6	“The Visible Host: Does Race guide Airbnb rental rates in San Francisco? [16]”	54

2.7	“Does Airbnb Disrupt the Private Rental Market? An Empirical Analysis for French Cities [17]”	56
2.8	“The Sharing Economy and Housing Affordability: Evidence from Airbnb [18]”	59
2.9	“The Battle for Homes: How Does Home Sharing Disrupt Local Residential Markets? [19]”	61
2.10	“Airbnb and Rents: Evidence from Berlin [20]”	63
2.11	“Is Home Sharing Driving Up Rents? Evidence from Airbnb in Boston [21]”	64
2.12	“Do short-term rent platforms affect rents? Evidence from Airbnb in Barcelona [22]”	66
2.13	“Do Airbnb properties affect house prices? [23]”	68
3	Analisi descrittive: Airbnb e il mondo degli affitti tradizionali	70
3.1	Descrizione dati	70
3.1.1	Descrizione dati Airbnb	70
3.1.2	Descrizione dati OMI	73
3.1.3	Descrizione match dati OMI e dati Airbnb	74
3.2	Analisi Airbnb	75
3.2.1	Domanda e offerta Airbnb	75
3.2.2	Tipologia inserzioni	79
3.2.3	Tipologia host	82
3.2.4	Numero medio di notti per prenotazione	85
3.3	Analisi zone OMI	87
3.3.1	Suddivisione città per zone OMI e calcolo del numero di immobili	87
3.4	Match Airbnb, zone OMI ed affitti	92
3.4.1	Inserzioni Airbnb: localizzazione e la sua influenza nelle zone OMI	92
3.4.2	Guadagni a confronto: mercato degli affitti e Airbnb	97
4	Analisi Econometrica	112
4.1	Analisi Econometrica sul mercato tradizionale degli affitti	112
4.2	Analisi Econometrica Airbnb	117
4.2.1	Analisi lato offerta: disponibilità	118
4.2.2	Analisi lato domanda: guadagni	122
4.2.3	Analisi lato domanda: prezzo medio per notte	127
4.3	Analisi Econometrica sull’impatto di Airbnb nel mondo degli affitti	131
5	Conclusioni	138
A	Numero di inserzioni Airbnb	145
B	Confronto guadagni nel mercato degli affitti e Airbnb	166

Elenco delle figure

1.1	Campione dello studio sul consumo collaborativo	19
1.2	Risultati dello studio sul consumo collaborativo	20
1.3	Logo di Airbnb.	32
3.1	Confronto domanda e offerta per tutte le tipologie di inserzioni e per appartamenti interi.	76
3.2	Domanda e offerta di interi appartamenti.	78
3.3	Tipologia inserzioni.	80
3.4	Tipologia inserzioni nel tempo.	81
3.5	Tipologia host.	83
3.6	Numero medio di notti per prenotazione	86
3.7	Calcolo del numero di immobili per zona OMI.	90
3.8	Rapporto tra il numero di inserzioni Airbnb e il numero di immobili totali per zona OMI.	94
3.9	Confronto guadagno locativo medio ed Airbnb: Firenze	101
3.10	Confronto guadagno locativo medio ed Airbnb: Venezia	101
3.11	Confronto guadagno locativo medio ed Airbnb: Milano	102
3.12	Confronto guadagno locativo medio ed Airbnb: Torino	103
3.13	Confronto guadagno locativo medio ed Airbnb: Napoli	103
3.14	Confronto guadagno locativo massimo ed Airbnb: Firenze	104
3.15	Confronto guadagno locativo massimo ed Airbnb: Venezia	105
3.16	Confronto guadagno locativo massimo ed Airbnb: Milano	106
3.17	Confronto guadagno locativo massimo ed Airbnb: Torino	106
3.18	Confronto guadagno locativo massimo ed Airbnb: Napoli	107
3.19	Firenze: Rapporto potenziale Airbnb e locativo massimo.	108
3.20	Venezia: Rapporto potenziale Airbnb e locativo massimo.	109
3.21	Milano: Rapporto potenziale Airbnb e locativo massimo.	110
3.22	Torino: Rapporto potenziale Airbnb e locativo massimo.	110
3.23	Napoli: Rapporto potenziale Airbnb e locativo massimo.	111
4.1	Analisi del mercato tradizionale degli affitti	115
4.2	Analisi Airbnb: Disponibilità	120
4.3	Analisi Airbnb: Guadagni	124
4.4	Analisi Airbnb: Prezzo medio per notte	129
4.5	Analisi sull’impatto di Airbnb nel mercato degli affitti	135
A.1	FIRENZE: numero di tutti i tipi di inserzioni realmente affittati. . . .	146
A.2	FIRENZE: numero di tutti gli appartamenti interi realmente affittati.	147

A.3	FIRENZE: numero di tutti i tipi di inserzioni presenti all'interno della piattaforma.	148
A.4	FIRENZE: numero di tutti gli appartamenti interi presenti all'interno della piattaforma.	149
A.5	VENEZIA: numero di tutti i tipi di inserzioni realmente affittati. . . .	150
A.6	VENEZIA: numero di tutti gli appartamenti interi realmente affittati.	151
A.7	VENEZIA: numero di tutti i tipi di inserzioni presenti all'interno della piattaforma.	152
A.8	VENEZIA: numero di tutti gli appartamenti interi presenti all'interno della piattaforma.	153
A.9	MILANO: numero di tutti i tipi di inserzioni realmente affittati. . . .	154
A.10	MILANO: numero di tutti gli appartamenti interi realmente affittati.	155
A.11	MILANO: numero di tutti i tipi di inserzioni presenti all'interno della piattaforma.	156
A.12	MILANO: numero di tutti gli appartamenti interi presenti all'interno della piattaforma.	157
A.13	TORINO: numero di tutti i tipi di inserzioni realmente affittati. . . .	158
A.14	TORINO: numero di tutti gli appartamenti interi realmente affittati.	159
A.15	TORINO: numero di tutti i tipi di inserzioni presenti all'interno della piattaforma.	160
A.16	TORINO: numero di tutti gli appartamenti interi presenti all'interno della piattaforma.	161
A.17	NAPOLI: numero di tutti i tipi di inserzioni realmente affittati. . . .	162
A.18	NAPOLI: numero di tutti gli appartamenti interi realmente affittati. .	163
A.19	NAPOLI: numero di tutti i tipi di inserzioni presenti all'interno della piattaforma.	164
A.20	NAPOLI: numero di tutti gli appartamenti interi presenti all'interno della piattaforma.	165
B.1	Firenze: confronto guadagni nel mercato degli affitti e Airbnb.	166
B.2	Venezia: confronto guadagni nel mercato degli affitti e Airbnb.	167
B.3	Milano: confronto guadagni nel mercato degli affitti e Airbnb.	168
B.4	Torino: confronto guadagni nel mercato degli affitti e Airbnb.	169
B.5	Napoli: confronto guadagni nel mercato degli affitti e Airbnb.	170

Abstract

Impatto di Airbnb sul mercato tradizionale degli affitti.

Caratteristiche dei diversi tipi di affitti offerti da Airbnb in base alla localizzazione sul mercato nazionale.

Inizio questo mio lavoro di tesi spiegando innanzitutto gli argomenti che andrò ad analizzare, sviluppare e valutare, illustrando poi la suddivisione che ho dato a tale lavoro. La stesura affronterà due tipi di analisi.

La prima pone il focus sul mercato dell'affitto "tradizionale" di lungo periodo e sugli affitti (di breve termine per la maggior parte) offerti dalla piattaforma Airbnb; quindi si studierà come l'ingresso di questa piattaforma ha impattato e se ha portato alla trasformazione del mercato tradizionale degli affitti. Inoltre si affronterà anche il fenomeno della localizzazione; ovvero la scelta dei diversi tipi di affitti offerti dalla piattaforma nelle diverse zone di una determinata città. Si porrà l'attenzione sia sulle zone centrali che su quelle periferiche e si cercherà di capire come queste influenzano la scelta del tipo di affitto. Per fare un esempio, chi dispone di un appartamento in una zona molto turistica e centrale sicuramente sarà più propenso a rivolgersi alla piattaforma Airbnb; mentre se si dispone di un alloggio in una zona periferica si potrebbe preferire offrire un affitto nel lungo termine. Quindi si analizzerà e cercherà di comprendere la caratteristica degli affitti in una zona piuttosto che in un'altra.

In un secondo momento si svolgeranno delle analisi econometriche con lo scopo di andare sia di analizzare i due mercati singolarmente (Airbnb e gli affitti) ed in seguito di andare a quantificare invece l'impatto dell'incremento dell'intensità d'uso di Airbnb nelle varie zone delle città sul prezzo dell'affitto.

Tutte le analisi saranno testate analizzando un campione di cinque città italiane di interesse e nello specifico Firenze, Venezia, Milano, Torino e Napoli. Questo perché in Italia tali argomenti sono ancora molto immaturi e nuovi rispetto ad altri paesi del mondo, dove si trovano già i primi studi a riguardo.

Il lavoro sarà organizzato in cinque macro-capitoli.

Il primo capitolo, l'introduzione, è formato a sua volta da tre sotto sezioni; la prima tratterà il nuovo fenomeno emergente della sharing economy che servirà da input per l'intero studio, seguirà una descrizione generale della piattaforma di interesse Airbnb, ed infine si pone un breve sguardo sulla regolamentazione che concerne gli affitti di lungo e breve termine in Italia e le nuova regolamentazione che interessa le piattaforme online.

Il secondo capitolo invece, espone la lettura al momento presente, sulla piattaforma di Airbnb. Occorre sottolineare che stiamo trattando un argomento ancora acerbo, nato da poco e che non porta dietro di sé ancora molti studi, soprattutto in Italia; si vedrà infatti come tali studi riguardino esclusivamente paesi non italiani.

Il terzo capitolo, invece, inizia ad essere più analitico e descriverà inizialmente quelli che saranno i dati usati per l'intero studio affrontato; dopodiché seguiranno delle analisi di tipo descrittivo su Airbnb (come ad esempio domanda e offerta della piattaforma, tipologia di host presenti e tipologie di inserzioni). Spostando lo sguardo lato mercato degli affitti tradizionali invece, verrà presentata una suddivisione delle cinque città per le loro zone OMI ed ognuna di questa sarà quantificata dal punto di vista del numero di immobili presenti.

Fatto ciò, si uniranno questi due mondi (Airbnb con il mercato degli affitti) e si valuterà *quanto* e *dove* la piattaforma sia più sviluppata rispetto al numero di immobili presenti in una determinata zona della città. Infine si farà un confronto dal punto di vista economico, per vedere se sia più profittevole disporre il proprio alloggio all'interno di questa nuova piattaforma oppure nel mondo tradizionale degli affitti.

Nel quarto capitolo invece, si affronteranno le analisi econometriche sopra citate.

Mentre il quinto ed ultimo capitolo è quello dedicato alle conclusioni di questo lavoro di tesi.

Capitolo 1

Introduzione

1.1 Sharing Economy

1.1.1 Definizione

Una delle molteplici definizioni di sharing economy, riportata dall'Oxford dictionary, è la seguente: “Un sistema economico in cui beni o servizi sono condivisi tra individui privati, gratis o a pagamento, attraverso Internet”.

La sharing economy, o anche detta l'economia della condivisione, è uno dei nuovi modelli economici che si sono affermati negli ultimi anni e che sta sempre di più modificando i nostri metodi di consumo, emersa come una valida alternativa al soddisfacimento di una varietà di esigenze dei consumatori. Nasce negli Stati Uniti intorno al 2008 fino ad avere un picco nel 2013 anche in Europa e più in generale uno sviluppo a livello globale. La letteratura ha attribuito diversi nomi alternativi e diverse definizioni a questo fenomeno, come economia della condivisione, economia collaborativa, economia digitale, economia circolare, economia peer-to-peer; ciò è dovuto alla complessità di attribuire una definizione precisa e univoca a questo nuovo metodo di scambio diretto. Viene definita anche come un'economia fondata sui “mercati fra pari”, con modelli di business basati sull'accessibilità. Il mondo ha assistito ad un forte aumento e penetrazione dell'economia della condivisione. Lo sviluppo di quest'ultima è stato facilitato in primis dalla nascita delle piattaforme digitali, che fanno da matching tra i due lati del mercato con lo scopo di offrire loro l'opportunità di condividere beni senza implicare nessun trasferimento di proprietà e di mitigare i problemi di coordinamento tra domanda e offerta favorendo la conclusione delle transazioni; in secondo luogo è stato facilitato dalla volontà dei consumatori sempre più disposti all'uso di applicazioni mobili che facilitano modelli di business peer to peer. Con beni condivisibili si intendono quei beni che per loro natura forniscono ai proprietari una capacità in eccesso offrendo quindi l'opportunità di prestare o estendere l'utilizzo dei propri beni ad altri soggetti. La capacità in eccesso di un bene di consumo si ha quando il proprietario non usufruisce del prodotto in modo continuo o quando tale prodotto viene acquistato da un individuo e poi rimane sottoutilizzato. Però bisogna fare attenzione che non tutti i beni con capacità in eccesso possono essere sempre condivisi; per fare ciò occorre che questi abbiano una peculiarità: siano disponibili in un certo tempo e in un certo luogo ad una fetta significativa della popolazione. Gli asset che vengono condivisi, al contrario di quanto avveniva nell'economia tradizionale, non sono di

proprietà dell'azienda/piattaforma ma delle persone che decidono di partecipare a questa economia. La sharing economy infatti, permette a singoli e a gruppi di trarre un profitto grazie all'utilizzo di risorse sottoutilizzate e ci si muove sempre di più verso un'economia in cui queste risorse fisiche sono condivise come servizi, grazie al fatto che la piattaforma riduce i costi di transazione. In altre parole, l'economia della condivisione abbina domanda di beni desiderati all'offerta di risorse o competenze sottoutilizzate nell'economia tradizionale tramite piattaforme intermedie, con l'aiuto di tecnologie digitali; tutto ciò avviene con velocità e efficienza collegando coloro che offrono beni o servizi a coloro che desiderano utilizzarli ed in larga scala; quest'ultima proprietà è una delle innovazioni portate dalla sharing economy.

Il mercato di riferimento della sharing economy è un mercato multi-versante, e per la maggior parte delle volte un mercato bilaterale, in cui sono presenti delle esternalità di rete particolari; ovvero in questi mercati l'utilità del consumatore non dipende solamente dal numero di consumatori facenti parte della stessa parte di mercato, ma l'utilità cresce maggiormente con l'aumentare dei partecipanti dell'altro gruppo; questa viene definita come esternalità incrociata. In questa struttura la piattaforma ha il ruolo regolatore di mercato.

I nuovi modelli economici di condivisione, tra cui la sharing economy, si pensa scaturiscano dalla recessione economica globale avvenuta nel 2008 partita dagli Stati Uniti; ciò non toglie però che siano dovuti anche alla crescente consapevolezza ambientale combinata con l'avvento di Internet e delle tecnologie di comunicazione. Inoltre, si constata che ciò derivi anche dalla forte domanda di cambiamento e al bisogno di risposte efficienti date dalla nascita di nuovi servizi e una riallocazione delle risorse. Ma si può concludere che la crisi economica abbia aperto le porte ad un cambiamento che ha favorito alla nascita della sharing economy.

1.1.2 Passato versus presente

In realtà la tendenza allo scambio e/o alla condivisione di beni non è nuova, ma fino a qualche tempo fa ciò avveniva in modo informale e limitato come ad esempio tra un piccolo gruppo di persone conoscenti e facenti parte di una stessa rete sociale; ma la principale innovazione nel modello di business della sharing economy risiede appunto nello sviluppo delle piattaforme tecnologiche, in particolare di internet, che ha modificato l'organizzazione di questi scambi rendendoli più semplici, veloci ed efficienti tra una molteplicità di individui sconosciuti e senza connessioni in comune. In pratica avviene la condivisione tra "stranieri" che ha come conseguenza un maggior rischio che viene mitigato dalle piattaforme digitali grazie all'uso di valutazioni e reputazione e questo fa sì che lo scambio tra stranieri sia più appetibile. La particolarità di questa nuova economia consiste proprio nel fatto che non professionisti inizino a condividere risorse tra pari presentandosi come nuovi attori sul mercato, e questo prima era concesso solamente a dei monopoli da parte dei soggetti professionali. I protagonisti possono tuttavia invertire i loro ruoli e quindi posizionarsi sia lato offerta e sia lato domanda.

Il concetto di condivisione nel passato era visto principalmente con un'accezione negativa; infatti si parlava de "La tragedia dei beni comuni", termine coniato da Garrett James Hardin nel 1968, dove esistevano beni condivisi del quale chiunque poteva usufruire con costi d'accesso e di mantenimento bassissimi. Questo portava al sovra-utilizzo del bene in comune poiché ogni individuo è portato a guardare il

proprio interesse e ad agire in modo da massimizzare il benessere personale, senza tener conto degli altri ed è proprio in quel momento che avviene la tragedia e la rovina collettiva. Mentre negli anni a venire, il concetto di condivisione cambiò positivamente come ad esempio emerge nel saggio di Elinor Ostrom del 1988, premio Nobel per l'economia, in cui sostiene che l'individuo è in grado di gestire al meglio le risorse e preservarle nel lungo periodo grazie all'auto-organizzazione e questo porta infine ai benefici collettivi. La Ostrom definì otto criteri/regole [1] per riuscire a sostenere una condivisione di risorse efficiente:

1. La definizione dei confini del bene condiviso e degli individui che hanno diritto ad usufruirne, questo per far sì che vengano riconosciuti i meriti a coloro che lavorano per la gestione di tale ben ed avere meno free-riding.
2. Fissare le regole di approvvigionamento e di fornitura del bene comune in base al contesto.
3. Fissare degli accordi sulle regole complessive, come ad esempio il modo in cui devono essere gestite le risorse condivise. Questi accordi hanno la possibilità di essere modificati da coloro che si auto-organizzano in modo tale da poterli adattare alle varie situazioni che si potrebbero presentare e renderle flessibili ai cambiamenti.
4. Fissare un sistema di controllo e responsabilizzare sempre più i membri della collettività.
5. Fissare sanzioni graduate per coloro il quale non rispettino le regole.
6. Fissare un poco costoso e il più chiaro possibile meccanismo di risoluzione delle controversie.
7. Il riconoscimento del diritto di auto-governarsi.
8. L'esistenza di *nested enterprises* ovvero tutti quelli che usufruiscono della risorsa comune occorre che siano organizzati attraverso enti su più livelli oppure strati multipli di imprese.

Nel 2007, anche Russell Belk ha descritto la condivisione come una forma alternativa di distribuzione allo scambio di merci. L'autore ha sottolineato che la condivisione può favorire la comunità, il risparmio di risorse e creare determinate sinergie. Nel 2014 ha pubblicato un documento, "Sei ciò a cui puoi accedere: condivisione e collaborazione consumo online ", in cui ha sottolineato che " la condivisione è un fenomeno vecchio quanto il genere umano, mentre il consumo collaborativo e l'economia della condivisione sono fenomeni nati da Internet". Ha concluso il suo articolo modificando la saggezza precedente, "Sei quello che possiedi", convertendolo in una nuova saggezza, "Sei ciò che condividi". Inoltre, anche Rachel Botsman e Roo Rogers hanno ridefinito il consumo collaborativo come attività che "consente alle persone di realizzare gli enormi vantaggi dell'accesso ai prodotti e servizi sulla proprietà e allo stesso tempo risparmiare denaro, spazio e tempo, fare nuove amicizie e diventare di nuovo cittadini attivi" (Botsman & Rogers, 2010).

1.1.3 Caratteristiche

Oggigiorno, si pensa che questo sia solo l'inizio di un grande cambiamento epocale e sono molteplici le ragioni che hanno portato allo sviluppo delle piattaforme di condivisione e quindi della sharing economy, tra cui: il livello di flessibilità offerto, le basse barriere di entrata che rendono più competitivi i mercati, la diffusione di smartphone e gli sviluppi tecnologici, la crescente fiducia nel digitale, una debole regolamentazione e l'efficienza operativa. Non bisogna trascurare il fatto che nel frattempo anche i valori culturali e sociali si sono trasformati incoraggiando sempre di più il fenomeno. Per ultimo, anche gli aspetti finanziari svolgono senza dubbio un ruolo chiave, infatti, secondo la letteratura, una delle ragioni che incentiva maggiormente alla partecipazione alla sharing economy è quella di ottenere extra profitti da oggetti sottoutilizzati da una parte mentre dall'altra parte quella di risparmiare del denaro grazie alla riduzione dei costi di transazione.

Vengono elencate di seguito i punti chiave dello sviluppo della sharing economy [2]:

- Disponibilità di risorse non utilizzate: vengono rese disponibili creando un valore aggiunto e profitto.
- Disponibilità di mercati locali esistenti da aggregare online-
- Tecnologia mobile: smartphone e tablet hanno dato una grande spinta allo scambio di informazioni e alla sharing economy. Hanno fatto sì che gli utenti diventassero veri protagonisti e non più ricettori passivi di informazioni abilitando la diffusione orizzontale, rapida, decentralizzata e ad un costo più contenuto.
- Sviluppo di tecniche di machine learning e l'internet delle cose: entrambi favoriscono i collegamenti fra cose e/o persone. Inoltre, gli algoritmi di machine learning consentono la discriminazione dei prezzi con un alto grado di precisione.
- L'incremento della familiarità degli utenti con le tecnologie di internet.
- Cambiamento sociale: nascono nuove esigenze da parte dei consumatori, si fa molta più attenzione agli sprechi, si riscopre l'importanza del tempo libero e delle relazioni. Conseguentemente si assiste ad un nuovo approccio al consumo ovvero la soddisfazione dei bisogni non è più generata solo dall'acquisto dei beni ma soprattutto attraverso la ricerca di esperienze.
- La crescente urbanizzazione: la concentrazione di persone che vivono nelle vicinanze ha favorito l'opportunità di scambio ovviamente semplificato anche dal progresso digitale. Da ciò è partita anche una trasformazione degli spazi urbani per far sì che riescano ad accogliere in modo efficiente il fenomeno dell'economia della condivisione.
- L'attenzione all'ambiente: l'obiettivo di ridurre l'impatto ambientale spinge alla condivisione e al riuso.

Più questi fattori sono condivisi ed integrati nella vita quotidiana, maggiore sarà il grado di accettazione della sharing economy nella società. Inoltre, tutti questi

fattori hanno fatto sì che i costi di comunicazione, di coordinamento e di monitoraggio dei comportamenti si abbassasse sempre più. Ci sono inoltre degli elementi sempre presenti nella sharing economy come la forte propensione alla condivisione e all'esistenza di beni che possono essere condivisi, un numero non indifferente di utenti e quindi il raggiungimento della massa critica che una volta superata permette al sistema di auto-sostenersi, la presenza di beni sottoutilizzati e la fiducia tra estranei; quest'ultimo fattore è rilevante poiché è ciò che maggiormente spinge alla partecipazione a questo fenomeno; senza la fiducia verso gli estranei la sharing economy non riuscirebbe ad avere successo.

Oltre alla presenza di risorse sottoutilizzate, senza le quali la sharing economy non esisterebbe nemmeno, lo sviluppo delle nuove tecnologie e la fiducia nel prossimo sono altri due fattori molto rilevanti per lo sviluppo di tale fenomeno, come precedentemente accennato. In primis, internet è stato uno dei fattori moventi la nascita e lo sviluppo dell'economia della condivisione; esso ha attraversato diverse fasi in cui si è assistito all'evoluzione del consumatore. In un primo momento quest'ultimo era passivo e si limitava solo a recepire le informazioni dal web, per poi passare in una seconda fase in cui il fruitore diventa più interagente fino ad arrivare ad essere propositivo nei confronti del web. Affianco ad internet si sono sviluppate anche le tecnologie digitali, ed insieme hanno consentito l'ingresso e la condivisione di molteplici utenti. Ma esistono diversi punti di vista a tal proposito, poiché c'è chi vede la tecnologia proprio come consumo collaborativo e chi invece vede la tecnologia come stimolo al consumo collaborativo. La fiducia invece, intesa sia nei confronti di altre persone e sia nei confronti di un'impresa e/o di una piattaforma o di un servizio offerto, diventa di vitale importanza nel momento in cui ci si muove in un contesto governato dall'indeterminatezza. Nel mondo della sharing economy, la fiducia non è pensata più solamente rispetto all'azienda che sta operando, ma soprattutto nei confronti dell'esperienza vissuta da altri utenti. In particolare, esistono diversi livelli di fiducia che interessano diverse parti; si ha la fiducia di un utente nei confronti di altri utenti facenti parte della stessa categoria misurata tramite la condivisione delle esperienze vissute. Poi esiste la fiducia di coloro che usufruiscono di un servizio/bene rispetto al fruitore dello stesso. Ed infine la fiducia nella piattaforma, sulla sua reputazione, sul modo in cui gestisce i dati dei clienti, i pagamenti etc. Per la maggior parte, le società che partecipano alla sharing economy sono delle start-up che nascono appositamente per soddisfare le esigenze dei clienti in modo innovativo. In questo scenario fin ora descritto, il livello di fiducia richiesto sul web è nettamente maggiore di quello necessario nell'economia tradizionale, poiché il cliente in tale contesto è più esposto a rischi su ciò che sta acquistando o vivendo. Inoltre, è più difficile fidarsi di qualcuno che si trova dietro il web e di cui non si conosce l'identità né della persona/impresa e né si hanno certezze sulla qualità del bene/servizio offerto, se non attraverso un meccanismo di reputazione on-line da parte degli utenti che hanno partecipato alla sharing economy. Esistono diversi meccanismi di reputazione online. Uno di questi è il rating & review, ovvero il poter lasciare traccia della propria esperienza vissuta così da poter essere resa pubblica e accessibile a tutti. Il rating, nello specifico, consiste nel dare una valutazione su una scala ad esempio da uno a cinque, dell'esperienza vissuta. Il review invece consiste nel lasciare un commento e/o un'opinione. Da molti studi è emerso che questo meccanismo sia in grado di influenzare nel concreto la decisione di un individuo nella scelta di un servizio piuttosto che di un altro, poiché l'individuo si sente rassicurato dal sapere

che altri come lui si siano già trovati in un determinato modo nel vivere una certa esperienza. La sharing economy ha fatto sì che l'individuo sia contemporaneamente un consumatore ed un creatore di contenuti. La fascia di età degli individui che partecipano a tale fenomeno va all'incirca dai 18 ai 45 anni, poiché si presuppone siano quelli che abbiano più dimestichezza con le nuove tecnologie.

I settori che sono e che saranno travolti dalla sharing economy sono molteplici, a partire da quello studiato in questo lavoro di tesi ovvero degli alloggi (Airbnb), quello dei trasporti (Uber e Blablacar), fino a toccare anche il mondo del lavoro (Taskrabbit) o la logistica (Instacart), il settore bancario o la nascita di nuove monete. Anche le attività coinvolte sono diverse tra loro, e i loro obiettivi possono essere raggruppati in quattro [3] macro-categorie:

1. Riutilizzo e redistribuzione: la sharing economy si basa maggiormente sulla condivisione di beni già esistenti piuttosto che sulla produzione di quest'ultimi.
2. Ampliamento e massimizzazione dell'uso di asset durevoli: che solitamente non sono sfruttati al massimo della loro efficienza, e quindi sottoutilizzati.
3. Scambi di bene e/o servizi: qui entrano in gioco le piattaforme che favoriscono il match di domanda e offerta di beni e/o servizi.
4. Condivisione di asset produttivi: qui si favorisce la produzione piuttosto che l'utilizzo.

I dati quantitativi per quanto riguarda la crescita nel mondo dell'economia della condivisione sono relativamente scarsi, ma gli studi esistenti affermano che tali attività si sono ampliate notevolmente negli ultimi anni. Ad esempio, secondo uno studio condotto da PwC nel 2016, il valore delle transazioni e le entrate delle piattaforme di condivisione in Europa sono ammontate rispettivamente a €28,1 miliardi e €3,6 miliardi nel 2015, più del doppio rispetto al 2013. Ma nonostante questa rapida crescita, l'impatto di queste piattaforme sull'economia totale è relativamente piccolo ancora, ma ciò non toglie che questo fenomeno persisterà in futuro. Nel panorama economico Europeo però le piattaforme digitali sono considerate meno importanti rispetto a paesi come l'Asia o il nord America.

Quando si osserva maggiormente il fenomeno della "condivisione"? La osserviamo in particolare quando il valore della transazione è sufficientemente elevato, gli attriti commerciali possono essere ridotti in modo efficace, e soprattutto quando ci sono fenomeni di picco della domanda.

I possibili impatti sull'economia sono [2]:

- Aumento della creazione di valore
- Maggior uso produttivo delle risorse
- Varietà di beni e di servizi forniti, quindi maggiori possibilità di scelte per i consumatori e una maggiore differenziazione
- Creazione di nuovi mercati di nicchia prima inesistenti
- Diminuzione dei prezzi (anche se non necessariamente)
- Incremento dell'innovazione nella produzione

- Una maggiore imprenditorialità, chiunque può diventare imprenditore di sé stesso
- Maggior trasparenza, feedback e creazione di una community/rete di utenti
- Dimensione globale

La sharing economy ha portato anche ad una trasformazione nel tradizionale rapporto di lavoro. Questa forma di lavoro più flessibile va a beneficio di quei gruppi di persone per i quali la tradizionale settimana lavorativa di 38 ore non è né possibile né auspicabile, oppure per coloro che desiderano avere un guadagno aggiuntivo o che comunque hanno difficoltà ad accedere al mercato tradizionale. La flessibilità di queste attività crea anche una certa volatilità in termini di sicurezza e di reddito. Non è nemmeno ben chiaro se coloro che offrono beni o servizi tramite piattaforme siano coperti dal diritto del lavoro, infatti alcuni studi sostengono che siano in realtà lavoratori autonomi e quindi non coperti dal diritto del lavoro applicabile ai dipendenti. Senza dubbio, la nascita delle nuove piattaforme porta allo sviluppo del lavoro autonomo visto anche come una risoluzione al problema della disoccupazione, ed ogni individuo può diventare imprenditore di sé stesso grazie alla monetizzazione dei beni posseduti. Però si tratta di un'occupazione certe volte precaria, mancante di tutela e comunque i lavoratori non hanno assolutamente nessun potere sulla variazione dei termini imposti dalle piattaforme, quindi o li accettano oppure sono costretti a non utilizzare più la piattaforma. Inoltre, emergono diversi dibattiti poiché i lavoratori partecipanti all'economia collaborativa vengono spesso considerati meno qualificati rispetto ai lavoratori tradizionali. È importante constatare però che fino a che le attività svolte all'interno della sharing economy vengono viste come un semplice accordo tra persone, il raggiungimento dei diritti per i lavoratori sarà un traguardo lontano.

Jeremy Rifkin definisce la sharing economy come la Terza Rivoluzione Industriale e parla inoltre del passaggio dal principio del possesso e dell'acquisto al principio dell'accesso e dello scambio; si passa dalla proprietà del bene sostituita dall'utilizzo del bene stesso. Mentre in passato una persona era valutata in base a quello che deteneva, oggi si cambia ideologia e le persone sono valutate in base ai beni a cui hanno accesso e ciò che possono condividere. Anche il mercato fisico di scambio ha subito una trasformazione lasciando posto alle reti; l'attenzione passa dal prodotto al servizio e all'esperienza che si vuole dare all'utente.

1.1.4 Impatti negativi

Una delle conseguenze negative portata dalla sharing economy è la disuguaglianza; infatti sebbene questa economia è nota per i prezzi più convenienti che vengono considerati vantaggiosi per i gruppi a basso reddito, il reddito extra che esso genera va invece principalmente alle famiglie più benestanti che posseggono i beni più preziosi. Inoltre, può anche accadere che i benefici dell'economia della condivisione, in particolare i prezzi più bassi, non possano essere goduti da parte di tutti a causa di un accesso disuguale alla tecnologia e alle piattaforme digitali; è essenziale, per esempio, avere a disposizione una buona connessione internet e/o di un buon smartphone. Spesso, beni e servizi, sono concentrati in città con un livello di densità demografica elevata avendo come conseguenza che coloro che abitano in zone più

isolate dispongano di meno opportunità. Inoltre, la distribuzione di aumento del reddito e del benessere può non essere uniforme; solitamente del valore generato se ne appropria la piattaforma stessa, mentre il secondo gruppo di persone che guadagna sono i proprietari dei beni di consumo che solitamente sono concentrati in un piccolo gruppo di persone benestanti. Questo viene definito come "*Effetto Picketty*" dell'economia della condivisione. Riassumendo, mentre si può affermare che i partecipanti all'economia della condivisione stanno ricevendo un maggior benessere grazie ai prezzi più bassi e alla maggiore varietà di scelta, è anche probabile che aumentino le disparità economiche.

Il rapido aumento della condivisione ha fatto emergere diverse preoccupazioni e questioni nell'ambito della regolamentazione e sull'eventualità che l'economia della condivisione possa portare all'eliminazione dei modelli economici tradizionali a causa di una concorrenza sleale, quindi che possa essere un'economia "disruptive". Le piattaforme online e il nuovo modo di lavorare stanno infatti suscitando proteste dei players storici, che spesso vedono i nuovi giocatori come concorrenti ingiusti e ne avvertono l'impatto negativo, incriminandoli di non prestare minimamente attenzione alla qualità del servizio e alla sicurezza dei consumatori. Il problema di tutela del consumatore diventa di fondamentale importanza dal momento che ci si trova in un contesto senza regole e che espone l'utente a dei rischi. Inoltre, i nuovi players non sono costretti a sottostare a regole limitatori rispetto agli storici. Le autorità pubbliche hanno come scopo il raggiungimento del giusto equilibrio tra due obiettivi; il primo quello di prevenire la concorrenza sleale offrendo sia alle imprese tradizionali e sia a quelle emergenti con la sharing economy le stesse regole. Dall'altra parte invece, il dinamismo di questa nuova economia non deve essere limitato da una regolamentazione eccessiva, perché ciò potrebbe essere penalizzante. È importante regolare senza soffocare, ma nemmeno sarebbe corretto lasciare il mercato de-regolarizzato poiché potrebbe avere come conseguenza un disincentivo negli investimenti.

In certi casi l'economia della condivisione viene vista dagli incumbent come un furto di business, e questo tipo di mercato converge sempre di più a dei monopoli, grazie al numero spropositato di dati in mano a chi possiede le piattaforme che gli permettono quindi di avere così un vantaggio competitivo, di essere più efficienti e quindi creare più valore; Questo tema di convergenza in dei monopoli si lega al concetto di governance ed anche la creazione di valore in questo contesto cambia. Può essere forte l'asimmetria informativa che può portare a delle distorsioni del mercato; infatti nel momento in cui le informazioni sulla qualità del bene non sono disponibili ai potenziali acquirenti questo fa sì che i venditori di un certo livello escono dal mercato piuttosto che non poter richiedere un prezzo adeguato ai loro beni facendo spazio così ad un mercato pieno di "bidoni". D'altra parte, l'asimmetria informativa porta anche ad agire in modo inefficiente. Tutto questo porta alla necessità di una regolamentazione del mercato, soprattutto se si opera online come nel caso della sharing economy, e questo diviene il compito delle piattaforme, che facendo da intermediari, raccolgono, monitorano e gestiscono le informazioni di tutti gli utenti, creando la reputazione del singolo individuo attraverso rating e feedback. Un regolatore non riuscirebbe a fare ciò in maniera efficiente poiché non detiene tutte le informazioni necessarie per farlo, quindi è preferibile che questi mercati si governino da soli con l'aiuto delle piattaforme. Ma non si è comunque sicuri che la piattaforma riesca a mitigare qualsiasi tipo di asimmetria informativa, poiché non possiede tutte le informazioni possibili da correggere qualsiasi fallimento di mercato.

La cosa importante è creare parità fra i vari attori (imprese tradizionali vs nuovi players) cercando di non scoraggiare l'innovazione.

Esistono anche diverse criticità dal punto di vista legale a causa dell'assenza normativa che porta ad incertezza per esempio sugli standard qualitativi minimi e come conseguenza porta ad avere un'ampia libertà di agire da parte dei proprietari delle piattaforme. Dal punto di vista etico-sociale, le piattaforme molto spesso sono accusate di sfruttamento del lavoro nei confronti degli utenti. Dal punto di vista economico invece potrebbe portare ad un abbassamento della domanda di produzione e quindi avere come conseguenza un problema occupazionale. Per ultimo potrebbero presentarsi anche insicurezze a livello del singolo, come per esempio il timore di cedere in prestito un bene proprio o dall'altra parte l'ansia di avere di rovinare qualcosa che si ha in prestito.

1.1.5 Impatti Positivi

Ma ci sono stati anche impatti positivi dovuti alla sharing economy che ha portato alla creazione di nuovi mercati prima inesistenti oppure all'espansione di mercati che in principio erano relativamente piccoli.

Quindi mentre da una parte la sharing economy è vista come un'alternativa e un'innovazione ai sistemi economici già presenti, dall'altra invece i due modelli (sharing economy ed economia tradizionale) sono in competizione fra loro e si comportano come concorrenti di settori già affermati, poiché offrono gli stessi servizi/beni ma in maniera diversa.

1.1.6 Studio empirico sul consumo collaborativo [4]

È stato affrontato uno studio sulle motivazioni che spingono a partecipare al consumo collaborativo (CC). Quest'ultimo è stato affrontato da Juho Hamari, Mimmi Sjöklint e Antti Ukkonen, usando 168 dati di persone registrate su un sito di consumo collaborativo. Il termine CC è stato definito in senso lato come un'attività peer-to-peer in grado di dare o condividere l'accesso ai beni e servizi, coordinati attraverso servizi online. Hanno mappato 254 piattaforme CC dividendo le attività svolte dalle piattaforme in due categorie principali di scambio: accesso temporaneo alla proprietà e trasferimento della proprietà. Tuttavia, è possibile per una piattaforma facilitare entrambi modalità di scambio ma è emerso che la maggior parte delle piattaforme favorisce l'accesso alla proprietà, che è la forma di scambio più comune, un numero minore favorisce il trasferimento di proprietà e solo poche hanno le due categorie sovrapposte. Inoltre, la CC opera attraverso piattaforme tecnologiche, come un sito Web o un app mobile, ma fa molto affidamento alle dinamiche sociali per l'effettiva condivisione e collaborazione, quindi il ruolo della piattaforma è quello di coordinatore. I risultati di questo studio mostrano che la partecipazione è motivata da molti fattori come la *sostenibilità*, *godimento dell'attività*, *reputazione* e *guadagno economico*. I primi due fattori sono considerati motivazioni intrinseche, ossia che emergono dal godimento legato all'attività data; le ultime due sono considerate estrinseche, quindi legate a pressioni esterne.

Sostenibilità

le piattaforme CC vengono utilizzate principalmente per favorire una sostenibilità che ottimizza le conseguenze ambientali, sociali ed economiche al fine di soddisfare le odierne generazioni e quelle future. Ipotizzando che la sostenibilità sia un fattore predittivo importante nella CC sono state fatte le seguenti Hp:

- H1a:(motivazione intrinseca: sostenibilità). Sostenibilità percepita di CC influenza positivamente gli atteggiamenti verso CC.
- H1b:(motivazione intrinseca: sostenibilità). Sostenibilità percepita di CC influenza positivamente le intenzioni comportamentali per partecipare a CC.

Godimento

E' legato all'attività al quale è connesso. Ad esempio, il divertimento è uno dei fattori importanti. Il godimento è stato inserito come seconda motivazione intrinseca del modello per prevedere atteggiamenti e intenzioni comportamentali.

- H2a:(motivazione intrinseca: godimento). Piacere percepito dalla partecipazione a CC influenza positivamente l'atteggiamento verso CC.
- H2b:(motivazione intrinseca: godimento). Piacere percepito dalla partecipazione a CC influenza positivamente il comportamento intenzioni di partecipare a CC

Reputazione

Fattore esterno molto importante nel determinare la partecipazione attiva o meno alla CC.

- H3a: (motivazione estrinseca: reputazione). Reputazione percepita aumento dalla partecipazione a CC influenze positive atteggiamento nei confronti di CC.
- H3b: (motivazione estrinseca: reputazione). Reputazione percepita aumento dalla partecipazione a CC influenze positive intenzioni comportamentali di partecipare a CC.

Benefici economici

La CC è considerata non solo positiva per l'aspetto ecologico/sostenibile ma anche per quanto riguarda i ritorni e l'utilità. Inoltre, è anche forte l'incentivo al risparmio delle risorse economiche.

- H4a: (motivazione estrinseca: risultati economici). Percepito ricompensa estrinseca della partecipazione a CC influenze positive atteggiamento nei confronti di CC.
- H4b: (motivazione estrinseca: risultati economici). Percepito ricompensa estrinseca della partecipazione a CC influenze positive intenzioni comportamentali di partecipare a CC.

Bisogna anche tener conto dell'atteggiamento, poiché è un fattore determinante del comportamento; in questo caso si tratta di un fenomeno in cui è possibile ci sia discrepanza tra atteggiamento e comportamento e quindi è necessario misurarli separatamente. Nonostante i consumatori siano mentalmente predisposti, in seguito però le loro aspirazioni è possibile che non si trasformino in fatti e questo potrebbe dipendere da due ragioni. La prima è che perseguire effettivamente un comportamento sostenibile può essere costoso sia in termini di coordinamento che di costi diretti. La seconda è che è possibile che le persone non abbiano i mezzi necessari per trarre i benefici da certi comportamenti.

- H5: L'atteggiamento verso CC influenza positivamente il comportamento intenzione di partecipare a CC.

I dati, come detto prima, sono stati ottenuti da 168 utenti registrati ma non attivi, su un servizio usato in tutto il mondo chiamato *Sharetribe*¹. Le risposte sono state raccolte nel gennaio 2013 e il campione era suddiviso come riportato nella tabella riportata in figura 1.1. È stato sottoposto agli utenti un questionario misurato su

		N	%			N	%
Gender	Female	71	42%	Tenure	<3 months	30	18%
	Male	97	58%		3–6 months	28	17%
Age	<20	19	11%	6–12 months	38	23%	
	20–25	66	39%	12–24 months	41	24%	
	26–30	28	17%	24–36 months	18	11%	
	31–35	21	12%	>36 months	13	8%	
	36–40	12	7%				
	>40	22	13%				

Figura 1.1: Campione dello studio sul consumo collaborativo

scala Likert. È stata testata la validità convergente dei costrutti del questionario con tre metriche: varianza media estratta (AVE)², affidabilità composita (CR)³ e Alfa di Cronbach⁴ e tutti questi valori sono risultati accettabili.

I risultati di tale studio sono riassunti nella tabella riportata in figura 1.2. Dai risultati di tale studio emerge che nel caso di motivazioni intrinseche, ovvero di sostenibilità percepita, questa è significativa ma non è correlata con le intenzioni comportamentali e che la sostenibilità percepita ha solo un piccolo effetto sull'intenzione comportamentale (0.121). Se si guarda invece il godimento, esso ha un effetto

¹Hub di CC che offre il suo pacchetto di servizi alle organizzazioni. La missione di tale società è quella di connettere più persone possibili ed eliminare lo spreco eccessivo grazie all'uso di risorse condivise. Offre, per esempio, la vendita e noleggio di prodotti ed offre anche qualsiasi tipo di servizio di cui un utente può avere bisogno. Il loro motto è il seguente "Sharetribe rende facile per chiunque creare e gestire il proprio mercato peer-to-peer."

²È ritenuto un buon valore se supera lo 0,5.

³È ritenuto un buon valore se supera lo 0,7.

⁴Indicatore statistico usato per misurare l'attendibilità dei risultati ottenuti, valore compreso tra 0 ed 1. I valori buoni di attendibilità sono quelli che vanno da 0.7 ad 1; infatti il risultato è ritenuto tanto più attendibile quanto più il coefficiente tende ad 1. Nella realtà, i risultati migliori ottenuti fino ad adesso non hanno mai superato lo 0,8.

	Direct effects		Total effects (direct effect + mediated effect via attitude)
	Attitude	Behavioral intention	Behavioral intention
<i>Attitude</i>	n/a	0.316***	0.316***
<i>Sustainability</i>	0.591***	-0.066	0.121*
<i>Enjoyment</i>	0.421***	0.451***	0.583***
<i>Reputation</i>	-0.047	0.108	0.093
<i>Economic benefits</i>	-0.004	0.125*	0.124*

Note. * = $p < .1$, *** = $p < .01$.

Figura 1.2: Risultati dello studio sul consumo collaborativo

positivo significativo sia sull’atteggiamento che sull’intenzione di partecipare; questo sta a significare che il divertimento può condizionare fortemente la partecipazione alla CC. Nel caso delle motivazioni estrinseche i guadagni attesi in reputazione non hanno influenzato in modo significativo né l’atteggiamento e né l’intenzione comportamentale a partecipare alla CC. Il guadagno economico invece, non ha avuto effetti positivi sull’atteggiamento nei confronti della CC, mentre li ha avuti sull’intenzione a partecipare. Infine, l’atteggiamento ha avuto un effetto significativo e positivo sulle intenzioni comportamentali (0.316).

Questi risultati dimostrano che le motivazioni intrinseche sono forti determinanti dell’atteggiamento, mentre quelle estrinseche non si riflettono positivamente sull’atteggiamento. Viene inoltre supportata anche l’idea che vedere la CC come un’attività sostenibile può portare ad un aumento nella partecipazione se si assume un atteggiamento positivo, e che le aspirazioni non sempre si traducono in azioni.

In generale la partecipazione alle sharing economy è dovuta a fattori emotivi e fattori razionali. Rientrano nella prima categoria la reputazione, la generosità e lo stile di vita (il fruitore è consapevole di aver scelto un consumo intelligente). Nella seconda categoria invece i fattori economici (con l’obiettivo di ottenere sia risparmio di tempo che risparmio di denaro da parte del fruitore e extra profitti da parte del fornitore), quelli ambientali (una maggiore consapevolezza alla sostenibilità rispetto al passato) e lo stile di vita (il cliente usufruisce mentre il fornitore offre il bene in maniera flessibile).

1.1.7 Misurazione del successo e fonti di ricavo

La misurazione del successo della sharing economy viene stabilita in base a diversi fattori come l’esperienza, il brand e la rete. L’esperienza è basata sul valore che il fruitore percepisce del servizio offertogli e quindi alla propensione di consigliarlo ad altri utenti, ed anche dalla facilità di utilizzo di questo. Il brand tiene conto della reputazione e dalla fiducia del fruitore. Per ultimo, la rete ingloba l’intera comunità e la capacità di quest’ultima di generare valore.

La sharing economy, come gli altri nuovi modelli di business diffusi grazie alle piattaforme, si rifà su cinque principali fonti di ricavo [3] che variano in base a come un servizio/bene viene proposto:

1. Percentuale sulla transazione: questo è il modello più usato e conosciuto ed Airbnb è un esempio di impresa che lo usa. Il valore che può assumere la transazione è variabile in base al bene che si condivide.
2. Abbonamento/ quota fissa e/o variabile: può essere mensile o annuale e richiesto/a per poter accedere alla piattaforma e quindi ai servizi annessi. Oppure sono presenti abbonamenti che richiedono un pagamento proporzionale ai servizi di cui si è usufruito.
3. Pubblicità: fatta nel sito, meccanismo molto usato soprattutto in Italia.
4. Accordi con grandi brand: meccanismo delicato da attuare poiché porta vantaggi solo se ben attivato.
5. Concessione gratuita di un servizio base: ma contemporaneamente a tale prodotto/servizio base si offrono anche altre funzionalità ed altri vantaggi a pagamento.

1.1.8 Conclusione

Per concludere, si può constatare che il quadro non è ancora tanto chiaro e molti scenari sono non tanto coerenti tra loro e rappresentano ancora dei temi aperti al dibattito. Quello che è certo è che quello che prima era un confine netto tra produttore e consumatore, oggi non lo è più.

Come verrà analizzato nei prossimi capitoli, Airbnb (insieme anche ad Uber) è una degli attori principali dell'economia della condivisione.

1.2 Overviews su Airbnb

1.2.1 Introduzione

In questo capitolo verranno esposte diverse informazioni sulla piattaforma di interesse, considerata come l'esponente principale della sharing economy: Airbnb; si può affermare che tale piattaforma ha da una parte, portato un modello di business innovativo nel settore ormai maturo degli affitti, dall'altra ha dato vita ad una nuova forma dell'economia, quella dell'home sharing, un ramo della famiglia della sharing economy.

Airbnb si definisce come "un sito web sociale che collega persone che hanno spazio a disposizione con chi è alla ricerca di un posto dove stare" ed esemplifica un mercato peer-to-peer nell'economia della condivisione; un marketplace di fiducia per le persone per elencare, scoprire e prenotare sistemazioni uniche in tutto il mondo, online o da un telefono cellulare.

Airbnb ha creato un mercato che ha reso possibile una transazione che in passato era rara o del tutto inesistente: il noleggio a breve termine di un appartamento o di una stanza ad estranei. Un tempo infatti, queste transazioni non erano comunemente gestite da singoli individui poiché i costi per trovare una corrispondenza erano elevati come anche quelli per scambiare denaro in modo sicuro e garantire la sicurezza.

1.2.2 Storia

L'idea iniziale di questa piattaforma nasce da due giovani Joe Gebbia e Brian Chesky che nell'ottobre 2007, ricevendo la notizia di un aumento dell'affitto nel loro appartamento e non avendo soldi sufficienti per poterlo sostenere, decisero di noleggiare tre letti ad aria sul pavimento del loro soggiorno offrendo in più la colazione ai propri ospiti, approfittando inoltre del fatto che a breve si sarebbe tenuto, lì a San Francisco, un famoso convegno che avrebbe portato l'arrivo di tantissime persone con capacità limitate degli hotel che non riuscivano ad accogliere tutti quanti gli ospiti. Nello stesso week end in cui pubblicizzarono l'annuncio, ricevettero tre ospiti per 80 dollari a notte, tra cui un indiano, una ragazza di Boston ed un padre di famiglia. Nel giro di una settimana accolsero tanti altri ospiti e capirono che quest'idea di affittare un piccolo spazio libero nel loro appartamento poteva portare loro dei grandi guadagni, e che questa offerta iniziava a spargersi in più parti del mondo. Constatato ciò i due giovani decisero di coinvolgere anche il loro coinquilino ingegnere Nathan Blecharczyk ed insieme in pochissimi giorni fondarono una società Internet, lanciata nell'agosto 2008, chiamata Airbed & Breakfast, con sede a San Francisco, in California. Dal 2008, Airbnb offre una piattaforma online che collega gli host con posti in affitto ad ospiti che cercano di affittare tali posti. Nel marzo 2009, il nome della società è stato abbreviato in Airbnb.com, nome abbreviato per "air bed and breakfast", dove air bed significa proprio materassino gonfiabile e il contenuto del sito si è esteso da letti ad aria e spazi condivisi a una varietà di proprietà, tra cui intere case e appartamenti, stanze private e altre proprietà. Il business è cresciuto in modo eccezionale sin dal principio, e ad oggi Airbnb è rappresentato da sei milioni di annunci in 100.000 città e 192 paesi, con una valutazione di oltre \$ 31 miliardi e fornendo molte più camere disponibili rispetto alle principali catene alberghiere come Hilton, InterContinental e Marriott. Airbnb afferma chiaramente nei loro "Termini di servizio, Termini e condizioni di garanzia dell'ospite"

che loro stessi non possiedono ma forniscono, affittano, ri-affittano, gestiscono e / o controllano proprietà. Le responsabilità della piattaforma si limitano a facilitare la disponibilità del sito, dell'applicazione e servizi e fungere da agente per la raccolta di pagamenti limitati di ciascun host ai fini di accettare pagamenti dagli ospiti per conto degli host.

1.2.3 Funzionamento

Ma come funziona questa piattaforma? Definiamo innanzitutto l'host che è colui che possiede un appartamento, una stanza o un bene sottoutilizzato e che decide di inserirlo nella piattaforma a disposizione di coloro che ne hanno bisogno per un lasso di tempo limitato (i guests). I potenziali host elencano i loro appartamenti e/o stanze libere sulla piattaforma Airbnb, stabiliscono loro stessi il prezzo notturno, settimanale o mensile e sono inoltre responsabili sull'impostazione delle spese di pulizia, sui depositi cauzionali e offrono così l'alloggio agli ospiti richiedenti; infatti a seconda dell'host, i costi effettivi possono variare a causa di queste spese. Il modello di business principale è la percentuale sulla transazione; la piattaforma Airbnb ricava entrate sia dagli ospiti che dagli host per questa tipologia di servizio, addebitando ad entrambi una tassa dovuta all'utilizzo appunto della loro piattaforma online. In particolare, i guests pagano una tassa di servizio che varia dal 6% al 12% sul totale della prenotazione effettuata (il prezzo giornaliero più le spese di pulizia e gli eventuali costi per ospiti aggiuntivi) a seconda della durata del loro soggiorno; gli host pagano una commissione del 3% sull'importo della prenotazione per coprire i costi di elaborazione dei pagamenti; in Italia questa percentuale degli host potrebbe essere soggetta a cambiamenti dovuti ai termini di cancellazione super rigidi, che aumentano i costi per gli host. Si addebitano inoltre agli host che offrono esperienze, dei costi del servizio pari al 20%, calcolati in base al prezzo dell'esperienza e detratti automaticamente dal compenso dell'host; mentre gli host di esperienze che collaborano con organizzazioni no-profit non devono pagare questi costi. Gli ospiti pagano Airbnb quando prenotano un posto, quindi con pagamento immediato in cui Airbnb preleva i soldi del pernottamento al momento della richiesta e poi li rilascia agli host 24 ore dopo il check-in degli ospiti; ciò è fatto sia per tutelare l'host che gli ospiti da eventuali truffe, infatti l'host viene protetto nel senso che i soldi sono trattenuti inizialmente dalla piattaforma garantendo così che dopo 24 ore gli vengono mandati, i guests invece sono tutelati poiché in caso di gravi problemi (la casa non corrisponde alla foto o non esiste, nessuno si è presentato) il pagamento può essere bloccato e la piattaforma restituirà i soldi senza che il proprietario se ne approfitti. Airbnb addebita l'IVA sui costi di servizio per gli utenti (applicabile sia agli host che agli ospiti) dell'Unione Europea, Svizzera, Norvegia, Islanda e Sud Africa. In alcune località, Airbnb ha stretto accordi con i governi per raccogliere e rimettere le tasse locali per conto degli host. Attualmente, Airbnb sta riscuotendo e versando le tasse nelle seguenti località: Multnomah County e Portland, Oregon USA, San Francisco, CA USA, San Jose, CA USA, Chicago, IL USA, Distretto di Columbia USA, Malibu, CA USA, Amsterdam, NL. Se l'ospite paga per una prenotazione in una valuta diversa da quella scelta dall'host, l'ospite sarà soggetto a tassi di cambio variabili di Airbnb che potrebbero non essere identici al tasso di mercato in tempo reale. Inoltre, Airbnb addebita commissioni di conversione / transazioni estere del 3% quando la prenotazione viene effettuata in valuta estera. Ciò rappresenta i co-

sti di mantenimento di Airbnb e i rischi di cambio. È molto difficile per gli ospiti stimare i costi totali durante un processo di ricerca a causa della variazione dei livelli fiscali locali che determina il prezzo di Airbnb e che lo rende meno trasparente rispetto al settore alberghiero. Anche se Airbnb ha lasciato le decisioni sui prezzi nelle mani degli host, esiste un algoritmo predittivo di prezzi che sarà consigliato agli host per il loro spazio che dipende da molti fattori tra cui lo stile della camera, il tipo di proprietà, il numero di recensioni, capacità, posizione, stagionalità, prezzi di altri elenchi, domanda di hotel e compagnie aeree e persino variazioni di temperatura; tuttavia, l'host è libero di fissare arbitrariamente il finale prezzo. Questo prezzo finale che viene mostrato agli ospiti durante la ricerca, spesso è soggetto a cambiamenti dipendenti sia dal numero di ospiti (solitamente più persone ci sono e più il prezzo sale) e sia dai costi di servizio; infatti bisogna assicurarsi di vedere bene se per esempio la pulizia o altri servizi extra sono inclusi o meno nel costo del pernottamento; ma comunque tutto ciò è indicato in modo chiaro nel sito, basta solamente leggere attentamente. Con la nuova legge che sarà presentata nel paragrafo successivo riguardo i contratti di locazione di breve periodo, invece, i gestori dei portali web tra cui anche Airbnb, in Italia, saranno obbligati a comunicare all'Agenzia delle Entrate i contratti di affitto breve stipulati tramite loro e sono assoggettati alla cedolare secca con aliquota al 21%.

Dal suo lancio nel 2008, il mercato online di Airbnb ha registrato una crescita molto rapida. Il modello di business di Airbnb, come si evince dai capitoli precedenti, opera attualmente con controlli normativi minimi nella maggior parte delle sedi e, di conseguenza, gli host e gli ospiti hanno entrambi incentivi a utilizzare meccanismi di segnalazione per creare fiducia e massimizzare la probabilità di una prenotazione di successo. Per rafforzare questo comportamento, Airbnb ha creato un sistema di reputazione online che consente e incoraggia i partecipanti a valutare e recensire ogni soggiorno completato ed è considerato uno dei più completi e funzionanti. Gli ospiti utilizzano un sistema rating a stelle che attribuisce un punteggio da 1 a 5 a determinati attributi che valutano il comportamento sia dell'host che del soggiorno; ad esempio viene valutata la pulizia, ubicazione e comunicazione, mentre sia gli ospiti che gli host sono invitati a pubblicare recensioni pubbliche di ogni soggiorno sulla piattaforma. La piattaforma Airbnb una volta conclusa la prenotazione invia sia all'ospite sia al proprietario una mail nella quale invita entrambi a valutare e a lasciare un commento scritto. Un altro meccanismo utilizzato dalla piattaforma è la verifica dell'identità. Gli utenti accedono alla piattaforma con un profilo personale, che può essere un profilo Facebook, Google, LinkedIn, che può essere arricchito con foto e informazioni personali. Inoltre, la piattaforma consente la certificazione sia dell'indirizzo e-mail sia del numero di telefono personale. Ad ogni host sono associati infatti una serie di attributi tra cui una foto, una dichiarazione personale, le loro inserzioni, recensioni degli ospiti delle loro proprietà e informazioni di contatto certificate da Airbnb. Allo stesso modo, ogni elenco visualizza attributi tra cui posizione, prezzo, una breve descrizione testuale, foto, capacità, disponibilità, orari di check-in e check-out, spese di pulizia e depositi di sicurezza; è molto importante che l'host sia estremamente sincero e onesto nella descrizione del proprio alloggio così da non incorrere a recensioni negative dovute al fatto che l'alloggio non sia all'altezza delle aspettative dell'ospite. La piattaforma mette a disposizione degli host un servizio fotografico professionale facoltativo di 12 foto per un'ora di tempo; tale servizio è a pagamento a carico dell'host e la somma dipende dalle dimensioni

e posizione della casa. Si prende atto che l'offerta istantanea oscilla continuamente, dal momento che alcuni host di Airbnb assumono proprietà sul mercato e fuori dal mercato. Tuttavia, a causa della crescita esponenziale di Airbnb, in qualsiasi momento, l'offerta cumulativa è fortemente correlata all'offerta istantanea.

Nel 2014, Airbnb è stata nominata "azienda dell'anno" dalla rivista Inc. che ha affermato che l'anno 2014 è stato l'anno dell'economia della condivisione (Fox, 2014). Negli ultimi anni l'azienda è cresciuta esponenzialmente ma ha anche affrontato molti problemi con le autorità di regolamentazione in merito ai requisiti fiscali e concorrenza sleale. Fino a pochi anni fa nessuno si sarebbe mai aspettato che la piattaforma Airbnb avrebbe minacciato l'industria alberghiera. Gli hotel non sono riusciti a prevedere la scala crescente delle attività di Airbnb che si è rapidamente ridimensionato in termini di utenti e numero di transazioni. Un forte effetto di rete ha influenzato la crescita costante di ospiti e host. Attraverso la sua piattaforma, Airbnb non ha solo creato nuovi comportamenti per gli utenti, ma ha cambiato anche il lato dell'offerta nel settore alberghiero. Dal 2014, le grandi catene alberghiere hanno iniziato a rendersi conto che la piattaforma Airbnb stava influenzando i loro affari.

1.2.4 La missione e il vantaggio competitivo

La missione di Airbnb è quella di far sì che chiunque si possa sentire a casa propria a prescindere dal posto nel mondo in cui si trovi in un determinato momento. Viene sfruttata in modo unico la tecnologia per permettere a milioni di individui in tutto il mondo di diventare imprenditori nel campo dell'ospitalità valorizzando, monetizzando e condividendo i propri spazi, passioni e talenti. La piattaforma rappresenta un vantaggio per tutti i soggetti economici coinvolti, inclusi gli host, gli ospiti, i dipendenti e le comunità in cui essa è disponibile.

Alcune delle caratteristiche per il quale questa piattaforma ha avuto successo ed è sempre più apprezzata è la soddisfazione del cliente e l'affidabilità. Collegandosi sul sito Airbnb un potenziale host che vuole entrare a far parte della piattaforma, può, tramite algoritmi di Airbnb, stimare l'ipotetico guadagno mensile che riceverebbe a seconda del tipo di alloggio, della città, della zona e del numero di ospiti che può accettare; questo meccanismo invoglia gli utenti ad entrare in tale mercato, dove possono essere sia ospiti e sia host a seconda delle esigenze. Quest'ultimi sono molto tutelati da parte della piattaforma; innanzitutto perché tutti gli ospiti che interagiscono sono controllati e vengono raccolte un numero sufficiente di dati come documenti di identità, e-mail, numero di telefono e tutti controllati e accertati la validità. Poi come detto precedentemente, viene applicato il sistema equo di recensioni a doppio senso per accrescere l'affidabilità e l'appartenenza alla community; inoltre è concesso agli host, qualora lo ritenessero opportuno, di poter conoscere meglio un ospite prima di accettarlo o meno attraverso canali di messagistica. Nel rarissimo caso in cui si dovessero verificare danni alla proprietà, Airbnb offre la "garanzia host" ovvero una protezione gratuita per ogni prenotazione che copre fino a 800.000 euro per tali danni; nel 2017, statistiche hanno dimostrato che su 25000 casi, solo in uno si è verificata una richiesta di risarcimento danni. Il tutto è supportato da un team che lavora 24h/24 e 7gg/7. Diventare un host è davvero molto semplice e lo si fa in pochissimi passaggi attraverso il sito; questo può scegliere liberamente quanto e per quanto ospitare qualcuno, il tempo massimo di anticipo delle prenotazioni, il

prezzo finale della sistemazione e di tutti i costi accessori (pulizia, eventuali sconti). C'è la possibilità che un host diventi un superHost se negli ultimi 12 mesi ha soddisfatto determinati requisiti come [5]:

- Aver completato 10 viaggi o 3 prenotazioni per una durata complessiva di almeno 100 notti;
- Aver mantenuto un tasso di risposta di almeno il 90%;
- Aver mantenuto un tasso di cancellazione non superiore all'1%;
- Aver mantenuto una valutazione complessiva di 4,8.

Questo titolo viene assegnato ad un host in modo automatico, facendo comparire anche un badge nel profilo, se riesce a raggiungere questi requisiti; inoltre vengono fatti dei controlli 4 volte l'anno (1 Gennaio, 1 Aprile, 1 Luglio e il 1 Ottobre), e nel caso si riuscisse ad ottenere il titolo, l'host verrà avvisato al termine di ogni periodo di valutazione. I superHost sono visti come un esempio da imitare sia per gli altri host, poiché offrono esperienze uniche agli ospiti, e sia per i guests nella scelta di un alloggio rispetto ad un altro.

Negli ultimi anni Airbnb sta ampliando la sua offerta, o meglio, oltre ad offrire appartamenti e/o singole stanze, adesso propone esperienze, qualsiasi tipo di esperienza come spettacoli musicali, corsi di danza, degustazioni, tour turistici, passeggiate a cavallo, lezioni di cucina, escursioni, dj set... Airbnb non pone un limite a ciò che si può fare ma soprattutto a ciò che si può offrire, per questo motivo invoglia gli host a mostrare la comunità dalla loro prospettiva, mettendo in contatto gli ospiti con la storia la cultura e l'intrattenimento del luogo in cui soggiornano così da portarsi a casa un'esperienza unica. Ognuno è incentivato a mostrare quello che sa fare, i propri hobby ed in cambio tutto questo è anche monetizzato; come mostra Airbnb nella sua pagina web "Guadagna condividendo le attività che ami con gli altri". Ecco come si crea il valore sia per l'host che per l'ospite. Nella piattaforma [6] un utente può scegliere la sezione *soggiorno* - il tradizionale noleggio di una casa/appartamento; *esperienze* - ovvero attività organizzate dalla gente del luogo; *avventure* - viaggi sensazionali di gruppo in varie parti del mondo che durano dai 2 ai 10 giorni comprendente un pacchetto con alloggio, pasti e attività tutti inclusi guidati da un host esperto del posto; e *ristoranti* - una sezione dedicata a tutti i miglior ristoranti consigliati nelle varie parti del mondo, con le relative recensioni annesse. Inoltre, è nata negli ultimi anni anche la sezione *Airbnb Luxe* ovvero alloggi particolarmente belli e curati da avere 5 stelle come valutazione degli ospiti per ogni categoria o addirittura si può affittare un'intera isola privata; dal 2018 infatti la richiesta di appartamenti di lusso è talmente in forte crescita (il 60% in più) che ha spinto Airbnb di San Francisco ad investire in questa nuova sezione Luxe. Qualsiasi ospite scelga questa opzione avrà affidato un trip designer che avrà il compito di organizzare esperienze e servizi personalizzati come le attività locali, chef privati, sessioni di allenamento in palestra o percorsi benessere o baby-sitting. Per entrare a far parte di questa categoria, un alloggio deve possedere ben 300 requisiti che spaziano dalla pressione dell'acqua, al vicinato o alle rifiniture nelle mura. Infine, Airbnb offre il *Community Center*, ovvero un mondo per gli host in cui possono scambiarsi consigli, chiedere aiuti, comunicare fra loro, e perché no ricevere avvisi dalla piattaforma se necessario. Ad ogni annuncio sono associate tutte le informazioni necessarie

a descrivere il tipo di alloggio in questione, come prezzo, fotografie, date disponibili, servizi offerti dall'appartamento, numero di posti letto, eventuali optional. In generale la piattaforma offre tre tipi di sistemazioni differenti: la *singola stanza privata* all'interno di un appartamento in cui abitano altre persone, che possono essere sia i proprietari stessi dell'alloggio che altri ospiti Airbnb, e questa è consigliata per quel tipo di viaggiatore che non vuole spendere tanto ma vuole solamente avere un appoggio notturno; poi c'è la possibilità di avere a disposizione la *casa intera*, ideale per un gruppo numeroso di viaggiatori o per le famiglia con bambini, ovviamente il prezzo rispetto alla categoria precedente sale; ed infine si hanno le *stanze condivise* con altre persone, questo tipo di sistemazione è la più economica tra le precedenti e perché no, potrebbe essere un buon incentivo per conoscere nuove persone durante un viaggio.

1.2.5 L'algoritmo di ricerca

Ma come funziona l'algoritmo di ricerca di Airbnb? Perché un ospite che cerca una sistemazione viene associato un determinato host piuttosto che un altro? L'obiettivo dell'algoritmo del posizionamento degli annunci nei risultati di ricerca di Airbnb consiste da una parte nell'aiutare gli ospiti a trovare l'alloggio perfetto per la loro idea di viaggio e dall'altra permettere agli host di trovare gli ospiti più adatti al loro spazio. L'algoritmo è basato su quattro fattori: il primo filtro è dato dalla *località di ricerca* segue poi l'*attinenza*, le *recensioni* e la *qualità*. La qualità dell'annuncio è molto importante, infatti è consigliabile all'host di trovare un titolo accattivante e delle foto di buona qualità per il proprio appartamento, che lo renda così preferibile rispetto agli altri. Le recensioni contribuiscono ovviamente a qualificare un annuncio, poiché più recensioni positive riceve un certo annuncio e più probabilità avrà di risultare tra i primi posti della lista. Si è anche visto che collegando il proprio account social ad Airbnb, c'è la possibilità che vengano consigliati per primi quegli annunci già provati e vissuti da amici, ovviamente sempre se attinenti alla ricerca. Le principali categorie invece, che influenzano l'algoritmo sono:

- *Esigenze degli ospiti*: il luogo da cui stanno effettuando la ricerca, la cronologia dei viaggi precedenti, gli annunci inseriti nella loro Wish List o sui quali hanno cliccato e mostrato la loro preferenza.
- *Dettagli dell'annuncio*: il numero di stelle delle recensioni, il prezzo, l'ubicazione dell'alloggio, l'attivazione o meno della prenotazione immediata, la velocità di risposta dell'host alle richieste di informazione.
- *Comportamento degli ospiti*: click nei risultati di ricerca o le informazioni che hanno ricercato nella pagina dell'annuncio.
- *Dettagli del viaggio*: il numero di ospiti, la durata del soggiorno, l'imminenza del viaggio e l'impostazione o meno di un prezzo minimo o massimo.

Da non sottovalutare però l'importanza che ha il prezzo dentro l'algoritmo; infatti quest'ultimo è la prima cosa che un ospite controlla quando vuole scegliere un appartamento tra tanti. Quindi è consigliabile per l'host fissare un prezzo competitivo di mercato per non essere totalmente escluso. Un buon host per cercare di migliorare la sua posizione tra le ricerche di Airbnb è utile che segua delle piccole accortezze che

però possono fare la differenza e influire sul posizionamento: per prima cosa deve mostrarsi come host attivo e quindi interagire periodicamente con la piattaforma; aggiornare continuamente i prezzi e adattarli a quelli di mercato dal momento che prezzi troppo bassi sono svantaggiosi per le entrate e prezzi troppo alti fanno diminuire la richiesta da parte degli ospiti; cercare di entrare nella Wish-List degli ospiti, ovvero dove gli piacerebbe soggiornare; rispondere in maniera veloce agli annunci degli ospiti così da non farli scappare altrove nell'attesa. Tutti questi aspetti fin ora esposti fanno sì che se usati in maniera corretta portino all'instaurarsi di un buon rapporto di fiducia tra host ed ospite, che è uno degli aspetti core della piattaforma.

1.2.6 I competitors [7]

Airbnb non è l'unico intermediario online nel mondo della home-sharing, ne esistono molti altri, nati e sviluppati addirittura prima, che però ad oggi non sono riusciti a valorizzare in modo così efficiente il loro modello di business e a rendersi distinguibili e unici, a differenza di Airbnb. Si trovano diversi nomi dei concorrenti di Airbnb tra cui i principali: Tripping.com, HomeToGo, FlipKey, HomeWay, VRBO, HouseTrip, VayStays, VacayHero, Luxury Retreats e Wimdu. Per quanto riguarda invece Booking.com, che viene spesso comparato con Airbnb, esso è un sito Web nato nel 1996 ad Amsterdam, aggregatore di tariffe di viaggio e un motore di ricerca metasearch per le prenotazioni di alloggi e in esso un utente può sia prenotare alloggi (possibilità nata negli ultimi anni) ma anche voli, hotel, l'opzione volo + hotel o noleggio auto/taxi. Altra piccola differenza tra le due piattaforme è la tassa per coloro che mettono a disposizione l'alloggio che è molto più alta per Booking (circa 18%), mentre Airbnb non solo applica una tassazione più bassa (3%) ma allo stesso tempo tutela maggiormente l'host. La possibilità di lasciare recensioni viene data solamente all'ospite e non all'host con Booking e qui gli ospiti invece non pagano nessuna tassa al prezzo impostato dall'host; quest'ultimo è l'unico a pagare la tassazione per ogni soggiorno confermato e sulle prenotazioni parzialmente e completamente non rimborsabili che vengono effettuate sulla piattaforma. Per quanto riguarda i pagamenti, su Booking.com i viaggiatori, sono liberi di selezionare ciò che fa al caso loro, anche in base alla tipologia di viaggio e, cosa non da poco, al tipo di soggiorno; infatti in alcuni casi è data la possibilità di pagare direttamente all'arrivo in loco senza utilizzo di carte di credito, in altri casi invece certe strutture permettono di scegliere tra il pagamento immediato senza possibilità di cancellazione, proponendo prezzi più vantaggiosi, oppure fasce di prezzo superiori, con eventuale rinuncia prima della partenza. Spendiamo due parole anche per gli altri competitors sopra elencati, per vedere le differenze/somiglianze con Airbnb. Nata nel 2009 a San Francisco, Tripping.com è un motore di ricerca leader per le case vacanze che offre ai viaggiatori, più che una vasta gamma di sistemazioni uniche come Airbnb, soprattutto a alloggi nel lungo termine. HomeToGo, nato solamente pochi anni fa ovvero nel 2014, è diventato immediatamente un sito molto gettonato tra viaggiatori esperti poiché offre ai suoi utenti una vastissima gamma ineguagliabile di case vacanze di differenti fornitori tramite un'interfaccia semplice ed efficace. FlipKey è stata acquistata nel 2008 da TripAdvisor ed è uno dei principali concorrenti di Airbnb; una particolarità di questa piattaforma è che nel momento in cui qualche alloggio resta vuoto, viene automaticamente distribuito ad una dozzina di altri siti popolari (incluso TripAdvisor), il che vuol dire che un alloggio viene esposto a più di 340 milioni di viaggiatori

al mese senza costi aggiuntivi. HomeAway nell'ultimo periodo continua a salire le classifiche delle ricerche di Google per i siti di noleggio più popolari, secondo tale società gli host possono guadagnare annualmente in media \$ 12.000 l'anno (anche se questi risultati comprendono anche appartamenti di lusso). VRBO che sta per "Vacation Rental by owner" segue lo stesso concetto di Airbnb e si possono ritenere abbastanza simili per modalità di pubblicazione, foto, recensioni... Le politiche di cancellazione e pagamento variano in base alla proprietà, come d'altra parte per la maggior parte degli altri siti Web simili, e nonostante sia stata acquisita da HomeAway nel 2006 sono state uno dei principali spazi di mercato per le case vacanze sin dal loro inizio nel 1995; la piattaforma ha stimato che i loro membri ricevono in media 127 richieste all'anno. I prezzi sono molto simili a quelli di HomeAway e nonostante abbia la metà degli annunci immobiliari rispetto a quest'ultimo, hanno un numero di viaggiatori molto alto; qui invece si è stimato che i proprietari possano guadagnare fino a \$ 60.000 l'anno. HouseTrip, con sede a Losanna, è rinomata come "Airbnb d'Europa" ma senza la commissione del 3% per gli host, infatti è completamente gratuito elencare la propria proprietà nella piattaforma; mentre Airbnb è molto più popolare tra i viaggiatori del Nord America, in Europa invece è molto conosciuto HouseTrip. VayStay invece, è diviso con metà mercato riguardante gli affitti per le vacanze e l'altra metà come strumento di gestione della proprietà, offrendo servizi di qualità in destinazioni molto ambite in tutto il mondo; è ritenuto un sito molto sicuro e affidabile soprattutto per quanto riguarda i pagamenti con carte di credito ed ha la sua sede a Chicago; è specializzato anche di immobili di lusso che si trovano in Messico, America Centrale, Caraibi e Stati Uniti. VacayHero che una volta si chiamava Zaranga, fu fondata nel 2011 a San Francisco e possiede un ricco inventario soprattutto negli Stati Uniti; i processi di pagamento e prenotazione avvengono direttamente dal sito e qualsiasi spesa (assistenza, pulizia) sono pagate al momento della prenotazione. L'obiettivo è quello di offrire in affitto proprietà immobiliari garantendo un servizio clienti alla pari delle catene alberghiere, questo è controllato attentamente da un team di persone che, se necessario si muovono anche in giro, ed hanno il compito di controllare che al cliente venga garantito un viaggio senza problemi. Luxury Retreats fondata nel 1999 con sede a Montreal, è specializzata nel noleggio di ville di livello medio-alto ed il suo portafoglio consta di circa 4000 immobili di lusso in oltre 100 destinazioni nel mondo; gli ospiti inoltre, se lo desiderano, possono usufruire di un servizio di portineria personale 24 ore su 24 e 7 giorni su 7. Iscrivere a questo sito è totalmente gratuito e non consta nemmeno di tasse per gli host. Per finire Windu consta di circa 300.000 proprietà e oltre un milione di utenti in un centinaio di paesi nel mondo ed è sempre più considerato un potenziale concorrente di Airbnb poiché sta lottando per accaparrarsi una grande fetta di mercato del noleggio privato in Europa, e si occupa anche lì principalmente di noleggi a breve termine. È presente anche la società 9flats.com, una comunità privata di persone che affittano a breve termine concorrente diretta di Airbnb, con sede negli Stati Uniti. PerfectPlaces.com rappresenta invece un'altra grande risorsa mondiale per la ricerca di proprietà per le vacanze, è un concorrente di Airbnb molto diretto, ma il loro sito di front-end non è così bello ed accattivante.

1.2.7 La strategia vincente

Ma qual è la strategia vincente di Airbnb che ha portato tale piattaforma ad avere così tanto successo e ad essere la preferita rispetto a tante altre piattaforme? Alla sua nascita, nel 2008, il suo modello di business era totalmente innovativo in quanto l'home-sharing era una realtà ancora poco conosciuta e proposta da siti come Booking e Expedia; oggi nonostante questa realtà sia molto più sviluppata e nonostante ci siano diverse piattaforme di intermediazione che potrebbero ritenersi competitors di Airbnb, quest'ultima riesce comunque ad emergere e rimanere leader grazie sia alle sue strategie commerciali e sia alla sua attività di comunicazione. I punti di forza della piattaforma sono diversi, a partire dal fatto che essa cura molto il suo sito web applicando i test A/B ⁵, rimodernandolo in modo continuo e soprattutto di facile utilizzo, cosa fondamentale dal momento che, oggi il 74% dei turisti e il 77% dei viaggiatori business prenota i propri via internet. Inoltre, il sito è caratterizzato da contenuti di alta qualità che invogliano i potenziali ospiti a viaggiare grazie anche ad immagini e recensioni riguardanti le esperienze vissute da altri utenti durante lo stesso tipo di soggiorno cercato in quel momento dall'ospite e l'attenzione a qualsiasi aspetto riguardante il soggiorno, a partire dall'alloggio per finire ai ristoranti proposti e le visite guidate. La forza dei contenuti è talmente forte che ha fatto sì che Airbnb si trasformasse da semplice piattaforma ad una vera e propria community compatta; L'utente partecipante alla piattaforma, che sia host o ospite, viene anche molto coinvolto in questa grande community di Airbnb, infatti è invitato a fornire il proprio contributo e a creare contenuti da pubblicare e condividere non solo nei loro profili social ma anche nel blog della piattaforma stessa. Si è stimato che nel 2016 il 77% degli utenti della piattaforma abbia usato l'hashtag ufficiale e quindi quei contenuti sono stati poi postati proprio da Airbnb (ovviamente con una richiesta di permesso ai diretti interessati). Questa è la suddetta strategia del *content marketing* che Airbnb applica online. "Your community, your customers, are the best marketing asset you have" afferma infatti James McClure, GM del nord Europa. Dall'altro canto, non si può nemmeno affermare che l'intero successo della piattaforma sia dovuta al prezzo, perché come di può ben notare provando a prenotare sia tramite Airbnb che tramite altri portali, che il prezzo della piattaforma di studio è tendenzialmente più alto rispetto a quello dei concorrenti. Quindi cosa c'è di altro che rende unica questa piattaforma? La *differenziazione* e le *esperienze uniche* sono gli aspetti principali che la rendono unica nel suo genere e che fa sì che venga scelta dagli utenti, che si sentono unici e che riescono ad organizzare un soggiorno tagliato su misura per loro non sentendosi turisti ma bensì gente del posto, sentendosi a casa in qualunque posto del mondo uno si trovi. Si nota già una prima personalizzazione solamente facendo l'accesso con il proprio account oppure entrando in incognito. Entrando con questa seconda modalità la prima cosa che viene mostrata all'utente è un semplice modulo per la prenotazione, strategia per cercare di inquadrare immediatamente l'utente che si ha di fronte e di raccogliere il più possibile informazioni su cosa sta cercando così poi da poter in seguito persona-

⁵Il test A/B è una tecnica che viene usata per ottimizzare le performance una pagina web, di una campagna pubblicitaria o di un modulo; insomma di qualsiasi cosa si voglia testare. Il test consiste nel somministrare ad un pubblico target due versioni differenti di una stessa pagina, al 50% del pubblico viene somministrata la versione originale A e all'altra metà la versione alternativa B e dopo di che si analizzano gli effetti e si vede quale versione è la preferita e la più performante, ottenendo dati oggettivi e quantitativi.

lizzare l'offerta; l'home-page invece ha la funzione di scorrimento ovvero ti continua a far apparire una vasta gamma in termini di prezzo di nuove case in luoghi diversi ogni volta che si scorre verso il basso, con una parte in cui si può accedere alle sezioni precedentemente spiegate (soggiorni, esperienze, avventure e ristoranti). Accedendo con il proprio account invece viene presentato Airbnb plus e la navigazione verso alloggi specifici in base alla navigazione usuale dell'utente in questione e per prenotare un viaggio l'utente deve prima scegliere la sezione che gli interessa; a differenza della navigazione in incognito, dove la gamma di case mostrate era in termini di prezzo, qui invece sono mostrate in base alle prenotazioni storiche dell'utente. Ma una delle cose che colpisce di più è che nella parte destra rimanga sempre comunque il box per la prenotazione così che, in qualsiasi momento l'utente si senta pronto per prenotare, può farlo facilmente. Un'altra particolarità che distingue Airbnb dalle altre piattaforme la si nota per esempio nelle recensioni, meccanismo usato molto online, ma qui è presente una barra di ricerca tra le recensioni dove l'utente può inserire parole chiavi che potrebbero interessargli, anziché perder tempo a scorrere tutte le recensioni per trovare qualcosa. La *strategia delle email*, è una strategia di marketing usata da Airbnb che consiste nell'individuare la sequenza di abbandono del browser ovvero nel momento in cui la piattaforma si accorge che un utente che in un primo momento sta facendo una ricerca di un determinato alloggio in una certa città e poi esce dal browser senza aver fatto il check-out allora Airbnb riesce ad abbinare la sessione dell'utente al suo indirizzo mail grazie ai cookies e inizia a mandare una serie di mail che spingono a riportare l'utente alla ricerca che stava facendo precedentemente con l'obiettivo di portare a terminazione la prenotazione. Una volta che un utente porta a termine una prenotazione Airbnb interviene nuovamente via mail per aumentare il valore della transazione e del cliente, e lo fa in due modi: per prima cosa invia delle referenze incentivanti offrendo sconti sia agli ospiti che agli host; come seconda mossa cerca di fare una vendita incrociata provando a vendere al cliente un'esperienza, segmento orizzontale in cui si sta espandendo Airbnb. Infine, quando l'ospite arriva alla destinazione scelta, gli arriverà una e-mail personalizzata contenente l'esperienza Airbnb consigliate "camuffate" come un itinerario.

Persino il logo di Airbnb (figura 1.3), chiamato anche "*il Bélo*", è un segno distintivo ed un punto di forza della piattaforma, che la fa emergere rispetto alle altre per il suo significato: il simbolo universale di appartenenza, rappresenta le persone, i posti, l'amore e la vera anima di Airbnb, che mira a trovare ovunque un posto al quale appartenere. Per rappresentare ciò hanno voluto usare un simbolo che chiunque possa disegnare e che possa essere riconosciuto ovunque. Airbnb è solita fare molta pubblicità nei social network come Facebook, Instagram e Twitter, con frequenze diverse; infatti su Facebook viene pubblicata qualcosa ogni tre giorni circa, mentre negli altri due social network quasi giornalmente. Facebook in particolare è usato per fare promozione, più che di fotografia (dove vengono usate molte delle foto fatte dagli utenti), soprattutto di video creati dalla piattaforma stessa per fini pubblicitari e ciò ha portato ad un aumento significativo delle prenotazioni. Questa propaganda tramite video viene chiamata *re-marketing dinamico*. Instagram invece viene usato principalmente per promuovere le inserzioni, i superHost e le esperienze e poiché esiste solamente un solo account Instagram globale, mentre per Facebook esistono pagine localizzate, questo comporta che debbano essere pubblicati post più generici possibili e che non si focalizzino su una zona in particolare. Con questo, la piattaforma cerca di attirare a sé più utenti possibili, invogliandoli così poi ad

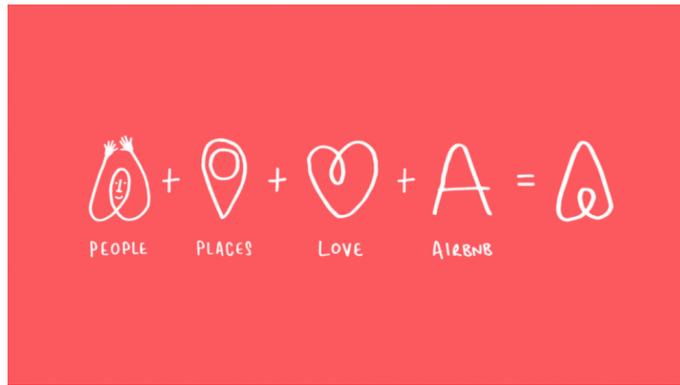


Figura 1.3: Logo di Airbnb.

arrivare alla pagina web tramite le numerose Instagram stories che vengono fatte. Su Twitter la loro presenza non è particolarmente rilevante poiché si è stimato che solamente una percentuale molto piccola di utenti usa questo tipo di socialnetwork, quindi Airbnb decide comunque di rimanere su questo tipo di canale per far sentire la sua presenza a quei pochi partecipanti alla piattaforma.

1.2.8 Business Model Canvas

Essendo quello di Airbnb un modello di business totalmente innovativo, è utile analizzare il modello proposto da Alexander Osterwalder: *Business Model Canvas* così da comprendere a pieno gli elementi innovativi ed il funzionamento di questa piattaforma. Vediamo i nove punti costituenti tale modello:

1. *Segmenti di clientela*: descrivono i differenti gruppi di persone e/o organizzazioni ai quali l'azienda si rivolge. In questo caso, le parti del mercato maggiormente interessate sono due, in quanto la piattaforma ha il compito di far come intermediaria tra gli host (coloro che mettono la loro proprietà/stanza a disposizione) e i guests (coloro che sono alla ricerca di un alloggio dove soggiornare per un periodo di tempo limitato).
2. *Proposta di valore*: ovvero qual è il valore che viene creato per i segmenti di mercato interessati? E perché un utente dovrebbe scegliere il prodotto/servizio offerto da Airbnb? Questa è la sezione in cui emerge l'unicità della piattaforma in questione. Il valore che viene creato per i due segmenti di mercato è differente. Per gli host, il valore aggiunto che viene ricevuto con la partecipazione alla piattaforma è il guadagno aggiuntivo dato dall'utilizzo di una risorsa sottoutilizzata ed una forte protezione una volta entrato; per i guests invece la creazione di valore sta nel fatto di poter scegliere tra un'ampia gamma di offerte, prodotti e soluzioni comode e su misura per loro. Il valore invece che viene generato per entrambe le parti è una piattaforma user-friendly e trasparente, la possibilità di poter conoscere nuovi luoghi, nuove persone, e la possibilità di condividere con loro le proprie esperienze.
3. *Canali*: rappresentano il modo in cui l'azienda arriva alla sua clientela, ovvero i punti di contatto e comunicazione tra l'azienda e i suoi clienti. In questo contesto si parla di canali indiretti, dove l'incontro tra host e ospiti avviene

sul web e non per esempio in un negozio fisico (canale diretto). Qui i canali sono rappresentati dalla pagina web, le applicazioni mobili e dai social network.

4. *Relazione con i clienti*: questa quarta sezione indica il modo in cui un'impresa acquisisce i suoi clienti, li fidelizza e così aumenta le vendite. Airbnb nella realtà utilizza diverse forme di relazioni con i clienti, e questo spiega il motivo per il quale la piattaforma ha avuto così tanto successo in così poco tempo. Il primo modo è l'assistenza dedicata 24 ore su 24 e 7 giorni su 7. Seguono anche le varie offerte promozionali che soprattutto i clienti abituali ricevono molto spesso, mentre per gli host le varie garanzie offerte nell'entrare nella piattaforma. Anche l'appartenenza alla community rappresenta un modo per fidelizzare i clienti, che si sentono parte attiva della piattaforma venendo coinvolti a 360 gradi, per esempio con l'invito di condividere le esperienze vissute sui social così poi che Airbnb le pubblichi nel proprio sito. Per finire, molto importante è anche la co-creazione, ovvero sia i guests che gli host partecipano attivamente alla piattaforma lasciando entrambi le recensioni alla fine dell'esperienza vissuta, e questo è il modo di creare valore per Airbnb poiché grazie a queste si incentivano gli altri utenti all'utilizzo della piattaforma.
5. *Ricavi*: i ricavi per Airbnb provengono esclusivamente dalle transazioni; infatti la pubblicazione di alloggi da parte di un host, e la ricerca e consultazione da parte di un potenziale guest avvengono a costo zero. Il guadagno di Airbnb avviene nel momento in cui si effettua una prenotazione o una transazione monetaria; infatti nel momento in cui avviene la prenotazione, Airbnb riceve una tassa del 3% circa da parte dell'host, ed una che va dal 6% al 12% da parte dell'ospite, e questo per ogni prenotazione completata.
6. *Risorse chiave*: sono gli asset strategici di cui un'azienda deve disporre per dare vita e sostenere il funzionamento del proprio modello di business. Queste risorse possono essere fisiche (beni materiali come impianti, tecnologie, macchinari e tutto quello che fisicamente bisogna avere per produrre o vendere un determinato prodotto/servizio.), umane (le persone vere e proprie che lavorano), intellettuali (know-how, i brevetti, i marchi, il copyright, i progetti sviluppati, le partnership e il database clienti.) e finanziarie (linee di credito, contanti o un insieme di stock option che permettano all'azienda di garantirsi approvvigionamenti che gli concedano un vantaggio competitivo rispetto ai concorrenti). Qui le risorse chiave sono rappresentate sia dagli host locali, senza i quali non esiterebbero le inserzioni, ma anche dai team qualificati, dalla piattaforma stessa e dalla tecnologia, dal brand e dalla community, dagli algoritmi proprietari e dalle app.
7. *Attività chiave*: sono le attività strategiche più importanti per l'azienda, che devono essere compiute per creare e sostenere la proposta di valore, raggiungere i clienti, mantenere le relazioni con loro e generare ricavi. Esse sono: lo sviluppo e la gestione del prodotto, trovare un numero sempre maggiore di host e guests, ridurre le i costi di transazione, creare sempre più valore per i partecipanti, gestione pagamenti online e dei fotografi del sito.
8. *Partners chiave*: i fornitori e partner necessari al funzionamento del modello di business aziendale. Sono rappresentati da host e guests, dagli investitori,

dalle lobby, i fotografi ufficiali del sito, le assicurazioni, il cloud storage, Maps e sistemi di pagamento.

9. *Struttura dei costi*: sono i costi sostenuti dall'azienda per rimanere in piedi. Un modello di business può avere costi fissi (ovvero che rimangono invariati al variare del volume dei beni o dei servizi prodotti), costi variabili (variano invece a seconda dei volumi di beni e servizi prodotti.), economie di scala (i costi si abbassano nel momento in cui un'azienda si espande) ed economie di scopo (costi diminuiscono aumentando il raggio d'azione di un'operazione/attività). Per Airbnb i costi sono quelli sostenuti per pagare dipendenti e team, i fotografi, i costi di marketing e pubblicità, costi legali e costi amministrativi.

1.2.9 Conclusioni

Per concludere, si può affermare che sicuramente lo sviluppo di questa nuova piattaforma, inizialmente nata come una piccola start up innocente pensata da tre giovani, adesso invece può essere considerata la ragione dei notevoli cambiamenti che stanno avvenendo nel settore del turismo e nel modo in cui esso viene vissuto; è inoltre considerata un'innovazione dirompente anche in molti altri settori che inizialmente sostenevano di non essere toccati da tale fenomeno ma che adesso invece lo sono, come quello alberghiero e quello immobiliare. Come conseguenza poi anche altri mercati indirettamente, come ristoranti, alimentari, negozi, intrattenimento e trasporti stanno ottenendo benefici da questa piattaforma.

1.3 Regolamentazione Italiana su affitti a breve termine

In questo capitolo vengono brevemente presentate le norme generali vigenti nel mercato immobiliare italiano. In una prima parte vengono esposti i vari tipi di contratti di locazione (o anche chiamati affitti) che possono essere stipulati tra il locatario ed il locatore e la regolamentazione principale attorno ad essi. In un secondo momento viene presentato il decreto-legge del 24 Aprile 2017 che disciplina le emergenti locazioni a breve termine condotte sia dai proprietari dell'immobile e sia da terzi intermediari che possono anche lavorare tramite piattaforme online, tra cui ricade anche Airbnb. Infine, si espone la normativa europea e di conseguenza quella italiana, che da essa prende spunto, sulle nuove piattaforme e sulla sharing economy.

1.3.1 Contratti di locazione nel lungo periodo

Un contratto di locazione (o affitto) è un accordo stipulato tra due parti: il locatore, che è il proprietario dell'immobile, offre in godimento per un determinato periodo di tempo un immobile ad un locatario; quest'ultimo è tenuto invece a versare un canone periodico al locatore e a restituire l'immobile al termine del contratto. In Italia esistono diverse tipologie del contratto di locazione, che variano in particolare in base alla durata della stipula. I vari tipi di contratti sono:

- a canone libero (4+4 anni)
- a canone concordato (3+2 anni)
- ad uso transitorio (da 1 a 18 mesi)
- a favore di studenti universitari (da 6 a 36 mesi).

Il più utilizzato in assoluto nel nostro paese è quello a canone libero, dove i termini di pagamento sono concordati tra le due parti con l'obbligo però di rispettare la durata minima di 4 anni più altri 4 di rinnovo; il contratto a canone concordato ha durata di 3 anni più 2 di rinnovo automatico con canoni determinati in base ad accordi raggiunti in sede locale tra le organizzazioni della proprietà edilizia e degli inquilini; il contratto transitorio che va ad un massimo di 18 mesi, si usa per affitti temporanei ma non per esigenze turistiche; ed infine quello a favore degli studenti universitari mette temporaneamente a disposizione di uno o più studenti universitari fuori sede (conduttore/i) un immobile destinato ad abitazione e situato nel Comune sede dell'Università (o comunque in un Comune limitrofo). Nonostante esistano diverse tipologie, tutte queste hanno l'obbligo della registrazione del contratto di locazione all'agenzia delle entrate, entro e non oltre i 30 giorni dalla stipula, che deve essere fatta esclusivamente dal proprietario dell'immobile (secondo la legge di Stabilità 2016); ed inoltre per essere valido deve avere la forma scritta ai sensi dell'articolo 1, comma 4, L. 431/1998. Infatti, la legge italiana (n.43/1998, art.1) dichiara che i contratti non registrati e quelli stipulati in forma verbale sono da considerarsi nulli. L'unico caso in cui, in Italia, non si richiede obbligatoriamente la registrazione, è quando il contratto prevede una durata inferiore ai 30 giorni. L'agenzia delle entrate prevede due tipi diversi di tassazione per la registrazione di un contratto, che deve avvenire da parte del proprietario: il *regime ordinario* (tassazione

ad Irpef) che consiste nel versamento delle imposte di bollo e di registro; il *regime sostitutivo* applicato esclusivamente per i contratti di locazione ad uso abitativo escludendo tutte le società ed enti non commerciali, che consiste nell'applicazione della cedolare secca. Nel momento in cui il proprietario non scelga in modo esplicito nessuna dei due tipi di tassazione, automaticamente gli viene assegnato il regime ordinario. Nel regime ordinario, l'imposta di bollo è applicata su ogni copia del contratto di locazione che si vuole registrare e per la precisione deve essere applicata una marca da bollo di 16 euro ogni 4 pagine o 100 righe del contratto compreso gli allegati; l'imposta di registro invece varia a seconda dell'immobile e al canone di locazione pattuito, e solitamente per gli immobili ad uso abitativo è del 2% del canone annuo moltiplicato per il numero di anni. La cedolare secca invece è stata introdotta nel 2011 e consiste nell'applicare al canone annuo di locazione, un'imposta fissa in sostituzione dell'Irpef e delle relative addizionali (imposta di registro e imposta di bollo). Per i contratti di locazione a canone libero si ha l'imposta sostitutiva del 21% sull'intero canone; per i contratti di locazione a canone concordato e relativi alle abitazioni che si trovano nei Comuni ad alta tensione abitativa (individuati dal Cipe) o nei Comuni con carenze di disponibilità abitative l'imposta sostitutiva è del 10% del canone. Chi non provvede alla registrazione del contratto è soggetto a sanzioni amministrative, e sia l'inquilino e sia il proprietario a quel punto diventano evasori fiscali.

1.3.2 Contratti di locazione nel breve periodo

Negli ultimi anni è stata prevista in Italia anche una regolamentazione per i contratti di locazione di breve periodo. Il decreto-legge n. 50/2017 disciplina le "locazioni brevi" [8] ovvero quei contratti di locazione degli immobili ad uso abitativo con durata minore o uguale a 30 giorni che sono stati stipulati dal 1 Giugno 2017; l'adempimento riguarda sia le persone fisiche ma anche coloro che esercitano attività di intermediazione immobiliare tramite portali telematici, quindi anche piattaforme come Airbnb, mettendo in contatto persone in cerca di un immobile con persone che dispongono di unità immobiliari da affittare. Questa tipologia di contratti devono essere stipulati al di fuori dell'esercizio di attività di impresa. Tale decreto viene quindi applicato sia quando i contratti sono conclusi direttamente tra il proprietario e i locatari e sia quando intervengono soggetti terzi che fanno da intermediari per quanto riguarda la stipula o i pagamenti. Come intermediari si intende sia coloro i quali lo esercitano tramite i canali tradizionali e sia attraverso la gestione di portali on-line; tali intermediari devono sottostare a precisi adempimenti. È del tutto irrilevante la forma giuridica del soggetto che svolge l'attività di intermediazione. Il regime delle locazioni brevi si applica anche alle sublocazioni, ai contratti a titolo oneroso conclusi dal comodatario che hanno per oggetto il godimento dell'immobile da parte di terzi e ai contratti di locazione di singole stanze di un'abitazione. Il proprietario dell'immobile può scegliere o la tassazione ordinaria con pagamento dell'Irpef e delle relative addizionali regionali e comunali o il regime della cedolare che implica l'assoggettamento del reddito ricavato dalla locazione all'imposta sostitutiva del 21%; la vera novità introdotta dal decreto n. 50/2017 sta appunto nella possibilità di poter esercitare l'opzione per la cedolare secca, il cui regime di tassazione era già previsto per i redditi fondiari di locazione.

Gli intermediari immobiliari devono obbligatoriamente, ogni qual volta intervengono nella stipula di un contratto di locazione breve, informare a proprio carico l'agenzia delle entrate fornendo tutti i dati necessari come dati personali del locatore, indirizzo dell'immobile, durata del contratto, importo; questo deve avvenire entro il 30 Giugno dell'anno successivo; se invece intervengono anche nel pagamento o nella riscossione del canone di locazione, il 21% di quest'ultimo (escluse penali o caparre) è trattenuto e versato all'Erario direttamente dall'intermediario stesso; infatti l'intermediario viene considerato come sostituto d'imposta. L'omissione di tale pratica porta a sanzioni che vanno da 250 a 2.000 euro.

1.3.3 Regolamentazione piattaforme online

Il governo italiano e quello europeo riconoscono senz'altro l'importante sviluppo economico e sociale sviluppatosi con la nascita delle nuove piattaforme online e dell'innovazione che hanno apportato nei modelli di business in molti settori, riconoscendo inoltre ad esse il fatto di aver apportato delle migliorie come: il miglior circolo di informazioni, una più ampia varietà di scelta di prodotti e servizi a favore dei consumatori, una maggiore trasparenza delle transazioni e la riduzione dei costi di quest'ultima. La Commissione UE sente l'esigenza di sfruttare queste nuove opportunità offerte dalle piattaforme con l'obiettivo della piena fruizione. Come già accennato nel primo capitolo della sharing economy, sarebbe auspicabile una regolamentazione adatta a valorizzare questi nuovi players, che non soffochi l'innovazione ma che allo stesso tempo non sia del tutto non controllata. Bisogna però fare particolare attenzione al fatto che esistono differenze sostanziali tra i vari tipi di piattaforme e quindi il quadro normativo vigente dovrebbe tener conto di ciò, facendo per esempio una classificazione per tipologia delle varie piattaforme esistenti. Uno degli interessi del governo italiano è quello che i responsabili dei siti che offrono servizi e/o prodotti ai consumatori dell'UE siano totalmente trasparenti fornendo sia la propria identità che i dati dell'impresa. Inoltre, adottare una politica specifica per la sharing economy potrebbe essere un'ottima occasione per rivisitare le ormai antiche regolamentazioni degli operatori storici che comunque hanno sempre bisogno di un minimo di innovazione e contestualizzazione. Nel luglio di quest'anno a Bruxelles è stato deciso che entro l'anno prossimo entreranno in vigore nuove normative europee 'Platforms to Business' con l'obiettivo di creare un ambiente trasparente, equo ed un clima di fiducia per le nuove piattaforme ed i servizi di intermediazione online. È attualmente all'esame della IX Commissione della Camera dei Deputati una proposta di legge (3564) [9] per la disciplina delle piattaforme digitali e la promozione dell'economia della condivisione, che si rifà alla proposta della Commissione UE, intervenuta sul tema della sharing economy con la comunicazione (COM 2016, n. 356) del 2 giugno 2016, che predispone "un'agenda europea per l'economia collaborativa" fornendo agli Stati membri le linee guida finalizzate a garantire uno sviluppo equilibrato e sostenibile di questa forma di scambio. Elementi chiave della proposta sono: una prima definizione di economia della condivisione, il ruolo dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato ("AGCM"), le previsioni fiscali e misure a supporto della economia collaborativa. Le linee guida della commissione dell'EU toccano i seguenti temi [10]:

- La *fiscaltà*: viene stabilito che i soggetti operanti nell'economia collaborativa devono essere sottoposti alla normativa fiscale al pari degli operatori profes-

sionali. Anche se sussistono incertezze causate dalla mancanza di certe informazioni sui contribuenti interessati e sul loro reddito imponibile. L'obiettivo è quello di garantire condizioni di parità con gli altri soggetti operanti sul mercato.

- *La tutela dei lavoratori autonomi e subordinati impiegati nell'ambito dell'economia collaborativa:* la Commissione individua due elementi fondamentali per invogliare i cittadini alla partecipazione al mercato del lavoro e stimolare loro la competitività, garantendo al contempo condizioni di lavoro eque e una protezione sociale adeguata e sostenibile; questi due elementi sono: a) l'adeguatezza delle norme nazionali in tema di lavoro rispetto alle diverse esigenze dei lavoratori subordinati e autonomi nel mondo digitale e del carattere innovativo dei modelli imprenditoriali collaborativi; b) chiarimenti dei singoli Stati Membri sull'applicabilità delle norme nazionali sul lavoro alla luce dei modelli di lavoro nell'economia collaborativa.
- *La tutela degli utenti:* gli Stati membri dovrebbero garantire un elevato e adeguato livello di protezione dei consumatori dalle pratiche commerciali sleali.
- *I regimi di responsabilità:* Le piattaforme di collaborazione sono incoraggiate all'adozione di azioni volontarie dirette a contrastare i contenuti online illeciti o ingannevoli e ad accrescere, conseguentemente, la fiducia degli utenti.
- *I requisiti di accesso al mercato:* La Commissione ricorda che, a norma del diritto dell'UE, tali requisiti devono essere giustificati e proporzionati, tenendo conto delle specificità del modello imprenditoriale e dei servizi innovativi interessati, senza privilegiare un modello d'impresa a scapito di altri. In particolare, nel contesto dell'economia collaborativa, un elemento importante per valutare se un requisito di accesso al mercato è idoneo, può essere quello di stabilire se i servizi sono offerti da professionisti o da privati a titolo occasionale. Ai fini della regolamentazione delle attività in questione, i privati che offrono beni o servizi su base occasionale e "tra pari" (peer-to-peer), attraverso l'utilizzo di piattaforme di collaborazione, non dovrebbero essere automaticamente considerati come prestatori di servizi professionali. In tal senso, potrebbe risultare utile la definizione di soglie, anche settoriali, al di sotto delle quali un'attività economica è qualificata come non professionale.

La presenza di questa nuove piattaforme, come abbiamo visto, ha suscitato interesse non solo nell'UE ma anche nel contesto nazionale e locale dove si sta decidendo di apportare modifiche alla legislazione e si stanno esponendo nuove proposte di legge che sono tutt'oggi aperte. Sono però tutti argomenti nuovi e che devono ancora prendere forma; l'Italia sta iniziando a muovere i primi passi verso questa nuova economia dal momento che si inizia a percepire sempre più il bisogno di definire questo nuovo mercato così da tutelare tutte le parti interagenti con esso.

Capitolo 2

Letteratura

Ad oggi esistono veramente pochi studi empirici riguardanti il nuovo fenomeno della sharing economy e la nascita delle piattaforme multi-versante, soprattutto in Europa. Più che altro su tale argomento è più probabile trovare articoli, opinioni, schieramenti sui vari blog o giornali piuttosto che studi empirici veri e propri. In particolare, su Airbnb, la letteratura è ancora minima poiché si tratta di un fenomeno nuovo che sta emergendo proprio negli ultimi anni e si sta iniziando solamente ora a studiarne gli effetti. Questo capitolo sarà diviso in due parti. Nella prima parte verranno presentati i risultati ottenuti da sei studi, che si focalizzano sull'attività di Airbnb e cosa ha comportato per il benessere totale, per il vicinato/vari quartieri e nel settore alberghiero, il tutto in America; in più verranno presentate alcune modalità di regolamentazione delle piattaforme adottate da diverse città americane. Nella seconda parte invece, verranno presentati sette studi più incentrati su quello che poi sarà l'argomento del mio lavoro di tesi: ovvero l'impatto che la piattaforma Airbnb ha avuto nel mercato tradizionale degli affitti in città come San Francisco, Barcellona, Berlino e nel contesto francese.

2.1 “The Rise of the Sharing Economy: Estimating the Impact of Airbnb on the Hotel Industry [11]”

Lo studio

Iniziamo con l'analizzare il primo articolo del primo blocco svolto da Zervas, Proserpio e Byers della Boston University, rivisitato nel Gennaio 2016. Il tema centrale di tale studio è l'impatto che la nascita di Airbnb ha avuto nel settore alberghiero, in particolare ad Austin, in Texas. Nello specifico, questo è stato calcolato quantificando l'impatto sui ricavi mensili delle camere di hotel (variabile dipendente), dove le entrate delle camere di Hotel sono il prodotto di due quantità: il tasso di occupazione medio in un dato periodo di tempo ed il prezzo medio giornaliero della camera durante lo stesso periodo di tempo. Ad Austin, l'offerta di Airbnb è molto elevata, ed è cresciuta in modo esponenziale soprattutto negli ultimi anni. In numerose interviste è emerso che alcuni dirigenti di Hotel considerino Airbnb un piccolo mercato di nicchia o comunque un mercato indirizzato a segmenti di clientela complementari rispetto a quelli a cui mirano loro; ciò è stato anche confermato da Airbnb

sostenendo che il 76% delle loro proprietà si ritrovi al di fuori dei principali distretti alberghieri e quindi presentandosi come un mercato con un'offerta complementare a quello tradizionale.

I dati

I dati raccolti per tale studio provengono in primis direttamente dal sito di Airbnb e poi da circa 3000 Hotel in Texas, forniti dall'ufficio del Texas Comptroller (che ha fornito le loro entrate mensili), dalla Smith Travel Research, dai dati demografici delle U.S. Census Bureau e Current Survey dell'U.S. Bureau del laboratorio di statistica; questi riguardano anche gli anni antecedenti alla nascita della piattaforma. Precisamente il set di dati analizzato contiene informazioni dettagliate su 10555 host distinti negli anni che vanno dal 2008 al 2014. Per una determinata città ed una determinata data sono state contate le offerte comparse su Airbnb. Lo studio è stato affrontato confrontando la differenza delle entrate degli Hotel nelle città interessate dal fenomeno Airbnb prima e dopo l'ingresso di tale piattaforma con le entrate degli Hotel nella città in cui Airbnb non è presente, nello stesso periodo di tempo. Lo studio è risultato robusto anche per molte variabili che cambiano nel tempo e nello spazio come la popolazione specifica del paese, il tasso di disoccupazione/occupazione, la disponibilità totale di camere d'albergo a livello cittadino. Inoltre, si è ipotizzato che fattori non osservati che avrebbero potuto influenzare sia l'adozione di Airbnb e sia le entrate delle camere d'albergo non varino sistematicamente sia tra città diverse che nel tempo; il modello ha incluso gli effetti fissi Hotel e tempo.

Risultati

Logicamente ci si aspetta che gli Hotel che offrono una vasta gamma di servizi e in più differenziati siano quelli meno colpiti dall'ingresso di Airbnb; lo studio infatti segmenta gli Hotel in cinque categorie/fasce di prezzo (budget, economy, mid-price, upscale, e lusso), ed emerge che l'impatto di Airbnb diventa man mano più grande e forte spostandoci verso le categorie più basse, quindi l'impatto è eterogeneo in base ai diversi tipi di Hotel; l'impatto che ha Airbnb sugli Hotel indipendenti e a fascia bassa è molto maggiore di quello che si ha sulle catene di Hotel, poiché quest'ultime offrono dei servizi più personalizzati dovuti a questioni di marketing o di brand che li rendono meno vulnerabili alla concorrenza. Anche i grandi Hotel di lusso non risentono dell'impatto della nuova piattaforma per due diverse ragioni: offrono anche loro servizi differenziati e hanno una tipologia di clientela diversa da quella dei servizi della sharing economy. Bisogna anche considerare il fatto che mentre gli Hotel hanno una copertura in tutto lo stato, Airbnb ha invece una copertura spoty e soprattutto nelle zone periferiche e extraurbane. Mentre Airbnb rappresenta un'alternativa agli hotel, non si può comunque definirlo come un perfetto sostituto per qualsiasi tipologia di viaggio dei consumatori poiché airbnb offre dei soggiorni informali, sistemazioni condivise o comunque servizi che sono decisamente più apprezzati da coloro che hanno un budget più limitato. I viaggiatori per lavoro, le cui spese saranno rimborsate, saranno sicuramente meno propensi alla sostituzione del soggiorno in Hotel con uno offerto da Airbnb. Durante i periodi di picco della domanda, mentre la piattaforma riesce a seguire in modo flessibile e a scalare in tempi brevi la curva della domanda permettendo agli host di entrare ed uscire dal mercato

in qualsiasi momento senza costi aggiuntivi (questa infatti è una delle caratteristiche principali della sharing economy), gli incumbent dall'altra parte sono più limitati poiché l'unica alternativa in loro possesso è quella di aumentare i prezzi mentre non possono sicuramente aumentare la fornitura di camere d'albergo a causa degli alti costi fissi. Da ciò avviene che Airbnb riduce il potere di tariffazione degli hotel nei momenti di picco della domanda. Altro vantaggio a favore della piattaforma è che questa offre una gamma più ampia di prodotti e servizi ai loro consumatori che possono affittare qualsiasi cosa, da un appartamento di lusso a una piccola stanza e può inoltre espandere l'offerta in qualsiasi momento; gli hotel invece devono essere costruiti in conformità con i requisiti della zona in cui si trovano. Sintetizzando, i risultati principali che emergono sono che nelle aree in cui Airbnb è più popolare, le entrate degli Hotel sono diminuite dell'8-10% circa negli ultimi 5 anni, e considerando gli alti costi fissi che gli Hotel devono sostenere ciò rappresenta una percentuale significativa per i profitti di quest'ultimi; emerge anche che in Texas un aumento del 10% delle inserzioni di Airbnb nel mercato comporta una riduzione dello 0,37% delle entrate delle camere di Hotel. Questo sta a dimostrare che alcuni soggiorni Airbnb diventano sostituti dei soggiorni in Hotel in quelle città dove la piattaforma è presente. Airbnb inoltre continua ad avere una crescita esponenziale anche in quelle città in cui hanno una presenza consolidata, portando quindi ad un aumento del rischio per gli Hotel tradizionali. Ma come reagiscono gli incumbent all'ingresso di questa nuova piattaforma nel mercato? Lo studio dimostra che avviene una significativa diminuzione del tasso di occupazione e una diminuzione ancora più grande dei prezzi delle camere d'albergo. Questo comportamento avvantaggia tutti i tipi di consumatori, sia quelli che partecipano alla sharing economy e sia quelli che non partecipano. Nello specifico un Hotel che non esercita alcuna risposta ad uno shock di offerta mostra una riduzione dell'occupazione, in alternativa invece si potrebbe mantenere un livello di occupazione attraverso una risposta di prezzo.

2.2 “The High Cost of Short-Term Rentals in New York City [12]”

Lo studio

Il secondo studio analizzato è un rapporto del gruppo di ricerca dell'università di McGill del 2018. Questo articolo tratta un'analisi completa dell'attività di Airbnb a New York e dintorni per un periodo di tre anni che va dal 2014 al 2017 analizzando un database con 184462 elenchi. L'obiettivo è quello di rispondere a quattro domande:

1. Dove si trova l'attività di Airbnb a New York e come sta cambiando.
2. Chi guadagna da Airbnb a New York.
3. Quante abitazioni sono state rimosse dal mercato con l'ingresso di Airbnb.
4. Se Airbnb sta guidando la gentrification a New York

Questo studio nasce a causa della sempre più crescente preoccupazione dell'impatto di Airbnb sugli alloggi e sui loro prezzi, sulla perdita di alcuni alloggi, sul fenomeno della gentrification, sull'impatto sulla qualità di vita che è la preoccupazione principale dei residenti che hanno assistito alla trasformazione dei loro quartieri in catene

di alberghi e impatti razzisti; altri studi hanno dimostrato che gli host di Airbnb sono più soliti a rifiutare ospiti afroamericani anche se ciò comporta delle perdite di entrate. Inoltre, si è assistito ad un forte aumento dei noleggi a breve termine nei quartieri neri. Airbnb ha creato una nuova categoria di alloggi in affitto: gli affitti a breve termine che sono un divario tra gli affitti tradizionali residenziali e gli alloggi in hotel. I sostenitori di Airbnb lottano per l'aggiornamento della regolamentazione in modo da favorire l'economia della condivisione mentre gli oppositori sostengono che Airbnb abbia come obiettivo quello di evitare la tassazione e la regolamentazione. Vediamo i risultati alle domande elencate precedentemente e che sono state studiate nell'articolo:

1. Dove si trova l'attività di Airbnb a New York e come sta cambiando: Nell'ultimo anno a New York la crescita di Airbnb è avvenuta ma in modo più lento rispetto al passato. Le entrate totali degli host sono cresciute del 14% tra 2016 e 2017 (rallentando rispetto all'anno precedente dove erano cresciute del 35%). La crescita rimane invece notevole nei quartieri come nord Brooklyn e nord Manhattan. Poco più del 50% degli elenchi di prenotazioni si trovano a Manhattan (diminuendo rispetto all'anno precedente) mentre il 37% a Brooklyn, in aumento invece rispetto all'ultimo anno; quindi si è alternato al declino di Manhattan l'aumento di Brooklyn. Manhattan, Midtown, West Side e Lower East Side hanno visto la massima concentrazione dell'attività di Airbnb; fuori dall'isola di Manhattan, solo Williamsburg a Brooklyn è paragonabile. Negli ultimi due anni, tuttavia, stanno emergendo nuovi hotspot a Brooklyn (Bushwick e Bedford-Stuyvesant), Manhattan (la tomaia West Side e Harlem) e New Jersey (Jersey City). Per la stragrande maggioranza gli elenchi di Airbnb sono quelli di interi appartamenti e rappresentano il 75% delle entrate totali. Gli elenchi di stanze private invece sono più comuni al di fuori delle aree centrali. Questa proporzione varia però geograficamente e nel tempo; infatti Manhattan per esempio ha una percentuale molto più alta di elenchi di case complete rispetto a Brooklyn. Per quanto riguarda gli elenchi Airbnb che sono ritenuti illegali a New York, secondo la legge sull'abitazione multipla, i noleggi a breve termine di meno di 30 giorni sono ritenuti illegali negli edifici con tre o più unità a meno che il proprietario non sia presente; quindi la maggior parte dei noleggi con soggiorno minore di 30 giorni in case intere è illegale e questa percentuale si trova tra l'85 e l'89%. In un mese si è stimato l'illegalità del circa 45% degli elenchi attivi di Airbnb.
2. Chi guadagna da Airbnb a New York: Le entrate di Airbnb sono distribuite in modo non uniforme tra gli host di New York e tra le varie zone (come tra Manhattan e Brooklyn). Gli host che dispongono di più case complete o di più stanze private sono il 12% ma guadagnano più di un quarto delle entrate totali a New York. La concentrazione delle entrate in un segmento così ristretto di host è la causa di molti dibattiti. Con il termine "condivisione domestica" si intende la famiglia che sporadicamente decide di affittare una stanza nella loro casa oppure affittare l'intera casa per un periodo limitato di tempo mentre sono fuori città. Questa forma di condivisione di host occasionali è molto usata a New York, soprattutto nella stagione estiva. Nonostante ciò però la percentuale di host occasionali sia molto alta, i loro noleggi effettivi sono in minoranza e i loro guadagni bassi. Gli host commerciali sono invece coloro che posse-

gono più di un appartamento o più stanze singole, oltre all'alloggio personale, nell'elenco di Airbnb. Questi guadagnano invece in modo spropositato, anche se con un margine decrescente negli ultimi anni, come detto precedentemente; a New York in particolare sono presenti sette grandi host che controllano più di 100 annunci, e la maggior parte di questi sono costituiti da società di affitti. Inoltre, sono aumentati gli elenchi di stanze singole a discapito degli appartamenti interi. Questa è una nuova strategia adottata dagli host di New York.

3. Quante abitazioni sono state rimosse dal mercato con l'ingresso di Airbnb: Airbnb ha rimosso tra i 7000 e i 13500 alloggi nel mercato degli affitti di lungo termine. Un'analisi cluster ha dimostrato che 4700 elenchi di stanze private sono in realtà “hotel fantasma” che contengono più stanze in uno stesso edificio, tattica usata dagli host per sfuggire al controllo normativo sulle case intere (79% in più rispetto al 2015). Questi guadagnano il 27% in più rispetto alle camere private. Ogni casa intera che viene offerta nel breve termine su piattaforme come Airbnb, a sua volta diventa un appartamento sottratto al mercato immobiliare del lungo termine, mentre ogni stanza singola si ritiene abbia meno impatto in tale mercato. Ma resta comunque difficile stabilire la soglia per cui un'inserzione di Airbnb abbia lasciato il mercato immobiliare di lungo periodo poiché è possibile ci siano persone che pure avendo viaggiato tanto durante l'anno, siano riuscite a mantenere l'unità abitativa come residenza principale pur continuando a noleggiarla su Airbnb. Ci sono host che invece possono aver fissato un prezzo troppo alto, oppure che si trovano in una zona a bassa domanda e quindi da non riuscire a noleggiare la propria abitazione a lungo. Lo studio ha usato due parametri per stimare la frequenza di utilizzo di Airbnb: il numero di giorni all'anno in cui la proprietà viene prenotata e occupata, e il numero di giorni l'anno in cui viene resa disponibile per essere noleggiata. Si definisce come “frequentemente affittato” se ha 60 giorni di occupazione e 120 di disponibilità; “molto frequentemente affittato” se ha 120 giorni di occupazione e 240 di disponibilità. Impostate queste soglie, 12200 elenchi di case intere risultano frequentemente affittati e 5600 molto frequentemente affittati.
4. Airbnb sta guidando la gentrificazione a New York? Dal momento che Airbnb ha eliminato dal mercato degli affitti a lungo termine tra i 7000 e i 13500 alloggi, ci si chiede fino a che punto Airbnb sta alimentando la gentrificazione ed inoltre Airbnb ha aumentato l'affitto medio a lungo termine dell'1,4% negli ultimi tre anni, guadagnando il 200% in più rispetto agli affitti tradizionali di lungo termine; solitamente queste aree sono non bianche al 72%. Airbnb sta creando un “divario locativo” tra l'uso tradizionale di locazione e quello nuovo; sta portando alla gentrificazione in un certo numero di quartieri di Manhattan e Brooklyn. I ritorni economici in uno stesso appartamento sono più alti rispetto al passato grazie al fatto che Airbnb fornisce un flusso di entrate che non comporta grandi investimenti da parte dei proprietari. Quartieri come Midtown Manhattan, Lower East Side e Williamsburg, sono tutti “post-gentrificati”, nel senso che hanno visto aumenti massicci degli affitti e massicci spostamenti negli ultimi decenni, ed ora sono stati trasformati, in misura maggiore o minore, in quartieri ricchi. Negli ultimi anni, degli studi hanno dimostrato che

Airbnb è fonte di forte discriminazione razziale, e gente con nomi afroamericani ha una probabilità del 16% in meno che le loro richieste di prenotazione siano accettate rispetto a quelle di ospiti bianchi. Nello studio si è trovata una forte correlazione tra i ricavi dell'host e la percentuale di famiglie bianche quindi in altre parole i quartieri bianchi portano più entrate ad Airbnb. Mentre i noleggi a breve termine sono più in crescita nei quartieri neri, dove però c'è più probabilità di trovare host bianchi. Ma la crescita di Airbnb in questi quartieri si presume non porti ai benefici economici desiderati e per i residenti neri c'è la probabilità sei volte più grande che subiscano la perdita di alloggi.

Risultati

In sintesi, i risultati emersi sono i seguenti: Due terzi delle entrate derivano da annunci illegali per lo stato di New York. Si sono persi fino a 13500 alloggi di lungo periodo nel mercato degli affitti con l'ingresso di Airbnb nel mercato e riducendo il numero di abitazioni nel mercato tradizionale, Airbnb ha aumentato il prezzo medio di affitto di circa 1,4%. Sono nati un gran numero di "Hotel fantasma", ovvero la presenza di molte stanze in un unico appartamento e quest'ultimi hanno portato alla rimozione di affitti a lungo termine nel mercato e sono usati da Airbnb come una tattica commerciale per evitare il controllo normativo. Gli host che controllano più appartamenti sono il 12% ma guadagnano il 28% delle entrate di New York; il 10% degli host ha guadagni del 48% delle entrate totali dell'ultimo anno, mentre l'80% degli host ha guadagnato solamente il 32%. Un host che in media ha degli appartamenti frequentemente affittati guadagna il 55% in più rispetto agli affitti a lungo termine dell'anno precedente. Questa disparità tra breve e lungo termine sta portando alla perdita di numerosi alloggi e alla gentrificazione. Airbnb fa più entrate nei quartieri bianchi piuttosto che in quelli non bianchi. Ma i quartieri che sono in più rapida crescita per Airbnb sono quelli afroamericani. Si verifica il fenomeno della gentrificazione razziale: in 72 quartieri neri di New York è cinque volte più probabile che gli host di Airbnb siano bianchi. Gli host bianchi nei quartieri neri hanno guadagnato circa 160 milioni di dollari al contrario degli host neri che ne hanno guadagnati solamente 48, quindi creando una disparità del 530%. La perdita di alloggi è più pericolosa per i quartieri neri e quasi due terzi della popolazione nei quartieri più ad alto rischio di gentrificazione indotta da Airbnb non è bianca poiché Airbnb ha un forte impatto razziale in tutta la città.

2.3 “Airbnb Usage Across NY City Neighborhoods: Geographic Patterns and Regulatory Implications [13]”

Lo studio

Il terzo studio è quello condotto da Peter Coles, Michael Egesdal, Ingrid Gould Ellen, Xiaodi Li e Arun Sundararajan; esso tratta dei modelli di utilizzo di Airbnb nei quartieri di New York e come varia in questi la regolamentazione negli anni che vanno dal 2011 al 2016.

I dati ed i risultati

I dati sono stati forniti dalla piattaforma stessa e dall'indice Zillow Rent. La prima scoperta è stata che le inserzioni di Airbnb stiano diventando sempre più geograficamente disperse nel tempo, sebbene comunque la centralità rimanga di fondamentale importanza per gli annunci di Airbnb. La distanza dai quartieri centrali come dall'Empire Building è aumentata da 4,6 a 6 Km nel 2016; ma nel 2016 il 28% delle inserzioni prenotate su Airbnb si trova a 3 Km dal centro, il 46% entro i 5 Km e l'87% entro i 10. Lo studio ha inoltre dimostrato che la quota di unità abitative prenotate più di 180 notti nel 2016 varia dallo 0,3% allo 0,5% nei quartieri che si trovano ad una distanza massima di 3 Km dallo State Building e scende dello 0,1% nei quartieri più lontani di 10 Km. In media solamente il dieci per cento delle inserzioni immobiliari di Airbnb vengono noleggiate per più di 180 notti all'anno, con un utilizzo maggiore nei quartieri ad alto reddito ed inoltre si ha più affluenza di inserzioni nei quartieri con una quota relativamente alta di giovani con un'età compresa tra i 25 e i 34 anni. Per ogni chilometro aggiuntivo dall'Empire State l'intensità dell'elenco di Airbnb diminuisce circa dello 0,2 punti percentuali. Però i quartieri con redditi mediani aumentano sempre più di popolarità e quindi a sua volta aumentano gli elenchi di stanza disponibili. L'incentivo per i proprietari di convertire affitti di lungo in breve termine va scemando nel tempo; infatti rispetto agli affitti a lungo termine, emerge che quelli a breve termine siano meno redditizi rispetto a come si suppone solitamente; lo diventano invece nei quartieri con basso-medio reddito e nelle zone meno centrali. Gli affitti a breve termine, in particolare, emergono sempre di più negli ultimi anni grazie alla nascita di queste nuove piattaforme come Airbnb, portando a dei cambiamenti come il fatto che abitazioni che prima erano di uso univocamente residenziale, adesso invece hanno una mista destinazione. Per raggiungere con il breve termine i ricavi che si hanno con quello a lungo termine, gli host dovrebbero affittare la loro casa per almeno 216 giorni l'anno (break-even, numero di notti di noleggio a breve termine); ma calandosi nel contesto di New York del 2017, il numero medio di notti prenotate è di 46. Emerge inoltre dallo studio che mentre il prezzo per i noleggi a breve termine offerto da Airbnb diminuisce con la distanza dalle zone centrali (Empire State Building), il gradiente di distanza per gli affitti a breve termine è considerato più basso di quello degli affitti a lungo termine; ovvero il mercato a breve termine non pone come un premio la vicinanza nel centro città come invece fa il mercato a lungo termine. Per quanto riguarda la regolamentazione si è optato per l'imposizione di tasse che variano in base all'intensità di utilizzo, e questo potrebbe scoraggiare la conversione dei noleggi dal lungo al breve termine. Inoltre, approcci troppo personalizzati potrebbero essere difficili da gestire e amministrare.

Il noleggio a breve termine e senza dubbio cresciuto, ma questo ha i suoi benefici e i suoi costi. Da una parte il noleggio a breve termine crea un grande valore in termini di guadagno sia per gli host che per i viaggiatori, poi questo tipo di affitto essendo maggiormente presente in zone meno centrali dove gli hotel non sono presenti fa sì che il turismo arrivi anche nei quartieri residenziali secondari. Dall'altra parte invece, lo studio dimostra come la diffusione del noleggio a breve termine porti esternalità negative al vicinato/quartieri circostanti. Numerose interviste hanno riportato le lamentele della gente che abita in quartieri interessati dai noleggi, per i rumori e la poca tranquillità che frequenti noleggi a breve termine possono causare. Un'altra conseguenza negativa è la presenza di volti non familiari negli edifici che

portano alla diminuzione degli affittuari nel lungo termine. Alcune ricerche suggeriscono che la mancanza di coesione del vicinato possa poi sfociare nell'aumento del crimine e ad una minore fiducia nel vicinato. La preoccupazione maggiore, però, più espressa su Airbnb come nelle altre attività di noleggio a breve termine, è che tale attività possa portare i proprietari a convertire i noleggi di lungo in breve termine riducendo drammaticamente la disponibilità di affitti di lungo termine nelle città. Tale problema affligge molto città come New York e San Francisco, dove si sono verificati aumenti dei prezzi delle case e degli affitti. Questa, al contrario delle precedenti, viene definita come esternalità pecuniaria che potrebbe estendersi nell'intero mercato immobiliare. Molte città che hanno registrato l'aumento dei prezzi dei noleggi a lungo termine hanno anche sperimentato tassi di crescita della popolazione che superano di gran lunga la crescita delle loro abitazioni, che è spesso limitata dalle barriere normative. Quando la domanda di noleggio a breve termine aumenta, esercitando pressione sul rialzo dei prezzi, gli host possono facilmente rendere disponibili i loro spazi vuoti, mentre l'offerta di noleggio a lungo termine è meno sensibile ai cambiamenti della domanda. Altra nozione emergente dal seguente studio è che gli elenchi di stanze singole sono cresciute più rapidamente rispetto agli elenchi di case intere, soprattutto nei quartieri a basso reddito. Questo sta a dimostrare che gli host nelle aree a basso reddito sono più propensi a condividere uno spazio libero nella loro residenza principale. Nel 2011, il 68% era rappresentato dal noleggio di case intere, mentre questa quota è scesa al 53% nel 2016; ma comunque entrambi gli annunci sono cresciuti ogni anno durante il periodo di studio. Le case intere invece sono più concentrate a Manhattan.

La regolamentazione

Per quanto riguarda le risposte regolatorie per l'espansione dell'attività di noleggio a breve termine emerse nello studio si dimostra come le città stiano modernizzando le normative esistenti e ne stiano anche adottando di nuove. Sicuramente c'è una grande diversificazione tra i vari quartieri; e poiché la maggior parte degli host sono utenti occasionali e molti affittano stanze singole piuttosto che interi appartamenti, è probabile che esista una regolamentazione sufficiente per questo caso e sia per gli host dedicati. La maggior parte delle città del mondo hanno adottato una vasta gamma di approcci regolamentari per gli affitti a breve termine. In primis si vuole garantire che siano pagate le tasse anche per questo tipo di attività; da una parte c'è chi richiede direttamente agli host di mandare le tasse direttamente al governo (come ad esempio avviene a San Francisco), dall'altra c'è chi lo chiede alla piattaforma (come ad Amsterdam, Londra e Lisbona). Per quanto riguarda la qualità, pulizia e la sicurezza la maggior parte delle città le delega alle piattaforme tramite sistemi di reputazione basati su feedback. Vengono adottati diversi approcci in diverse località dai governi, come ad esempio:

- Squalifiche: alcuni comuni come New Jersey o Santa Monica hanno emanato divieti sui noleggi a breve termine o imposto restrizioni su particolari proprietà e quartieri. A Portland per esempio si vietano gli affitti a breve termine in case unifamiliari non occupate dal proprietario. A New Orleans gli affitti a breve termine sono proprio vietati in certi quartieri o si delimitano certe zone. Ogni abuso viene punito con multe molto salate. Questi metodi non sono sempre

ritenuti efficienti poiché certe volte un’attività di breve termine ha dei benefici maggiori dei costi sociali.

- Limiti sul numero di notti di noleggio a breve termine: certe giurisdizioni pongono dei limiti sul numero di notti in cui un alloggio può essere affittato nel breve termine. Questo limite è stato imposto per far sì che un proprietario sia disincentivato a convertire un affitto di lungo termine in uno a breve. In Giappone per esempio il limite è di 180 notti l’anno, a Londra scende invece a 90. Questo limite però solitamente non si applica ai soggiorni “ospitati” ovvero a quelli in cui l’host è presente durante il soggiorno. Questo fa sì che siano colpiti gli host commerciali piuttosto che quelli occasionali e si avvantaggino soprattutto i quartieri a basso reddito dove la maggior parte degli affitti sono quelli “ospitati” e quindi esenti dal limite.
- Limiti al numero di unità di noleggio a breve termine: alcune città distinguono residenze permanenti (occasionalmente affittata) e noleggi dedicati al breve termine; queste due categorie sono trattate in maniera diversa. Questo perché le esternalità negative sono minime fino a quando i noleggi a breve termine sono una piccola percentuale sul patrimonio abitativo; a Portland per esempio, il consiglio comunale ha approvato una legge che limita il numero di unità occupate da non proprietari in edifici multifamiliari che possono essere registrati come affitti a breve termine. La città di Nashville ha adottato un limite sul numero di proprietà di affitto a breve termine per le famiglie non occupate non di proprietà. Chicago limita invece il numero di unità in un edificio che possono essere usate come affitto a breve termine indipendentemente dall’occupazione del proprietario, tale limite è sei oppure un quarto dell’unità abitativa. Questa classe di regolamentazione sembra essere più efficiente dei divieti definitivi.
- Regolamentazione dell’attività tramite tasse e imposte: tasse e imposte vengono applicate sull’uso, questo per far sì di limitare le attività che generano esternalità negative. Queste tasse assumono diverse forme: nella maggior parte delle città la maggior parte degli ospiti devono pagare una tassa di soggiorno transitoria, in altre città sono gli host che sono tenuti a pagare le tasse di registrazione annuale per operare in modo legale con i noleggi a breve termine. Queste tasse oltre a rappresentare delle entrate per la città interessata, possono essere una leva efficiente per regolare le attività e se aumentano con l’uso possono disincentivare i proprietari alla conversione di affitti da lungo a breve termine. A Portland, per esempio, le tasse di registrazione aumentano con il numero di unità registrate dagli host, questo per far sì che le tasse siano bilanciate all’host in questione. Host attivi e più benestanti, che possiedono più unità da affittare possono sicuramente permettersi una quota di iscrizione fissa, cosa che invece non possono permettersi host occasionali e che possiedono magari una sola unità abitativa. Così un modo per distinguere un host commerciale da uno occasionale è quella di fissare una soglia e consentire agli host di affittare la propria unità fino ad un certo numero di notti senza pagare nessuna commissione e addebitare in seguito una quota che aumenta in proporzione all’utilizzo. Questo approccio è più soft rispetto a quello della tariffa

fissa così da non scoraggiare gli utenti più occasionali e non commerciali della piattaforma.

- Regolazione localizzata: ci sono giurisdizioni che non hanno adottato regole generali a livello di città, ma a livello di quartieri, in modo da essere più flessibili poiché alcuni quartieri possono offrire più attività turistiche rispetto ad altri. Il livello di esternalità può quindi dipendere dal quartiere in questione e quindi necessita di una risposta localizzata.

2.4 “The welfare effects of peer entry in the accommodation market: the case of Airbnb [14]”

Lo studio e i dati

Questo quarto studio, fatto a Cambridge nel 2018 da Ferronato e Fradkin, analizza l'effetto dell'ingresso di Airbnb sul benessere totale e nel settore alberghiero. I dati di tale studio sono presi sia dai dati proprietari di Airbnb che da Smith Travel Research (STR) che tiene traccia dei dati di domanda e offerta nel settore alberghiero, tutti riguardano 50 grandi città degli Stati Uniti nel 2013 e 2014; emerge un'alta eterogeneità negli elenchi di Airbnb nel tempo e nello spazio, poiché gli host decidono di entrare nel mercato quando lo ritengono opportuno ed in genere quando i rendimenti attesi sono alti, i costi bassi e la domanda in crescita. Le stime sono state fatte anche considerando dei dati provenienti da sondaggi riguardanti le seconde scelte preferite dai viaggiatori di Airbnb, che consentono di identificare la sostituzione tra l'opzione di Airbnb e quella degli hotel; Airbnb ha condotto sondaggi di ospiti in quattro delle città campionate ponendo la domanda: "Se Airbnb non fosse stato disponibile, cosa avresti fatto?". Tra il 58% e l'81% degli ospiti di tutte le città ha dichiarato che avrebbero alloggiato in un hotel. Una media semplice tra le città produce una quota di sostituzione del 68% verso gli hotel. La quota di viaggiatori di Airbnb che non avrebbe in effetti prenotato una camera d'albergo varia tra il 42% a Portland e il 63% a New York. Poiché gli annunci di Airbnb sono in media più grandi delle camere d'albergo e possono ospitare più ospiti, adeguiamo le quantità in modo tale che la capacità delle camere sia paragonabile tra gli annunci di Airbnb e le camere d'albergo. Si presenta un modello di concorrenza tra gli host e gli hotel (incumbent) che offrono prodotti differenziati. In tale modello, i servizi di hosting possono essere forniti da host dedicati ed host flessibili e si ha un componente a breve e lungo periodo. Si analizzano le principali città degli Stati Uniti quantificando gli effetti del benessere di Airbnb sui viaggiatori, sugli ospiti, sugli hotel ed in generale sul benessere complessivo. Per quanto riguarda i viaggiatori, questi beneficiano di Airbnb per due motivi: in primo luogo perché scelgono tra una vasta gamma di prodotti differenziati offertogli da Airbnb rispetto a quelli degli hotel; in secondo luogo, con la concorrenza creata con gli hotel, Airbnb espande il numero di stanze disponibili. Questo secondo effetto risulta particolarmente importante durante i periodi di picco e di forte domanda, quando l'host ha costi marginali bassi e quando gli hotel invece hanno un costo elevato di investimento. Da ciò si può affermare che il surplus del consumatore aumenta nei giorni di picco della domanda. Dallo studio emerge che il benessere si concentra in località e tempi quando gli hotel sono soggetti a limitazioni di capacità. Questo avviene perché gli host rispondono in modo

flessibile alle condizioni del mercato, espandendo l’offerta man mano che gli hotel si riempiono. È emerso che Airbnb ha generato \$ 41 di surplus del consumatore per camera-notte e \$ 26 di eccedenza ospite, riducendo al contempo i profitti degli hotel variabili dagli alloggi fino al 3,7%. Ciò ha comportato un guadagno totale di benessere di \$ 137 milioni nel 2014 da Airbnb in queste città e questo effetto è stato concentrato in località come New York e periodi come capodanno, in cui la capacità alberghiera era limitata. Il ruolo di Airbnb è quello di ridurre i costi di ingresso per gli host, che sono simili in tutte le città mentre i vantaggi dei viaggiatori variano. Lo studio fa evincere nel lungo periodo una maggiore entrata di offerta paritaria di Airbnb nelle città con prezzi e tassi di occupazione più elevati e costi marginali inferiori. I prezzi ed i tassi di occupazione dipendono a loro volta dalla tendenza e dalla variabilità del numero di viaggiatori e dai vincoli geografici e burocratici dell’espansione della capacità alberghiera. Come costo marginale si intende anche il rischio percepito nell’ospitare estranei che è più elevato nelle famiglie con bambini piuttosto che per gli adulti non sposati e senza figli. Le cifre confermano che le città con più adulti non sposati e meno figli sono quelle in cui Airbnb rappresenta una quota maggiore di camere di alloggio. L’espansione di un’offerta flessibile, come lo è quella di Airbnb, è sicuramente più alta in città come New York dove la domanda è in crescita ed è molto variabile, dove gli hotel sono limitati in capacità e gli host hanno costi marginali bassi. Nel lungo periodo infatti l’offerta tra pari è maggiore quando i prezzi degli hotel sono più alti a causa dei vincoli normativi e geografici che questi hanno. Gli hotel in genere non hanno una capacità dedicata sufficiente ad assorbire tutti i potenziali viaggiatori nei momenti di picco della domanda. Al contrario, gli host sono in grado di fornire forniture aggiuntive durante i periodi di punta, quando le loro camere sono particolarmente preziose per i viaggiatori. In secondo luogo, poiché per gli hotel qualsiasi aggiustamento avviene sotto forma di nuovi edifici alberghieri questo richiede da 3 a 5 anni, una crescita imprevista della domanda creerà una fornitura dedicata insufficientemente bassa e indurrà l’ingresso di venditori flessibili. Nel breve periodo invece, gli host decidono se ospitare o meno in un particolare giorno, e sono reattivi alle condizioni del mercato ospitando quando i viaggiatori quando i prezzi sono alti mentre useranno i loro alloggi per uso personale quando i prezzi del mercato sono bassi. Gli hotel, al contrario, hanno un numero fisso di camere dedicate ai viaggiatori e sono limitati da ciò non riuscendo ad espandere la capacità durante i picchi di domanda. Queste differenze sopra citate dimostrano la differenza dell’elasticità dell’offerta da parte dei pari che risulta essere doppia a quella degli hotel.

Risultati

I risultati finali per le prime 10 città degli Stati Uniti sono che l’utilità dei consumatori per Airbnb è inferiore a quella degli hotel ma che comunque le preferenze per Airbnb aumentano tra il 2013 e il 2014 e che più ci avviciniamo alla data di fine campionamento, più l’utilità media delle inserzioni di Airbnb di qualità superiore è vicina all’utilità media degli hotel di lusso. Sempre in queste 10 città in assenza di Airbnb, il benessere totale sarebbe inferiore (diminuirebbe di \$ 137 milioni e il surplus del consumatore diminuirebbe di \$ 276 milioni), i viaggiatori ed host sarebbero risultati peggiori, mentre gli hotel trarrebbero vantaggio da una minore concorrenza. La riduzione del surplus del consumatore se Airbnb non esistesse si verifica perché meno viaggiatori prenoterebbero le camere, ed i viaggiatori che

finiscono per prenotare camere d'albergo pagherebbero prezzi più alti; in assenza di un'offerta paritaria, i viaggiatori non potrebbero facilmente trovare una camera d'albergo sostitutiva perché gli hotel sarebbero stati completamente prenotati. In effetti, scopriamo che circa la metà delle prenotazioni di Airbnb non sarebbero state soggiorni in hotel se Airbnb non fosse esistito. La concentrazione delle prenotazioni di Airbnb nelle città e nei periodi di picco della domanda suggerisce che, in assenza di Airbnb, gli hotel sarebbero limitati nella loro capacità di aumentare il numero di camere prenotate - erano già operative o vicine a piena capacità - ma sarebbero invece in grado di aumentare i prezzi. Le entrate per gli hotel aumenterebbero quindi dell'1,54% ed i profitti aumenterebbero probabilmente di una percentuale maggiore. Le stime suggeriscono in realtà che i profitti variabili degli hotel potrebbero aumentare fino al 3,69% nelle 10 città del nostro campione; infatti per lo stesso livello di domanda e capacità alberghiera, l'effetto sui ricavi degli hotel è maggiore se vi sono più elenchi di Airbnb. Se gli hotel non avessero vincoli di capacità invece, aumenterebbero il numero di stanze vendute del 2%. Abbiamo dimostrato che l'offerta di Airbnb è altamente reattiva al prezzo, più degli hotel: un piccolo aumento di prezzo dovuto alla forte domanda aumenta notevolmente il numero di camere prenotate su Airbnb, e questo aumento è doppio rispetto agli hotel. L'offerta di Airbnb non cresce in modo casuale, è più ampia nelle città con alti redditi da hotel e nei periodi di forte domanda all'interno di ogni città.

2.5 “Efficiencies and regulatory shortcuts: how should we regulate companies like Airbnb and Uber? [15]”

Lo studio

Il seguente è lo studio di Benjamin G. Edelman e Damien Geradin pubblicato nel 2015 che tratta di come regolamentare aziende come Airbnb e Uber e le efficienze che vengono apportate dallo sviluppo di queste piattaforme. Queste nuove piattaforme tecnologiche tendono ad essere in tensione con i quadri normativi esistenti e molti dei regolamenti già in uso sono molto più protettivi nei confronti degli operatori storici piuttosto che verso i consumatori. C'è invece chi sostiene che queste piattaforme violino leggi importanti e impongano una vasta gamma di costi al pubblico. Anche i critici più severi di queste piattaforme però tendono a riconoscere che le piattaforme software offrono enormi efficienze, tra cui la facilitazione dell'uso delle risorse, nonché maggiore convenienza, informazioni, prezzi migliori e altro ancora. Inoltre, non esiste una base adeguata a vietare l'ingresso nei mercati in questione. Alcune attività suscitano comunque preoccupazioni reali, in particolare se violano leggi e regolamenti che affrontano le esternalità e altri importanti obiettivi politici. Per queste piattaforme servirebbe una politica che consenta sia l'efficienza che queste piattaforme vogliono offrire e nello stesso tempo garantire che offrano adeguatamente i diritti dei consumatori e di terzi. Le piattaforme, nello stesso tempo, devono preoccuparsi di garantire protezione vera ai consumatori.

Forme di efficienza fornite dalle piattaforme

In una prima sezione, lo studio elenca le varie forme di efficienza fornite dalle nuove piattaforme software, tra cui la riduzione dei costi di transazione, il miglioramento dell’allocazione delle risorse e l’efficienza delle informazioni e dei prezzi.

1. Riduzione dei costi di transazione: la tecnologia consente una diminuzione dei costi di transazione per gli host, che in maniera più semplice e veloce possono condividere informazioni sul loro appartamento e contemporaneamente rendere la ricerca più semplice lato consumatore. Questo a sua volta porta alla distribuzione di più informazioni ed a una comunicazione più diretta tra chi offre e chi domanda.
2. Miglioramento allocazione delle risorse: in passato non era contemplata l’opzione che un proprietario di casa affittasse il proprio alloggio magari solo per un week-end o per qualche giorno, solo un’assenza prolungata lo avrebbe indotto a fare uno sforzo ed affrontare i costi di transazione. Le nuove piattaforme promuovono invece l’uso efficiente delle risorse anche per un periodo breve di sottoutilizzo riducendo i costi.
3. Efficienza, reputazione e responsabilità delle informazioni: con efficienza delle informazioni si intende prendere decisioni migliori in merito all’allocazione per scoraggiare comportamenti indesiderati. In particolare, le piattaforme raccolgono informazioni che sono altrimenti difficili da osservare sia perché sono decentralizzate (in numerose aree geografiche) e sia perché i fornitori di servizi hanno tutti gli incentivi per nascondere attività di bassa qualità. Quindi possono facilmente chiedere ai clienti le esperienze che hanno appena completato e raccogliere informazioni sulla maggior parte o su tutte le transazioni anziché sulle poche verificate da un’ispezione casuale. Con queste informazioni, le piattaforme possono eliminare i fornitori di servizi di bassa qualità e rivolgersi ad altri per la riparazione. Le piattaforme possono utilizzare sistemi simili per valutare i clienti.
4. Efficienza dei prezzi: grazie alla presenza di informazioni in tempo reale sulle condizioni del mercato e grazie alle comunicazioni facilitate tra tutte le parti del mercato.

Osserviamo che queste efficienze sono disponibili anche per gli operatori storici poiché le nuove piattaforme software utilizzano tecnologie standard ampiamente disponibili e nulla impedisce a qualcuno di adottarle. Man mano che gli operatori storici si spostano in ambienti di contrattazione elettronica, in genere possono regolare i prezzi altrettanto facilmente delle nuove piattaforme software. Esistono alcuni casi, per esempio, in cui hotel offrono persino le proprie camere su Airbnb. Pertanto, se un operatore storico vuole abbracciare l’efficienza delle nuove piattaforme, ma per qualsiasi motivo non può fornire il proprio software (forse a causa della mancanza di capacità tecniche, scala insufficiente o abilità di marketing limitata per avvisare i clienti del suo servizio), generalmente può utilizzare le piattaforme software disponibili. Naturalmente un operatore storico che utilizza questa strategia sarebbe costretto a sottostare alle regole di tali piattaforme, compresi prezzi e commissioni, nonché potenziali restrizioni su future prenotazioni dirette. Allo stesso

modo, nulla impedisce a un consumatore di acquistare prodotti e servizi da operatori storici, nonché nuove piattaforme software o da più piattaforme software. Ad oggi, la crescita delle piattaforme software sembra innescare poche preoccupazioni sul diritto della concorrenza e, anche se alcune piattaforme software hanno dominato certi settori, vediamo pochi segni di struttura del mercato che impedirebbe l'ingresso o impedire agli operatori storici di fornire servizi simili nel come ritengono opportuno. Sono presenti però limiti notevoli derivanti dalle piattaforme, che certe volte portano gli operatori storici ad essere più efficienti; un esempio è il seguente: mentre un impiegato della reception di un singolo hotel può fornire il servizio di check-in per centinaia di unità, molti host Airbnb fanno fatica a fornire le chiavi agli ospiti. Sicuramente Airbnb e gli host, stanno già oggi elaborando meccanismi per eliminare questi tipi di problemi, come ad esempio l'installazione di dispositivi che facilitano l'accesso senza chiave e l'ammissione da remoto.

Quadri normativi

Nella sezione seguente dello studio invece vengono esplorati i quadri normativi. Da un lato, si suggerisce la necessità di adattare leggi e regolamenti per consentire alle piattaforme software di operare legalmente in modo che sia i fornitori di servizi che i consumatori possano godere dell'efficienza che queste piattaforme cercano di offrire. Allo stesso tempo, le piattaforme software non dovrebbero essere al di sopra della legge. In particolare, dovrebbero conformarsi ai requisiti normativi necessari per correggere autentici fallimenti del mercato e tali requisiti dovrebbero rimanere in vigore. Pertanto, non si vuole favorire la "deregolamentazione", ma piuttosto un quadro normativo aggiornato che sia sufficientemente flessibile per consentire alle piattaforme software di funzionare e fornire le loro efficienze, garantendo allo stesso tempo che fornitori di servizi, utenti e terze parti siano adeguatamente protetti dai danni che potrebbero derivare da servizi forniti attraverso queste piattaforme. La maggior parte delle volte capita che i sistemi di regolamentazione vanno a vantaggio delle imprese regolamentate piuttosto che dei consumatori; questo poiché è possibile che i regolatori siano collegati con le imprese regolate. Sarebbe necessaria una politica che dovrebbe garantire che le attività delle piattaforme software non siano vietate o rese inutilmente difficili da restrizioni che hanno poco scopo oltre a proteggere gli operatori storici, poiché tali impedimenti potrebbero bloccare le efficienze sopra descritte ed inoltre, sembra che i consumatori continueranno probabilmente a utilizzare queste piattaforme indipendentemente dal fatto che siano tecnicamente illegali. Quest'argomento è tutt'ora fonte di numerosi dibattiti, e apre le strade a diverse alternative; come ad esempio una possibile strategia proposta è quella di ridurre lo schema normativo generale, sia per gli operatori storici che per i concorrenti, ad esempio rinunciando o annullando determinati requisiti per entrambi i gruppi. Un regolamento non dovrebbe bloccare l'innovazione e i nuovi servizi. Il primo convincente motivo per fare un intervento normativo è la prospettiva di fallimento del mercato e una serie di relazioni che impediscono le transazioni del mercato per garantire gli interessi di tutti e le esternalità. I fallimenti di mercato sono provocati da tanti fattori come:

1. Esternalità: Negli affitti a breve termine, le esternalità più frequenti provengono dai cambiamenti che avvengono in un quartiere; molto spesso i vicini si lamentano degli inquilini di Airbnb ed è plausibile che gli inquilini di Airbnb

creino esternalità negative come il consumo di risorse pubbliche rivali (parcheggi), la mancata cura di risorse condivise e la percezione di non essere tanto responsabili delle loro azioni poiché tanto non fanno parte di quella comunità. In certi condomini infatti si verifica che il responsabile dell’edificio possa limitare gli inquilini a breve termine. Questo è giusto per un host? Che si vede costretto a dover chiedere al vicinato il permesso di affittare il proprio appartamento? Questi sono soluzioni e dibattiti tutt’oggi aperti e non esiste una risposta o una soluzione univoca.

2. Asimmetrie informative: sono un altro buon motivo per un intervento normativo. Nel contesto delle piattaforme troviamo asimmetrie nei diversi gruppi: piattaforme, consumatori e fornitori di servizi, ma in pratica i maggiori problemi tendono a derivare da informazioni non disponibili per consumatori o fornitori di servizi. Se si considera per esempio che un consumatore non sa quali rischi per la sicurezza sono associati ad una proprietà Airbnb, un livello minimo di precauzioni o protezioni potrebbe quindi aumentare il benessere del consumatore stesso. Le piattaforme software cercano in gran parte di garantire la qualità attraverso sistemi di reputazione, gli ospiti di Airbnb esaminano gli host, avvisando gli altri di potenziali deficit. Ma una domanda chiave è quanto funzionino bene questi meccanismi di valutazione? l’analisi di Airbnb indica che i non revisori tendono ad avere esperienze peggiori rispetto ai clienti che inviano recensioni, i consumatori sembrano trovare spiacevole o altrimenti costoso lasciare una valutazione negativa, forse per paura che gli host potrebbero conoscerli e potrebbero essere in grado di vendicarsi al di fuori della piattaforma (non irrealistico data l’interazione tra clienti e fornitori di servizi di piattaforme software che spesso apprendono un nome del cliente, indirizzo di residenza e altro). Le recensioni negative veritiere sono un bene pubblico, disponibili a tutti, ma senza alcun beneficio diretto per un collaboratore. Questi problemi mettono in qualche modo in discussione l’efficacia di questi sistemi di valutazione, ma nel complesso si ritiene efficace questo metodo. Tuttavia, le informazioni rimangono limitate e, anche con l’aumentare della divulgazione, alcuni clienti potrebbero essere meglio serviti da requisiti normativi piuttosto che da lunghe divulgazioni.
3. Distorsioni cognitive: Anche quando gli utenti hanno accesso a informazioni pertinenti, la loro valutazione del rischio può essere compromessa da pregiudizi cognitivi che possono portarli a prendere decisioni irrazionali. I pregiudizi cognitivi possono derivare da una varietà di fattori tra cui ignorare informazioni pertinenti, basarsi su informazioni non pertinenti o dare peso eccessivo a una caratteristica non importante ma saliente di un problema. L’intervento normativo può essere auspicabile in casi in cui gli utenti o i fornitori di servizi potrebbero non essere in grado di valutare correttamente i rischi e quindi non prendere le opportune precauzioni.
4. Fornire un servizio completo anche a gruppi sfavoriti: La maggior parte dei regimi regolamentari richiede un servizio completo per i gruppi sfavoriti, tra cui le minoranze razziali, gli utenti e le regioni a basso reddito. Le piattaforme software tendono a eludere questi requisiti, sia attraverso il processo decisionale decentralizzato che favorisce le preferenze individuali rispetto ai

mandati del governo, sia attraverso implementazioni software che altrimenti non richiedono la conformità. Una prima sfida è garantire che il servizio sia disponibile per tutte le origini all'interno di una regione di servizio. Ad esempio, gli hotel sono generalmente tenuti a fornire una certa percentuale di camere accessibili a persone con disabilità e queste camere sono in qualche modo meno redditizie rispetto ad altre; ciò spinge gli hotel a costruire il minimo richiesto e dove queste strutture non sono richieste, gli hotel potrebbero non fornirli affatto. Pertanto, non sorprende che Airbnb abbia poche proprietà accessibili ai disabili, poiché gli host non sono incentivati a farlo. Ci si chiede quindi se le piattaforme software debbano essere soggette a obblighi per servire tutti i clienti, requisiti che per brevità chiamiamo "servizio universale". Si analizzano due modi distinti per assicurare il servizio universale nel contesto delle piattaforme software. In primo luogo, la regolamentazione potrebbe richiedere alle piattaforme software di fornire la loro giusta quota di servizio universale, probabilmente nella stessa proporzione richiesta agli operatori storici. Ciò porrebbe fine alla distorsione dei prezzi tra piattaforme software e operatori storici e assicurerebbe la piena accessibilità delle piattaforme software a tutti i clienti interessati. In alternativa, potrebbe essere altrettanto fattibile per le autorità pubbliche designare un fornitore di servizi universali e, nella misura necessaria, compensare tale operatore per i costi di fornitura di tale servizio.

Tra le strategie di aumento delle entrate dei governi ci sono le tasse sulla maggior parte dei beni e servizi, ed è difficile vedere una base di principio per cui le transazioni agevolate da una piattaforma software (come alloggi a breve termine) dovrebbero essere esenti. Ad oggi Airbnb riscuote e versa imposte in 16 città.

2.6 “The Visible Host: Does Race guide Airbnb rental rates in San Francisco? [16]”

Lo studio ed i dati

Ultimo studio di questa prima parte è quello condotto da Venoo Kakar, Julisa Franco, Joel Voelz, Julia Wu dell'università di San Francisco nel 2016. Questo articolo, diversamente da quelli visti fin ora, analizza l'effetto che hanno le informazioni disponibili online sulle decisioni dell'host e sui prezzi degli annunci. La città di interesse è San Francisco, con dati provenienti da più di 6000 annunci di Airbnb fino a settembre del 2015, fino ad arrivare a 2772 annunci appartenenti a 2161 host unici, dove ogni annuncio ha almeno 5 recensioni. Si è analizzato dell'host per ogni inserzione razza, sesso, informazioni biografiche, se i suoi ospiti fossero coppie etero o omosessuali, la provenienza di quest'ultimi. Si è visto che tra le coppie di ospiti la probabilità che almeno uno dei due fosse bianco era alta. Come variabile dipendente è stata usata il prezzo per unità di elenco per vedere come tutte le variabili indipendenti incidessero al variare di questo. Le variabili indipendenti sono state suddivise in quattro categorie: caratteristiche dell'ospite (razza, sesso, se coppia o singolo, orientamento sessuale), caratteristiche della scheda di noleggio (numero di camere da letto, bagni, se si affitta l'intero appartamento, numero massimo di ospiti possibili), recensioni degli utenti precedenti (che si pensi abbiano un impatto sul potenziale ospite, recensioni su pulizia, sugli host), ed infine il valore del vicinato (

quartieri più preziosi potrebbero richiedere costi di affitto più alti ma anche altrettanti costi di manutenzione più alti e quindi comportare tassi di noleggio più alti). Si sono stimati quattro modelli: il primo contenente le informazioni bibliografiche dell'ospite come variabile esplicativa, il secondo include il primo modello con i più le variabili delle recensioni degli utenti; il terzo modello include il secondo più le caratteristiche dell'unità di noleggio; il quarto modello include il terzo ed i valori di vicinato. I primi due modelli non hanno portato a delle buone stime avendo un R-quadro del 1% circa, mentre il terzo con un R-quadro del 68% viene definito un buon modello predittivo per le inserzioni di Airbnb a San Francisco. Il quarto modello ha un R-quadro di circa il 73% il che significa che tutte le nostre variabili esplicative sono in grado di spiegare il 73% della variazione in quotazione dei prezzi su Airbnb. Ad eccezione di alcune delle variabili di razza o di genere, tutte le altre variabili indipendenti sono risultate statisticamente significative. Le altre variabili Airbnb come camere da letto, bagni e il titolo di Superhost si è dimostrato essere coerente con l'intuizione e si è scoperto che influenza positivamente l'elenco prezzo; Solo il valore complessivo del punteggio della recensione, sebbene statisticamente significativo, aveva un segno opposto di quello atteso, ovvero negativo; questo potrebbe essere spiegato dal fatto che è ritenuto un parametro troppo soggettivo per essere ritenuto affidabile. La qualità o il valore del quartiere espresso dai prezzi degli immobili dovrebbe avere un impatto sulla quotazione prezzo. Ciò potrebbe avere un impatto sul prezzo sia dal lato acquirente che da quello dei venditori. Sul lato degli acquirenti, un quartiere di qualità superiore dovrebbe essere visto come più desiderabile e quindi giustifica un prezzo di affitto più alto mentre dal lato degli host, probabilmente un quartiere più costoso si traduce in maggiori costi ipotecari e di manutenzione deve riflettersi nelle tariffe di noleggio richieste.

Questo studio esordisce ribadendo che l'espansione del commercio elettronico peer to peer ha portato sempre più cambiamenti nel mercato online offrendo un ambiente sempre più personalizzato sia per il consumatore che per il venditore, con l'obiettivo di creare una connessione personale tra queste due parti. Questa personalizzazione comporta tecniche come recensioni dell'acquirente, immagini e informazioni biografiche sui venditori per fornire ai potenziali acquirenti maggiori informazioni sul venditore. Queste tecniche tentano di ridurre rischio di acquisto percepito e creare una connessione sociale personale effettuando l'acquisto da uno straniero più appetibile. Inizialmente il commercio online portava con sé l'anonimato sia dell'acquirente che del venditore; ma questa mancanza di trasparenza ha portato insidie che hanno fatto sì che negli ultimi anni si aumentasse, come detto prima, la personalizzazione per ridurre l'indifferenza nel contrattare.

Segue, in tale studio, una parte che riprende la letteratura e da ciò emerge che nei mercati delle abitazioni tradizionali la discriminazione nei confronti delle minoranze non è un fattore nuovo. Turner infatti nel 2013 ha trovato prove di significative discriminazioni nei confronti delle minoranze legate al noleggio e alle disponibilità. Esso sosteneva che gli affittuari ispanici avevano il 12,5% in meno di unità disponibili e il 7,5% in meno rispetto ai bianchi. Gli asiatici invece circa il 9,8% in meno di unità disponibili e il 6,6% in meno rispetto ai bianchi. Anche Bayer nel 2012 ha dimostrato che acquirenti neri e ispanici pagano circa il 3% in più. In generale, precedenti studi hanno dimostrato anche una percentuale più bassa per le persone di colore di ottenere finanziamenti in generale. Un ulteriore studio recente fatto Doleac e Stein ha fatto emergere come il colore della pelle dell'offerente incida sui

prezzi e sulla decisione di scegliere un venditore rispetto ad un altro. Due studi condotti recentemente si sono focalizzati sugli effetti sui prezzi della discriminazione razziale contro host di minoranza di Airbnb. Quello di Edelman e Luca ha dimostrato che dalla foto pubblicata nei profili, host non neri addebitano il 12% in più rispetto agli host neri per un noleggio equivalente; i loro risultati hanno mostrato quindi una differenza statisticamente significativa tra i prezzi di affitto pubblicati di Host neri vs host non neri. Mentre mettendosi dal lato dell'offerta, hanno dimostrato che mandando richieste di ospitalità per una camera con gli stessi dati cambiando solo in nome, mettendone uno bianco ed uno nero, è emerso che i neri hanno ricevuto una risposta positiva nel 42% dei casi, contro il 50% degli ospiti bianchi.

I risultati

I risultati di questo studio invece, fanno emergere prove di differenze di prezzo nella quotazione dei prezzi in base alla razza; infatti host asiatici e ispanici hanno in media un prezzo di listino più basso rispettivamente del 9,6% e del 9,3% rispetto agli host bianchi. In generale viene confermata la presenza di discriminazioni razziali nel mercato online. Ma Ikkala e Lampinen nel 2015 hanno provato a presentare motivazioni alternative per gli host Airbnb sulla base di fattori sia sociali che economici, spiegando che è possibile che gli host di minoranza stiano valutando i prezzi delle loro inserzioni bassi al fine di aumentare il pool di ospiti interessati e quindi massimizzare il loro tasso di occupazione e le loro entrate; o potrebbero valutare il gruppo più ampio di potenziali ospiti come modo per essere più selettivi in chi decidono di affittare. D'altro canto, gli host bianchi potrebbero avere un prezzo elevato per creare un'autoselezione processo di potenziali ospiti che soddisfano meglio le caratteristiche degli ospiti che desiderano avere nella loro residenza e impegnarsi socialmente con un reddito più elevato, professionale, ecc.

Inizia adesso la seconda sezione di questo capitolo dove riporterò i sette studi empirici trattanti un aspetto simile a quella che poi sarà la mia analisi di studio ovvero l'impatto che la piattaforma di Airbnb ha avuto sul mercato immobiliare. Questa parte di letteratura empirica è ancora piccola, in Italia invece possiamo dire inesistente. Le città interessate sono San Francisco, Barcellona, Berlino e alcune città francesi. La mia analisi, affrontata nei prossimi capitoli, analizzerà invece il contesto italiano.

2.7 “Does Airbnb Disrupt the Private Rental Market? An Empirical Analysis for French Cities [17]”

Lo studio

Nello studio affrontato da Kassoum Ayouba, Marie-Laure Breuille, Camille Grivault e Julie Le Gallo le città di interesse sono otto e si trovano tutte in Francia (Bayonne, Lione, Marsiglia, Montpellier, Nantes, Nizza, Parigi e Tolosa); in queste i mercati sono tra di loro molto differenti sia dal punto di vista degli affitti che di attrattività per i turisti. Ci si pone come quesito se Airbnb distrugge o in qualche modo incida nel tradizionale mercato degli affitti. Quattro delle città analizzate sono situate sulle

coste del Mediterraneo o dell’Atlantico e sono quindi interessate al turismo balneare, soprattutto durante il periodo estivo; mentre l’attrattiva turistica delle altre città è principalmente legata alla ricchezza delle loro patrimonio culturale ed eventi. Nell’articolo emerge che la densità dei noleggi di Airbnb esercita una pressione al rialzo sugli affitti a Lione, Montpellier e Parigi, mentre non ha nessun effetto significativo nelle altre città. L’attività di Airbnb è definita, in tale studio, come un insieme di alloggi di proprietà di un investitore che affitta diverse abitazioni o “case intere” per più di 120 giorni all’anno, e si nota un impatto maggiore, che riguarda solo le due maggiori città della Francia, ovvero Marsiglia e Parigi. Quando ci concentriamo su nuovi contratti di locazione, l’impatto è ancora maggiore soprattutto a Parigi, Marsiglia e Montpellier. Viene mostrato come l’impatto dell’attività di Airbnb sugli affitti aumenta con la proporzione di proprietari-occupanti e diminuisce con la densità degli hotel, sia a Montpellier che a Parigi. Tuttavia, la quota di seconde case porta ad effetti contrastanti. La Francia è il secondo mercato di Airbnb dopo gli Stati Uniti, ed è un mercato sempre in aumento grazie alle poche restrizioni e regolamentazioni; Parigi è infatti la meta più ambita in termini di numero di inserzioni. Oggi la situazione sta iniziando a cambiare poiché si adottano sempre più misure di vigilanza da parte del governo e dei comuni. Quest’ultimi infatti sono preoccupati, oltre alla concorrenza sleale per l’industria alberghiera e le entrate fiscali, per l’impatto negativo che il noleggio a breve termine avrà su quelli a lungo termine poiché potrebbe avvenire che i proprietari siano sempre più incentivati a sfrattare gli inquilini a lungo termine per entrare nella piattaforma.

I dati

Il database è composto da dati individuali sugli affitti di 136133 abitazioni e le caratteristiche strutturali di queste nel 2014-2015 e dal noleggio di breve termine di Airbnb raccolti su Airdna . Viene però fatta una particolare distinzione tra la densità dei noleggi Airbnb professionali e non professionali che, in seguito ai regolamenti francesi, si calcola utilizzando la soglia di 120 giorni e il numero di affitti per proprietario. Un’altra importante distinzione viene fatta tra impatto di Airbnb valutato sull’intero campione e su un sotto campione limitato a i nuovi contratti di locazione durante il periodo. Si considerano su Airbnb le abitazioni prenotate almeno una volta durante il mese, e per ogni abitazione viene specificato il tipo di proprietà, tipo di elenco, numero di camere da letto e la loro attività come tasso di occupazione, numero prenotazioni ed entrate. Per gli affitti privati invece si hanno informazioni sul numero totale di affitti ed i contratti di locazione. Le caratteristiche strutturali delle abitazioni non sono gli unici fattori che spiegano nel privato il livello di noleggio; Molti studi, principalmente sui mercati immobiliari, dimostrano che anche la posizione degli alloggi e le caratteristiche del loro ambiente incidono sui prezzi. Per tale motivo si costruiscono un ampio insieme di variabili di controllo per descrivere l’accessibilità a lavori e servizi, al contesto socioeconomico e qualità ambientale delle abitazioni. La variabile dipendente è l’affitto mensile. Le variabili esplicative del modello sono divise in quattro categorie: (i) variabili che descrivono le caratteristiche strutturali dell’abitazione e catturano servizi residenziali; (ii) variabili di distanza a (dis) servizi che catturano la qualità dell’ambiente dell’abitazione; (iii) variabili di accessibilità che catturano la vicinanza ai mercati del lavoro, dei beni e dei servizi (incluso il tempo libero); e (iv) variabili che caratterizzano il contesto socioeconomico dell’abitazione.

I risultati

I risultati a livello globale, mostrano una crescita sostenuta dell'attività di Airbnb, anche se sorgono differenze a seconda delle varie città. La crescita è stata particolarmente elevata nella città costiera di Bayonne e nelle principali città di Marsiglia e Tolosa, più bassa a Strasburgo, Nizza e Lione. Emerge anche una certa stagionalità che mostra la variazione mensile del tasso di occupazione per città nel periodo. Tassi di occupazione intorno al 60% sono in genere osservati in agosto per la maggior parte delle città mentre sono circa il 20% durante i mesi invernali; In altre città invece (Nantes, Parigi, Tolosa), i tassi di occupazione non mostrano variazioni stagionali. Si nota una grande disparità a seconda della posizione. Ad esempio, la quota di l'attività professionale è meno frequente a Lione (10,6% nel 2014 e 18,4% nel 2016) mentre raggiunge il 45,2% nel 2014 e il 40,1% nel 2016 a Nizza. Il numero medio e massimo di abitazioni per proprietario è aumentato tra il 2014 e 2016. I valori massimi (194 a Parigi e 97 a Bayonne nel 2016) mostrano chiaramente che gli inserzionisti professionisti organizzano un sistema di noleggioro paragonabile alle attività alberghiere. Per quanto riguarda invece l'impatto dell'attività di Airbnb sugli affitti privati, da tale studio è emerso che la densità degli affitti di Airbnb ha un impatto significativo sul livello di noleggioro nel settore privato solo nelle città di Lione, Parigi e Montpellier. L'aumento di un punto percentuale sulla densità degli affitti di Airbnb porta ad un aumento degli affitti privati del 0.3851%, 0.3982% e 0.5242% rispettivamente a Lione, Montpellier e Parigi. Guardando invece la densità dei noleggi Airbnb professionali, l'effetto rimane molto significativo per Parigi e lo diventa anche per Marsiglia, ma diventa insignificante per Lione e Montpellier. Pertanto, un aumento di un punto percentuale nella densità delle unità di noleggioro Airbnb professionali porta ad un aumento dei livelli di noleggioro del settore privato rispettivamente dell'1,75454% e dell'1,2372% Marsiglia e Parigi. I coefficienti sono ancora maggiori quando limitiamo il campione ai nuovi contratti di locazione: un aumento di un punto della densità degli affitti di Airbnb porta ad un aumento dei livelli di noleggioro del settore privato del 2,906% e 1,3537% a Montpellier e Parigi, rispettivamente, mentre sale al 6,4641%, 7,9153% e 1,7083% per un aumento della densità dei professionisti a Marsiglia, Montpellier e Parigi, rispettivamente. Nel complesso Parigi emerge come la città in cui vi è sempre un effetto significativo dei noleggi Airbnb sugli affitti privati. L'effetto di Airbnb diventa maggiore con un alto tasso di occupazione del proprietario e come riportato in precedenza, se significativo, l'effetto è molto maggiore per i nuovi contratti di locazione; la percentuale di proprietari-occupanti ha avuto un effetto negativo sui livelli di affitto. L'effetto di Airbnb diminuisce con la densità degli hotel e diventa persino non significativo con un'alta densità di questi; e quando significativo, l'effetto è più importante per nuovi contratti di locazione. Ciò significherebbe che le aree con un'alta densità di gli hotel sono i più attraenti di Parigi; Nelle altre città, gli effetti marginali rispetto alla densità alberghiera di Airbnb l'attività è significativa solo a Montpellier. Tenendo conto dell'eterogeneità spaziale, i risultati sottolineano così necessità di applicare normative differenziate in base alle città, dal momento che l'attività di Airbnb è neutrale sugli affitti in alcune città, mentre aumenta i prezzi degli affitti fino a 0,52% in altre. Occorre individuare il ruolo del business "professionale" di Airbnb, che sconvolge maggiormente il mercato degli affitti privati, soprattutto a Parigi.

2.8 “The Sharing Economy and Housing Affordability: Evidence from Airbnb [18]”

Lo studio ed i dati

Il secondo studio considerato è stato pubblicato nel 2017 da Kyle Barron, Edward Kung e Davide Proserpio; in quest’ultimo viene valutato l’impatto della condivisione della casa sui prezzi delle case residenziali e affitti a lungo termine. Viene utilizzato un set di dati di elenchi di Airbnb degli Stati Uniti e Zillow. In seguito, si integrano questi dati con un ricco set di caratteristiche di codice postale variabili nel tempo raccolte dall’American Community Survey (ACS) del Census Bureau, come la mediana reddito familiare, conteggio della popolazione, percentuale di laureati e occupazione. Il set di dati finale contiene informazioni dettagliate su 1.097.697 annunci e 682.803 ospiti che coprono un periodo di nove anni, dal 2008 al 2016. Per quanto riguarda l’aggregazione geografica, si conduce l’analisi principale a livello di codice postale per diversi motivi. Innanzitutto, è il livello più basso di geografia per il quale si può assegnare in modo affidabile annunci senza errore. In secondo luogo, i quartieri sono naturali unità di analisi per i mercati immobiliari perché presentano una significativa eterogeneità nei mercati immobiliari nei quartieri all’interno delle città, ma relativamente meno eterogeneità all’interno dei quartieri. In terzo luogo, condurre l’analisi a livello di codice postale anziché al livello della città aiuta con l’identificazione. Ciò è dovuto alla capacità di confrontare codici postali all’interno delle città, controllando così eventuali fattori non osservati a livello di città che potrebbero non essere correlati ad Airbnb, ma tutti influenzano i quartieri all’interno di una città. Dal modello si derivano tre previsioni verificabili: 1) Airbnb aumenta sia le tariffe di affitto che i prezzi delle case nel mercato a lungo termine; 2) l’aumento dei prezzi delle case sono superiori all’aumento delle tariffe di noleggio, portando quindi ad un aumento nel rapporto prezzo-affitto; e 3) l’effetto sulle tariffe di noleggio è minore quando una quota maggiore dei proprietari sono occupanti-proprietari. Solitamente i proprietari-occupanti interagiscono con il mercato a breve termine solo per l’affitto di camere inutilizzate o in affitto mentre sono in vacanza, ma non assegnano il loro alloggio per gli inquilini a lungo termine. Il modello usa un mercato immobiliare con stock fisso di abitazioni (abitazioni a breve più abitazioni a lungo termine), ognuna con un proprio tasso di affitto; ed i due mercati sono indipendenti cioè chi cerca nel breve termine non può rivolgersi al mercato a lungo termine e viceversa. Ogni proprietario che possiede un alloggio deciderà se affittarlo nel breve o nel lungo termine e i proprietari possono essere proprietari-assenti o proprietari-occupanti; a quest’ultimi si permette di interagire con il mercato immobiliare a breve termine assumendo che una frazione della loro unità abitativa è una capacità in eccesso, non possono però affittare capacità in eccesso sul mercato a lungo termine a causa della natura dei contratti di locazione e delle protezioni degli affittuari. Viene costruita una variabile strumentale che è plausibilmente non correlata con gli shock mensili locali per il mercato immobiliare al livello di codice postale ma probabilmente influenzerà il numero di inserzioni Airbnb; questa inizia con l’indice di ricerca mondiale di Google Trends per il termine “Airbnb”, che misura la quantità di ricerche di Google “Airbnb” nell’anno-mese t . Ma è probabile che l’indice di ricerca non rifletta la crescita del turismo in generale domanda, quindi per completare la variabile strumentale si interagisce con una misura di quanto sia

attraente un codice postale per i turisti in base all'anno. Si misura la "turistica" utilizzando il numero di stabilimenti nel settore dei servizi di ristorazione e delle strutture ricettive in un codice postale specifico. L'ipotesi operativa dello studio è che i proprietari di immobili con codici postali più turistici siano più (o meno) propensi a passare dal mercato a lungo termine a quello a breve termine in risposta all'apprendimento di Airbnb. I proprietari dove sono più turistici i codici postali possono avere maggiori probabilità di cambiare perché possono prenotare di più le loro stanze frequentemente e a prezzi più alti rispetto ai codici postali non turistici. Al contrario, i proprietari di immobili con codici postali meno turistici potrebbero avere meno probabilità di cambiare se c'è concorrenza molto più forte da parte degli hotel.

Alcuni critici sostengono che la condivisione della casa tramite piattaforme come Airbnb aumentano il costo della vita per gli affittuari locali e vanno invece a beneficio dei proprietari locali e dei turisti non residenti. Queste piattaforme fanno sì che alcuni proprietari passino da fornire il mercato per affitti a lungo termine, in cui i residenti hanno maggiori probabilità partecipare - alla fornitura del mercato a breve termine - a cui non residenti hanno maggiori probabilità di partecipare. Se la condivisione di una casa aumenta o meno i costi delle abitazioni per i residenti locali è una domanda empirica. Ci sono anche alcuni motivi per cui potrebbe non esserlo. In primis il mercato per affitti a breve termine può essere molto piccolo rispetto a quello a lungo termine. In questo caso, anche grandi cambiamenti nel mercato a breve termine potrebbe non avere un effetto misurabile sul mercato a lungo termine. Il mercato a breve termine potrebbe essere piccolo, anche se il tasso di noleggio a breve è elevato rispetto al tasso di lungo termine. In secondo luogo, invece, il mercato degli affitti a breve termine potrebbe essere dominato dalle abitazioni che sarebbero rimaste inutilizzate in assenza di home-sharing. Poi si ha anche la presenza dei proprietari-occupanti ovvero coloro che possiedono la casa in cui vivono e possono decidere entrare nel mercato degli affitti a breve termine con le loro stanze libere convivendo con gli ospiti, oppure fornire l'intero appartamento durante le vacanze. Questi potrebbero anche essere case per le vacanze a cui non verrebbero affittati inquilini a lungo termine a causa della limitazione dei contratti di locazione a lungo termine. In entrambi i casi, tali proprietari non renderebbero le loro case disponibili per gli inquilini a lungo termine, indipendentemente dall'esistenza di una comoda piattaforma di condivisione domestica come Airbnb, invece, la condivisione della casa fornisce loro un flusso di reddito per i momenti in cui la loro capacità abitativa sarebbe altrimenti sottoutilizzata.

I risultati

I risultati affermano che un aumento del 10% nelle inserzioni di Airbnb porta ad un aumento dello 0,42% del tasso di noleggio degli affitti e un aumento dello 0,76% dei prezzi delle case e un aumento dello 0,31% nel rapporto prezzo-affitto a livello di codice postale. Questi risultati sono coerenti con il modello teorico, che prevede che la condivisione della casa aumenterà sia i prezzi delle case che le tariffe di affitto e che tale aumento è più forte però per i prezzi delle case. Aumenti esogeni del numero di inserzioni Airbnb può spingere fino allo 0,27% nella crescita annuale degli affitti e lo 0,49% nella crescita annuale dei prezzi delle abitazioni dal 2012 al 2016. Questi effetti sono modesti, ma non banali: la crescita annuale degli affitti dal 2012 al 2016 è stata 2,2% e la crescita annuale dei prezzi delle case è stata del 4,8%.

Il modello prevede inoltre che l'effetto di Airbnb sarà minore se il mercato ha una grande percentuale di proprietari-occupanti, un risultato coerente perché solo gli occupanti non proprietari si trovano al margine di sostituzione delle unità abitative tra i mercati a lungo e breve termine. Il tasso di occupazione del proprietario in modo significativo modera l'effetto di Airbnb sul mercato degli alloggi a lungo termine. Si trovano risultati simili per i prezzi delle case. Il numero delle inserzioni di Airbnb, invece, è positivamente associato alla percentuale di case libere per uso stagionale o ricreativo e negativamente correlato alla quota delle case che sono disponibili per l'affitto e disponibili per la vendita; questo è coerente con proprietari assenti che sostituiscono i mercati di noleggio e vendita per residenti a lungo termine e verso il mercato a breve termine, che è probabile che allora classificato come case vacanti-stagionali. Queste stessi risultati sono anche emersi in studi precedenti e simili, uno fatto su Boston da Horna e Merantea ed un altro fatto su Los Angeles da Lee.

2.9 “The Battle for Homes: How Does Home Sharing Disrupt Local Residential Markets? [19]”

Lo studio ed i dati

Terzo articolo pubblicato nel Giugno 2019 e condotto da Wei Chen, Zaiyan Wei e Karen Xie. Anche qui si affronta l'impatto che l'home sharing ha sui mercati immobiliari residenziali locali, per vedere se tale condivisione della casa sta rendendo il noleggio e/o gli alloggi meno abbordabili. Ci si chiede in che misura gli host di Airbnb trasferiscono le loro proprietà nella piattaforma. Sono numerose le critiche sul fatto che gli host hanno tagliato l'offerta di case che sarebbero state quotate sui mercati degli affitti residenziali a lungo termine o vendute sui mercati immobiliari, le quali contribuirebbero all'aumento degli affitti e dei valori domestici (Barron, Kung e Proserpio 2018). Al contrario, c'è chi sostiene invece che Airbnb non attenua l'accessibilità economica perché le proprietà di Airbnb costituiscono una quota significativa dei mercati locali degli affitti e delle abitazioni rimaste inutilizzate (Stulberg 2016). Airbnb ha implementato una politica che limita il numero di proprietà che un host può gestire in una città nel 2016 e 2017. Ciò fu annunciato per la prima volta ad aprile 2016 e implementato poi a novembre 2016 sia a New York City che a San Francisco per facilitare il rapporto con i legislatori locali; tale politica richiede a un host di elencare le proprietà solo di un singolo indirizzo su Airbnb, la cosiddetta Politica "Un host, una casa" (la politica OHOH). Più tardi nel febbraio 2017, Airbnb ha implementato la stessa restrizione anche a Portland. Tutto ciò per impedire ai proprietari di case di spostare più immobili dai mercati residenziali locali nella piattaforma. La violazione di tale politica comporta la sospensione delle proprietà e dell'account dell'host. Se le piattaforme di condivisione domestica come Airbnb non fossero state una grande alternativa ai mercati residenziali locali, allora la politica non dovrebbe avere impatti significativi né sul mercato degli affitti a lungo termine né sugli alloggi in vendita mercato. Si confrontano i codici postali delle città che possono meglio rispecchiare tale politica, cioè New York City, San Francisco e Portland considerando il "prima della politica" e il "dopo politica". Il periodo di osservazione va dal 2014 al 2017, che coprono 18 mesi prima e 16 mesi dopo l'attuazione della politica. Il set di dati contiene informazioni provenienti sia da Airbnb mentre per le informazioni sui mercati locali residenziali si fa riferimento

a Zillow, una società terza di informazioni e l'ufficio censimenti degli Stati Uniti. Oltre agli effetti fissi con codice postale e agli effetti fissi anno per mese, si controlla un ricco set di variabili (popolazione, numero di famiglie, reddito familiare medio, tasso di disoccupazione, frazioni della popolazione bianca, ispanica e femminile) e le tendenze temporali specifiche della città.

I risultati

I risultati finali sono che gli affitti nel mercato a lungo termine e i valori delle case nel mercato degli alloggi in vendita è calato dopo la politica della piattaforma di Airbnb del 1,2% e 1,1% rispettivamente e il rapporto prezzo-affitto è rimasto relativamente costante tempo. La riduzione degli affitti e dei valori delle abitazioni è attribuita all'eccesso di offerta nei mercati residenziali locali guidato dalla politica della piattaforma. L'intensità di tale impatto politico tra le città è eterogenea sui mercati residenziali locali per tipo di proprietà residenziale e per mercato caratteristiche. Inoltre, si è scoperto che la politica OHOH ha aumentato l'offerta sia nei mercati degli affitti che degli alloggi e non influisce in modo significativo sulla quantità di equilibrio nei mercati immobiliari, mentre aumenta la quantità di equilibrio nei mercati degli affitti. Un aumento dell'1% nelle proprietà con il criterio in cui un host con più elenchi in un determinato codice postale, ha ridotto gli affitti dello stesso codice postale di 0,05% circa per New York City e Portland. Un'intensità simile degli impatti sui valori domestici è anche comparabile tra New York City e Portland. Al contrario, l'intensità degli impatti è più grande nei codici postali di San Francisco. Nei mercati degli affitti a lungo termine, gli affitti di proprietà di case plurifamiliari sono diminuiti più degli affitti delle proprietà della residenza unifamiliare dopo la politica. Nei mercati immobiliari di vendita, al contrario, scopriamo che la politica ha avuto effetti leggermente più grandi sui valori nazionali di proprietà rispetto a quella dei condomini. Dopo la politica il numero di host multi-lista è diminuito del 40% mentre quelli di proprietà singola è aumentato del di circa il 12,7%; l'offerta totale su Airbnb invece non è cambiata significativamente. Vengono anche studiati gli impatti differenziali della politica sui prezzi di diversi tipi di proprietà residenziali: (1) condomini e case unifamiliari nei mercati degli affitti e (2) case plurifamiliari e monofamiliari nei mercati immobiliari. Emerge un impatto statisticamente significativo sugli affitti sia per le proprietà abitative plurifamiliari che unifamiliari. In secondo luogo, la politica ha avuto un impatto maggiore sulle proprietà plurifamiliari che su quelle monofamiliari, suggerendo che, potenzialmente, più grande frazioni di proprietà plurifamiliari sono state spostate dal canale online ai mercati degli affitti. In un'area locale che ha una percentuale maggiore di alloggi in affitto (rispetto ad altri mercati locali), gli impatti della politica sono maggiori, semplicemente perché una più grande una parte degli alloggi verrebbe spostata o trattenuta nel mercato degli affitti in quella zona. Per analogia, la politica ha un effetto relativamente minore sui valori delle abitazioni in tali aree. Gli affitti hanno subito un calo portato dalla politica di solo il 2,3% nei codici postali con una frazione inferiore di alloggi in affitto e, al contrario, la politica ha portato a quasi il 4% calo degli affitti nei codici postali con una percentuale maggiore di alloggi in affitto; ha portato a circa il 3,2% di riduzione dei valori di casa nei codici postali con una frazione minore di alloggi in affitto, che è leggermente di dimensioni maggiori rispetto all'impatto politico nei codici postali con una frazione maggiore di alloggi in affitto (un calo del 2,7%).

2.10 “Airbnb and Rents: Evidence from Berlin [20]”

Lo studio

Di Tomaso Duso, Claus Michelsen, Maximilian Schafer, and Kevin Tran ed è stato pubblicato nel Marzo 2019. Tratta l’impatto della piattaforma peer to peer di Airbnb sugli affitti con l’introduzione della legge che vieta l’abuso di appartamenti a breve termine in Germania, in particolare a Berlino. Già molte città hanno iniziato a regolamentare le piattaforme online che offrono affitti nel breve termine, dove tra le principali troviamo Airbnb; questo avviene poiché c’è molta preoccupazione sull’effetto che si può avere nel mercato degli affitti tradizionali. A Berlino viene introdotta la legge “Zweckentfremdungsverbot-Gesetz” (ZwVbG) l’1 Maggio 2014, che mira a prevenire l’uso improprio di appartamenti in affitto a lungo termine a fini speculativi o di uso commerciale e i servizi di alloggi a breve termine. Si usa questa legge per vedere l’impatto che ha avuto nella variazione degli elenchi di Airbnb e sugli affitti. La legge prevedeva un periodo di transizione di due anni per gli appartamenti che erano già usati come casa vacanze prima del 1 maggio 2014 (Schafer and Braun, 2016). Durante questi due anni, questi appartamenti potrebbero ancora essere utilizzati come affitti a breve termine subordinati alla registrazione le autorità distrettuali. Il 1 maggio 2016, questo periodo di transizione è terminato e l’uso di appartamenti a breve termine i noleggi erano consentiti solo in via eccezionale dopo che l’autorizzazione locale era stata concessa dalle autorità distrettuali. Dal 1 agosto 2018 è in vigore una versione aggiornata della legge che richiede agli host Airbnb di fornire un numero di registrazione che può essere ottenuto dalle autorità distrettuali locali in caso di successo della domanda di permesso per l’affitto a breve termine. Allo stesso tempo, l’aggiornamento alla legge dovrebbe semplificare il processo per i residenti che vogliono affittare occasionalmente i loro appartamenti per brevi periodi. La legge ora afferma che il permesso dovrebbe essere concesso ai residenti che desiderano affittare la loro residenza principale, purché lo stato, essendo una residenza principale non cambia. Le residenze secondarie possono ottenere un permesso per essere utilizzati come alloggi a breve termine non più lunghi di 90 giorni all’anno. Un elenco Airbnb è classificato come usato in modo improprio se è disponibile per almeno due mesi consecutivi o se il proprietario ha più inserzioni su Airbnb; emerge che la quota di appartamenti abusati è mediamente bassa ma può essere alta per le aree ad alta richiesta. Altri studi precedenti dimostrano che le aree con quote maggiori di appartamenti abusivi sono anche associate a delle crescite del prezzo.

I dati

Il set di dati combina quelli sulla diffusione di Airbnb nel tempo con i dati relativi all’affitto forniti da “Empirica”¹. Inoltre, si utilizzano informazioni sulle caratteristiche dei quartieri come il numero dei ristoranti, il livello di rumore o l’età degli edifici. Il periodo di interesse va da Gennaio 2013 a Settembre 2018. I dati includono i prezzi di richiesta e le varie caratteristiche dell’appartamento come la dimensione, il numero di camere, disponibilità di parcheggio, ecc. che sono importanti per spiegare

¹Società di consulenza economica

gli affitti. Inoltre, vengono usate le informazioni sull'indirizzo per geo-codificare la posizione dei noleggi usando OpenStreetMap. In questo studio vengono considerate solamente il numero di intere case su Airbnb, perché si tratta in realtà di quelle inserzioni che sono prese più di mira dalla legge. Inoltre, ci si aspetta che intere case, al contrario di stanze condivise e private, siano più rilevanti per i prezzi nel mercato immobiliare.

I risultati

I risultati sono che la legge ha causato una riduzione esogena del numero di inserzioni di Airbnb a Berlino di circa il 40% (come riportava il giornale “The Independent”) soprattutto sulle case intere; questa diminuzione emerge in particolare fortemente con la fine del periodo di transizione ma poi aumentano ancora dopo. Per quanto riguarda invece l'impatto sugli affitti, considerando l'affitto per metro quadrato si nota che questo aumenta di circa sei-sette centesimi se entro 250 metri da un affitto tradizionale si trova un'altra casa intera elencata su Airbnb.

2.11 “Is Home Sharing Driving Up Rents? Evidence from Airbnb in Boston [21]”

Lo studio

Quinto studio analizzato è quello di Keren Horna e Mark Merantea; anch'esso tratta gli effetti a breve termine della crescita di Airbnb nei quartieri di Boston sul mercato degli affitti, facendo affidamento sui singoli annunci di affitto. Si esamina se la crescente presenza di Airbnb solleva richieste di affitti e se il cambiamento degli affitti può essere guidato da un calo dell'offerta di alloggi in affitto. Questo documento fornisce tre contributi principali alla letteratura economica esistente. Il primo, fornisce un'indagine empirica rigorosa su come Airbnb sta influenzando il mercato del noleggio di Boston, una città in cui gli affitti sono cresciuti di recente con una media del 5% all'anno e sono tra i più alti della nazione. Secondo, si conduce un'indagine combinando due nuove fonti di big data: annunci settimanali di affitto, disponibili solo di recente a seguito dello spostamento delle inserzioni di noleggio su Internet e dei dati su Airbnb elenchi resi disponibili. Terzo, si approfitta della frequenza delle osservazioni disponibili da questi set di dati di grandi dimensioni per utilizzare un modello a effetti fissi per il controllo di variabili non osservate che consente il calcolo di stime precise degli impatti di Airbnb sugli affitti. In particolare, si includono misure di criminalità a livello di tratto, emissioni di permessi di costruzione e rilascio di licenze di ristorante, poiché si tratta di tutti i servizi di quartiere che cambiano nel breve termine e che potrebbero anche essere alla base di cambiamenti negli affitti. Si include anche l'effetto fisso mese e l'effetto fisso tratto. Per stimare se gli aumenti degli affitti sono stati determinati da vincoli nella fornitura di alloggi in affitto, si testa una correlazione tra il numero medio settimanale di unità elencate per l'affitto in un determinato periodo di misurazione di Airbnb e la densità di Airbnb misurata alla fine di questo periodo.

I dati

I dati sul noleggio sono stati ottenuti da Rainmaker Insights, Inc., un servizio che aggrega gli elenchi di alloggi in affitto. Questi dati includono un conteggio settimanale di ciascuna unità abitativa offerta in affitto a Boston da settembre 2015 a gennaio 2016; includono inoltre la richiesta di prezzo, metratura, numero di camere da letto e bagni, posizione e, in alcuni casi, caratteristiche aggiuntive dell'unità ed è ottenuto da oltre 5000 fonti comprese le proprietà società di gestione, broker di noleggio, giornali “elenchi on-line” e elenchi di noleggio siti web che elencano case in affitto negli Stati Uniti. I dati sugli elenchi di Airbnb a Boston da settembre 2014 a gennaio 2016 si sono avuti utilizzando gli scrap web di Airbnb.com e alcuni condotti di InsideAirbnb.com e/o dei suoi ricercatori, che ottengono e forniscono dati al pubblico per scopi di ricerca; essi comprendono il prezzo e il tipo degli immobili elencati (una stanza o un intero appartamento/casa), dati di localizzazione, coordinate di longitudine e latitudine e il codice identificativo assegnato da Airbnb per le proprietà e per il locatore. I ricercatori hanno notato come l'esistenza delle nuove piattaforme di condivisione portino ad un cambiamento sia lato domanda che lato offerta di un determinato bene (Muller, 2014; Horton e Zeckhauser, 2016). I consumatori che in precedenza sceglievano di possedere il bene (in assenza del mercato di condivisione) adesso sceglierà invece di non possedere il bene, ma semplicemente di noleggiarlo secondo necessità, quando viene data questa opzione. D'altra parte, alcuni consumatori che avevano scelto di non possedere il bene ora lo compreranno, data la possibilità di affittare una parte di esso attraverso il marketplace di condivisione.

I risultati

A Boston il 5 ottobre 2015, l'82% degli host aveva un solo elenco simultaneo su Airbnb, suggerendo così che la maggior parte degli host di Airbnb sono occupanti che cercano un reddito extra affittando le loro case. D'altra parte, sebbene solo il 18% degli host avesse avuto più proprietà elencate contemporaneamente a Boston, le loro proprietà rappresentavano quasi la metà di quelli elencati su Airbnb (46%), suggerendo che gran parte delle proprietà di Airbnb a Boston è affittata da operatori commerciali che elencano proprietà che presumibilmente, altrimenti sarebbero occupate da residenti locali. L'analisi supporta che la condivisione della casa sta aumentando gli affitti diminuendo l'offerta di unità disponibile per potenziali residenti; infatti ad un aumento della deviazione standard della densità delle inserzioni di Airbnb è associato un aumento delle richieste di affitti dello 0,4% ed è correlato ad una diminuzione del 5,9% del numero di affitti. Sicuramente la fonte più probabile di distorsione da variabili omesse è il cambiamento nel vicinato intesa come popolarità, reale o percepita. Se, ad esempio, la desiderabilità di un quartiere aumenta a causa al miglioramento dei servizi questo può aumentare la domanda ad entrambe le estremità poiché sia i visitatori che i residenti di lungo periodo sono attratti da un luogo dalla stessa servizi nelle vicinanze. Un'altra caratteristica importante delle inserzioni di Airbnb è che possono offrire una camera singola per affitto, piuttosto che un'intera unità. Per definizione, nessuno di questi elenchi di camere singole può avere un impatto sul mercato a lungo termine per i monolocali e pochi o nessun impatto mercato delle camere da letto: sarebbe insolito affittare la camera da letto in una camera da letto piuttosto che l'intera unità. Dato che il 39,4% delle inserzioni Airbnb nel nostro campione offre solo a stanza in affitto, piuttosto che l'intera casa,

la nostra teoria prevede che questa quota significativa delle inserzioni di Airbnb ha poco o nessun effetto sullo studio a lungo termine e sul mercato di una camera da letto. Le unità con almeno due camere da letto, tuttavia, sono influenzate sia dalla camera singola che da quella elenchi di unità intere. Di conseguenza, il mercato a lungo termine per le case di due o più camere da letto è potenzialmente influenzato da tutti gli elenchi di Airbnb, mentre quello per gli studi e una camera da letto le unità sono potenzialmente influenzate solo da una parte degli elenchi di Airbnb, vale a dire quelli che offrono intere case in affitto.

2.12 “Do short-term rent platforms affect rents? Evidence from Airbnb in Barcelona [22]”

Lo studio

Lo studio è stato pubblicato nel febbraio 2018 da Mariona Segù e valuta l’impatto dell’inizio dell’attività economica di Airbnb sugli affitti delle abitazioni di Barcellona. Il tentativo di valutare l’impatto dell’ingresso sul mercato di Airbnb sugli affitti è messo in discussione per un problema di endogeneità principale: la posizione non casuale delle inserzioni di Airbnb; infatti gli host che offrono i propri appartamenti valutano molti fattori come l’accessibilità a servizi o trasporti, il livello medio di istruzione. Il turismo a Barcellona è aumentato drasticamente negli ultimi anni grazie soprattutto ad Airbnb. Infratti al momento è la quinta destinazione Airbnb più popolare del mondo. Detto ciò, le forti preoccupazioni per l’impatto sul mercato immobiliare e sul settore turistico, ha fatto sì che il governo iniziasse a reagire contro Airbnb. Si ritiene che Airbnb abbia provocato un sovra posizionamento di questi due mercati che una volta invece erano indipendenti fra loro. Quindi sia gli hotel che le comunità locali vedono Airbnb come un concorrente ingiusto e spingono affinché avvenga una regolazione di tale piattaforma. In generale sono state intraprese nelle varie città diverse misure, e a Barcellona in particolare, è stata avviata un’azione legale e Airbnb ha ricevuto due multe. Nel 2007 la città è stata interessata ad un decreto della ragione della Catalogna che disciplina i canoni di locazione turistici. Airbnb però non si è mai sentita ostacolata da ciò perché inizialmente a causa degli alti costi di monitoraggio, queste leggi risultavano deboli; negli ultimi anni invece, in particolare dal 2015, si sono rafforzati i controlli per individuare i noleggi illegali di Airbnb. Ciò potrebbe essere la causa della diminuzione delle inserzioni verificatosi nel 2017. La città è divisa in due schieramenti: chi sostiene che la possibilità di affittare la propria abitazione può aiutare i residenti ad ottenere un’ulteriore fonte di reddito, consentendo al contempo ai turisti di ”vivere come i locali”; questo potrebbe comportare un aumento del turismo e dal punto di vista economico può essere visto come un miglioramento dei mercati in cui i beni sono sottoutilizzati. Dall’altra parte, invece c’è chi sostiene che l’uso di unità abitative a scopo turistico può potenzialmente avere conseguenze negative sia come un aumento su affitti e prezzi, incentivo per i proprietari nel passare dal mercato del lungo a quello del breve termine, fastidio del vicinato verso gli ospiti di Airbnb ed infine anche sull’industria alberghiera. La densità di Airbnb è più in una città come Barcellona piuttosto che a New York o Madrid, sia in termini di abitazioni totali che di contratti. Uno dei possibili motivi per cui Airbnb sia così sviluppato a Barcellona potrebbe essere spiegato dal fatto che per esempio nel 2015, il prezzo medio del noleggio a lungo

termine a Barcellona era di 28 euro a notte (856 al mese) mentre il prezzo medio di Airbnb (con noleggio a breve termine) era e71 euro a notte, quindi questo incentiva molto ad entrare in tale mercato come host.

I dati

I dati provengono da Airbnb e per quanto riguarda gli affitti dall’ “Idealista”, un sito web in cui gli individui possono pubblicare le loro abitazioni in affitto o in vendita. Questi dati sono stati mescolati con altri presi dal dipartimento degli studi fiscali del municipio di Barcellona. Il periodo di riferimento va dal 2015 al 2017. Alla fine, il campione studiato era composto da 64 quartieri osservati in 8 periodi. Per ogni inserzione si hanno le coordinate, le caratteristiche della stanza, l’id dell’host, recensioni etc. Per costruire una misura dell’intensità degli elenchi di Airbnb vengono utilizzati tre diversi metodi: Il primo metodo consiste nel prendere la data con cui l’host ha effettuato l’accesso per la prima volta su Airbnb e supponendo che le abitazioni non siano mai uscite dall’offerta. Questo metodo probabilmente sovrastimerà significativamente l’offerta perché se un host ha aggiunto un annuncio in passato ma non accetta più alcun ospite, con questo metodo questo elenco viene erroneamente considerato attivo; nel secondo metodo, si ritiene che un elenco sia attivo finché ci siano tracce della sua attività ogni tre mesi e secondo i record di Airbnb, il 72% degli ospiti lascia una recensione, quindi il numero di recensioni sembra essere un buon proxy di transazioni effettive; per il terzo metodo si usano gli stessi meccanismi ma con sei mesi anziché tre. Il metodo usato è il secondo. Al fine di comprendere le potenziali conseguenze di Airbnb, sarebbe molto utile districare gli elenchi commerciali dagli elenchi casuali, ma questo è molto difficile dai dati posseduti in tale studio. Nel 2015, il 49% di tutti gli elenchi di Airbnb erano interi appartamenti mentre il 50% erano stanze private e solo l’1% lo erano stanze condivise; Gli utenti occasionali possono far parte delle prime due categorie poiché possono noleggiare entrambi il loro intero appartamento o una stanza, così come i professionisti mentre la piccola porzione di stanze condivise comprende quasi esclusivamente ostelli che utilizzano la piattaforma per pubblicizzare le loro stanze condivise. È ragionevole supporre che i proprietari con più di una proprietà nella piattaforma abbiano maggiori probabilità di esserlo utenti commerciali. Mentre nella categoria dei singoli proprietari potrebbero esserci entrambi casual e utenti professionali. Nel 2015, il 61% di tutti gli elenchi apparteneva a host multiproprietà mentre 38% per utenti con proprietà singola. Il numero medio di proprietà per host è 1,82, con il primo percento dei proprietari di immobili multipli (135 host) con il 15% degli annunci (3163 proprietà). Viene usata nell’analisi come variabile strumentale, per studiare l’intensità delle inserzioni di Airbnb, la vicinanza alla spiaggia; questo perché per i turisti che si recano a Barcellona, essere vicini alla spiaggia è un fattore importante che influenza la loro scelta della posizione, quindi, un host con proprietà più vicino alla spiaggia sono più attraenti per i turisti.

I risultati

I risultati suggeriscono che Airbnb è responsabile di un aumento del 4% degli affitti e la densità di Airbnb è maggiore quanto più il quartiere è vicino alla spiaggia. Si potrebbe obiettare a ciò la distanza dalla spiaggia può influire anche sugli affitti. Tuttavia, i residenti di Barcellona non tendono ad apprezzare molto la spiaggia

della città e generalmente preferiscono andare in altre spiagge che sono un po' più lontane ma più puliti e meno affollati; la distanza dalla spiaggia è meno importante per i residenti rispetto ai turisti, ma, se presente, è probabile che questo impatto sia costante nel periodo di interesse in questo documento (2009-2016). Si può vedere una semplice correlazione tra affitti, densità di Airbnb e distanza alla spiaggia. Il campione di quartieri è stato diviso in due gruppi: quelli che sono meno di 3 km dalla spiaggia e quelli che sono più lontani e la densità di Airbnb è aumentata molto di più nei quartieri più vicini alla spiaggia. Ci si è anche preoccupati se i quartieri più vicini alla spiaggia abbiano subito un grado più elevato di gentrificazione che avrebbe avuto un impatto sull'attrattiva di questi quartieri e, quindi, gli affitti. Anche quando sono inclusi i controlli per la gentrificazione, l'impatto della densità di Airbnb sugli affitti è ancora positivo, significativo e pari al 4,1-5,8% a seconda delle specifiche. Durante il primo periodo 2009-2012, la densità di Airbnb era molto piccolo (0,06% in media per l'intero periodo) mentre, nel secondo periodo 2013-2016, la densità è aumentata in modo significativo allo 0,77% in media in tutti i quartieri.

2.13 “Do Airbnb properties affect house prices? [23]”

Lo studio

Infine, l'ultimo studio considerato è quello di Stephen Sheppard and Andrew Udell pubblicato nell'ottobre del 2016. Una denuncia riguardante Airbnb si concentra sull'impatto delle proprietà in affitto a breve termine sul valore della proprietà residenziale; a New York questo problema è stato preso in considerazione fino a che nel 2014, il procuratore generale dello Stato di New York, Eric Schneiderman, ha indagato sulla presenza di Airbnb a New York ed emerse che il 72% degli elenchi Airbnb violavano le leggi sull'uso della proprietà e sulla sicurezza ed erano pertanto illegali oltre 4.600 unità, poiché Airbnb aveva registrato un aumento di oltre 1000% sia negli elenchi che nelle prenotazioni dal 2010 al 2014. Lo studio discute di quasi tutte le conseguenze (sia positive che negative) di Airbnb attorno alla questione del suo impatto sui prezzi dell'edilizia abitativa a New York. In quest'ultima, l'attività di Airbnb tende ad essere fortemente concentrata nei quartieri di Manhattan e Brooklyn, con una certa concentrazione nelle porzioni del Queens che sono vicine all'aeroporto di La Guardia.

Gli argomenti contro Airbnb si concentrano principalmente su tre aree: 1) impatto sulla riduzione di un'ordinabilità, 2) le esternalità negative causate dagli ospiti di Airbnb e 3) impatto nel settore alberghiero. Dall'altro lato, coloro sono invece a favore della presenza di Airbnb tendono a concentrarsi sugli aspetti positivi come l'impatto economico sulla città, compresa la creazione di nuovi flussi di reddito per i residenti e incoraggiamento per il turismo e i relativi benefici economici per una città. I dibattiti politici contemporanei su Airbnb possono essere sintetizzati dalla seguente domanda: Airbnb dovrebbe essere regolamentato e, in tal caso, qual è il tipo e il livello di regolamentazione appropriati? Questa domanda è stata discussa in udienze del Consiglio di New York City e si sono formate anche proteste a sostegno di e contro Airbnb nel 2015.

I dati

Sono state utilizzate otto fonti di dati: 1) InsideAirbnb, 2) Dati di vendita annualizzati del Dipartimento delle finanze (gennaio 2003- Agosto 2015), 3) Dipartimento delle finanze Mappa “Luoghi” o “Aree di interesse”, 4) Dipartimento della città Planning PLUTOTM, 5) The American Community Survey 2010-2014, 6) Dipartimento di polizia di New York Crime Statistics, 7) Census Geography Maps e 8) Metropolitan Transportation Authority Mappa di Ingressi della metropolitana. Complessivamente ci sono state 1.252.891 osservazioni (vendite) da gennaio 2003 ad agosto 2015. Per ciascuna delle rimanenti vendite osservate, disponiamo di informazioni su prezzo di vendita, data di vendita, metratura, e il tipo di proprietà, insieme ad alcune altre variabili nei dati sulle vendite annuali del Dipartimento delle finanze. La variabile indipendente è il prezzo di vendita e la principale variabile di interesse è l’attività di Airbnb.

Ci sono diversi modi in cui l’attività di Airbnb potrebbe influire sui prezzi delle abitazioni; potremmo ragionevolmente aspettarci che il servizio Airbnb fornisca ai proprietari di case un aumento in termini di reddito e, di conseguenza, sarebbe richiesto più spazio. Inoltre, a seguito di Airbnb, esiste un aumento della popolazione della città che richiede spazio o equivalentemente un aumento dello spazio richiesto da ogni famiglia. Anche i redditi locali e la popolazione possono aumentare se si verifica un impatto economico localizzato causato da ospiti che spendono soldi in aree vicine alle loro inserzioni Airbnb. Infine, potrebbe esserci un aspetto negativo l’esternalità degli ospiti, come il rumore, la riduzione della sicurezza o semplicemente la domanda aggiuntiva di servizi pubblici. Ad un aumento della popolazione è associato un aumento degli affitti in tutte le località e ad un aumento delle entrate è associato a un calo degli affitti per le località più vicine e ad un aumento degli affitti per le località più lontane.

I risultati

In tale studio si scopre che a New York City, l’impatto è che ad un aumento della disponibilità localizzata di Airbnb è associato ad un aumento dei valori delle proprietà. Le stime del modello mostrano che ad un raddoppio nelle inserzioni di Airbnb sono associati aumenti del 6% all’11% dei valori delle case. Inoltre, vi sono prove significative che i prezzi delle case sono fortemente in crescita influenzate dalle caratteristiche di un quartiere e dall’uso del territorio circostante (DiPasquale & Wheaton 1996, p. 349). Tutti i parametri stimati sono sempre positivi e statisticamente significativi, nello specifico le caratteristiche della proprietà, l’anno di vendita e effetti di vicinato hanno un impatto stimato di 0,319, indicando un incremento del valore del 31,9% per le proprietà trattate.

Capitolo 3

Analisi descrittive: Airbnb e il mondo degli affitti tradizionali

3.1 Descrizione dati

Lo studio e le analisi da me condotte, affrontate da questo momento in poi, sono state rese possibili grazie all'uso di informazioni provenienti sia da Airbnb (per quanto riguarda appunto tutti i dati riguardanti la piattaforma) e sia dall'agenzia delle entrate e dal catasto per quanto riguarda il mondo degli affitti tradizionali e la presenza delle unità immobiliari urbane nelle varie zone OMI ¹.

Le città di interesse che sono state analizzate, e nello stesso tempo confrontate, sono cinque città italiane molto differenti tra loro, sia per le loro peculiarità e sia per la loro dimensione e nello specifico sono Firenze, Venezia, Milano, Torino e Napoli; quest'ultime sono caratterizzate, in primis, da un numero di abitanti diversi fra loro, nell'ordine: 37994, 260012, 1382764, 878735 e 955848 abitanti secondo i dati Istat aggiornati al 31 Maggio 2019 e da una densità di popolazione al chilometro quadrato rispettivamente di 3 705,96 per la città di Firenze , 625,18 abitanti/al km2 per Venezia, a Milano 7 611,41, Torino ha invece una densità di abitanti per km2 di 6 750,67 ed infine Napoli di 8 150,83.

Nei prossimi due paragrafi saranno descritti più nel dettaglio tutti i dati utilizzati per lo studio.

3.1.1 Descrizione dati Airbnb

I dati caratterizzanti la piattaforma di interesse Airbnb sono stati raccolti su Airdna ².

¹Acronimo di Osservatorio del Mercato Immobiliare. Indicano spazi territoriali con un esatto posizionamento geografico nel Comune e che denotano, in generale, una determinata collocazione urbanistica (Centrale, Semicentrale, Periferica, Suburbana, Extraurbana).

²Servizio che offre diversi dati riguardanti la piattaforma Airbnb come: report cronologici degli annunci, numero di proprietà presenti, tassi di occupazione, ricavi e molto altro ancora. In sostanza fornisce preziose informazioni sulle prestazioni di case vacanze in 80.000 città in tutto il mondo e studia le tendenze critiche del mercato per capire esattamente come si sta evolvendo il settore del noleggio a breve termine. Valuta come si comportano le case vacanza esistenti rispetto ai loro pari studiando la domanda futura in tempo reale per stabilire il prezzo perfetto ogni giorno.

Quest'ultima fornisce infatti diverse informazioni, per ognuna delle cinque città di interesse, dettagliate su più livelli: quello annuale, mensile fino ad arrivare a quello giornaliero.

Partendo dal livello più generale ovvero quello annuale, il database utilizzato contiene le prestazioni negli ultimi dodici mesi di ogni singola proprietà presente nella piattaforma. Questo database, a differenza di quello mensile e di quello giornaliero, contiene molte più variabili ed informazioni. Nello specifico ogni riga di tale banca dati rappresenta una particolare proprietà ed è caratterizzata da:

- **propertyID**: ID univoco che caratterizza ogni inserzione all'interno della piattaforma.
- **HostID**: codice univoco relativo ad un host proprietario di un appartamento/stanza privata/stanza condivisa, messo a disposizione su Airbnb.
- **Created Date**: data in cui l'inserzione è stata creata e quindi il momento in cui è stata resa disponibile sulla piattaforma, nel formato "giorno/mese/anno".
- **Listing type**: la tipologia di inserzione ovvero un intero appartamento, una stanza privata oppure una stanza condivisa.
- **City**: il paese in cui si trova l'inserzione.
- **Annual Revenue (USD)**: guadagno annuale effettivo in dollari associato ad ogni inserzione che include però la tasse sulla pulizia e la tariffa giornaliera.
- **Annual Revenue (Native)**: guadagno annuale effettivo in euro associato ad ogni inserzione che include però la tasse sulla pulizia e la tariffa giornaliera.
- **Number of Bookings**: il numero di prenotazioni che si sono avute per quella determinata inserzione/appartamento.
- **Number of Reviews**: numero di recensioni.
- **Bedrooms**: numero di stanze da letto.
- **Bathrooms**: numero di bagni.
- **Max Guests**: numero massimo di ospiti che l'appartamento/stanza può ospitare; questo parametro è deciso dall'host.
- **Response Rate**: la percentuale di volte in cui un host risponde alle richieste di potenziali ospiti entro 24 ore.
- **Response Time (min)**: minuti medi necessari ad un host per rispondere a nuove richieste di prenotazione.
- **Superhost**: se l'host in questione sia in possesso dei requisiti necessari per essere definito un super host (come definito nel paragrafo 1.2.4).
- **Cancellation Policy**: le politiche di cancellazione applicate ad ogni inserzione. Possono essere di vario tipo, dalle più flessibili alle più ristrette; ad esempio è presente la possibilità di poter cancellare in qualsiasi momento si voglia la prenotazione, oppure entro 30 o 60 giorni prima della data di prenotazione o addirittura non è consentita questa opzione e così via..

- Security Deposit: se e di quanto è stato richiesto un deposito cauzionale (sia in dollari che in euro).
- Cleaning Fee: tasse di pulizia sia in euro che in dollari.
- Minimum Stay: numero di notti minime di soggiorno per ogni prenotazione stabilite dall'host.
- Count Available Days: numero di giorni in cui un listing era disponibile nella piattaforma ma in realtà non è mai stato affittato.
- Count Blocked Days: numero di giorni in cui il listing risultava bloccato e quindi non affittabile; anche questo parametro è a discrezione dell'host.
- Count Reservation Days: numero di giorni in cui l'appartamento/stanza singola o privata è stato effettivamente affittato.
- Number of Photos: numero di foto disponibili di ogni listing pubblicato.
- Business Ready: variabile binaria che è "Vera" se la struttura soddisfa i requisiti per ospitare guests che viaggiano per lavoro, come ad esempio la presenza del Wifi o la possibilità di effettuare il check-in 24 ore su 24, "falsa" altrimenti.
- Overall Rating: valutazione complessiva dei clienti su una scala da 1 a 5.
- Latitude e Longitude: localizzazione dell'inserzione.

Il database diviso mensilmente invece, mostra le prestazioni mensili di ciascuna scheda/inserzione su Airbnb. Le variabili contenute sono le stesse (ma solamente alcune) di quelle presenti a livello annuale; l'unica differenza è che adesso vengono raggruppate con una cadenza mensile. Anche qui ogni singola riga del database rappresenta una proprietà univoca presente su Airbnb caratterizzata dal suo ID (propertyID) e dal suo host (hostID) ed per ognuna di questa è associato anche il tipo di inserzione (listing type), il numero di stanze, il guadagno mensile effettivo di quell'appartamento (anche qui comprensivo di tasse per le pulizie e quelle giornaliere) in dollari ed in euro, il numero di notti effettivamente prenotate in un mese e con quante prenotazioni, il numero di notti bloccate dall'host e quelle disponibili ma che non sono state però noleggiate, ed infine la localizzazione dell'inserzione (latitudine e longitudine).

Al livello più basso in assoluto e quindi più dettagliato, troviamo il database contenente le informazioni su base giornaliera. Per ogni proprietà, caratterizzata dal suo propertyID, vengono riportate giorno per giorno lo stato (A=disponibile ma non affittato, R= prenotata, B=bloccata), il prezzo giornaliero in dollari ed euro, la data di riferimento ed il numero della prenotazione.

Si nota come il database annuale, nonostante sia quello al livello più alto, contenga molte più variabili rispetto agli altri due database. Tutti e tre queste banche dati sono state fornite da Airdna per ognuna delle cinque città italiane di interesse sopraelencate.

L'orizzonte temporale di cui si hanno informazioni sui dati Airbnb va dal secondo semestre del 2014 al primo semestre del 2018 per le città di Milano e Venezia, dal

secondo semestre del 2015 al primo del 2018 per quanto riguarda invece Firenze, Torino e Napoli.

Per semplificare i calcoli di certi parametri, che saranno poi descritti nel capitolo seguente, si è usato un database unico per tutte e cinque le città, ottenuto partendo dal giornaliero e accorpando i dati per semestri; quindi si è lavorato con un database dove ogni riga rappresenta sempre un inserzione/appartamento e dove però le altre variabili sono raggruppate in semestri. Le variabili di interesse in questo database sono tutte quelle elencate precedentemente e presenti nel dB a livello annuale. L'unica differenza con quest'ultimo però, è l'aggiunta di una variabile di fondamentale importanza per il match che verrà poi fatto tra le inserzioni di Airbnb sia con le varie zone OMI di ogni città per identificare la posizione degli alloggi messi a disposizione su Airbnb e sia con gli immobili impiegati per gli affitti tradizionali: questa variabile è chiamata ID ed identifica in modo univoco una zona di una determinata città.

3.1.2 Descrizione dati OMI

I dati usati per analizzare la parte gli affitti tradizionali sono quelli forniti dalla Agenzia delle Entrate. Le informazioni sono state raccolte in diversi database.

Una prima banca dati contiene l'elenco, per tutte e cinque le città (Firenze, Venezia, Milano, Torino e Napoli), del numero di unità immobiliari per categoria catastale, presenti in una determinata zona OMI delle città di interesse per gli anni 2016, 2017 e 2018; in particolare, ogni città è divisa appunto in zone OMI (34 zone per Firenze, 36 per Venezia, 41 a Milano e Torino e 65 per Napoli). Le categorie catastali forniteci sono sei (A=immobili a destinazione residenziale; B=immobili a destinazione ordinaria: magazzini; C= immobili a destinazione ordinaria: negozi e botteghe; D= immobili a destinazione speciale: opifici; E=immobili a destinazione particolari: stazioni per servizi di trasporto, terrestri, marittimi ed aerei; F=immobili che non producono reddito).

Si è usato poi un altro database dove ognuna delle categorie catastali sopraelencate (A, B, C, D, E ed F), viene divisa in sottogruppi. Per ognuno di questi sottogruppi sono riportate la superficie totale stimata in m², il numero di unità immobiliari urbane (UIU) e la rendita totale catastale per le città di interesse. Per fare un esempio per la categoria che sarà poi di nostro interesse ovvero la "A", le sue sottodivisioni sono A1=abitazioni di tipo signorile, A2=abitazioni di tipo civile, A3=abitazioni di tipo economico, A4=abitazioni di tipo popolare, A5=abitazioni di tipo ultrapopolare, A6=abitazioni di tipo rurale, A7=villini, A8=ville, A9=castelli e palazzi, A10=uffici e studi privati; e così per tutte le altre.

Infine, come per i dati Airbnb, anche per i dati delle zone OMI si è usato un database raggruppato su base semestrale riguardante tutte e cinque le città insieme; in quest'ultimo ogni riga rappresenta una determinata zona ed è composto dalle seguenti variabili:

- Semester: semestre di riferimento.
- Comune descrizione: la città di riferimento.
- Descrizione zona: il nome di una specifica zona (ad esempio zona "San Salvatore" per Torino).

- Fascia: la fascia di circoscrizione della zona (B=centrale, C=semi-centrale, D=periferica, R=extraurbana, E=suburbana)
- Zona: codice relativo alla zona che inizia con la lettera relativa alla fascia in cui si trova.
- Descrizione tipologia: tutti i tipi di immobili presenti che vanno dalle abitazioni civili, ai box auto, ai negozi o alle autorimesse, rappresentate dai sottogruppi delle categorie catastali.
- Descrizione tipologia prevalente: la tipologia prevalente di alloggio in una determinata zona tra quelle elencate nella variabile precedente.
- Compravendita minima: valore minimo di mercato espresso in €/m².
- Compravendita massimo: valore massimo di mercato espresso in €/m².
- Locativo minimo: prezzo di locazione minimo espresso in €/m² al mese.
- Locativo massimo: prezzo di locazione massimo espresso in €/m² al mese.
- ID: anche qui, è presente infine l'importantissimo parametro ID di cui si parlava anche prima nel database semestrale di Airbnb, che caratterizza ogni zona rappresentata da una riga del database.

3.1.3 Descrizione match dati OMI e dati Airbnb

Per la totalità degli studi affrontati e descritti da questo momento in poi, si farà riferimento in modo univoco a questo database di match qui di seguito descritto. Quest'ultimo è stato sviluppato creando una correlazione tra i due database semestrali presentati nei due paragrafi precedenti (quello lato Airbnb e quello lato mercato degli affitti tradizionali); tutto ciò è stato reso possibile grazie all'utilizzo del parametro fondamentale ID e grazie al software Stata ³.

Effettuato questo match è stato necessario "ripulire" il database risultante, assumendo delle ipotesi con lo scopo di togliere più rumore possibile da questi dati. La scelta che è stata ritenuta più sensata ed opportuna è stata quella di scartare dal database tutte quelle inserzioni che in tre mesi su sei (quindi che per metà semestre) non siano mai state affittate anche se non lo sono state (complessivamente) prima di un determinato semestre.

Il database risultante, è quindi composto da una serie di righe, ognuna delle quali corrisponde ad un inserzione/appartamento messo a disposizione nella piattaforma e con tutte le variabili di riferimento di Airbnb ed a questo viene dunque associato la sua zona OMI di riferimento e a sua volta tutte le variabili relative alle zone OMI (quindi ovviamente si ritroveranno come variabili tutte quelle che componevano singolarmente le due banche dati).

Per ultimo si sono volute aggiungere due ulteriori variabili a tutti i database fino ad ora menzionati ed in particolare in quello di match:

³Pacchetto software statistico creato nel 1985 utilizzato per la gestione dei dati, regressioni, analisi statistiche o simulazioni.

- Metropolitana: stabilisce se in una determinata zona della città è presente o meno una o più fermate della linea metropolitana.
- Stazione ferroviaria: indica se in una zona della città è stata rilevata una stazione ferroviaria.

Queste due variabili sono state rilevate manualmente tramite sito dell’Agenzia delle entrate [24] andando a controllare all’interno di ogni zona OMI della città se nella mappa emergevano stazioni metropolitane o ferroviarie.

3.2 Analisi Airbnb

3.2.1 Domanda e offerta Airbnb

In questo paragrafo si è voluta analizzare l’offerta delle inserzioni messe a disposizione su Airbnb e parallelamente anche la domanda di queste sulla piattaforma stessa. Si è calcolato per ogni semestre a disposizione (dal secondo del 2015 per Firenze, Torino e Napoli e dal secondo del 2014 per Venezia e Milano, fino al primo del 2018), il numero di giorni in cui le inserzioni di Airbnb fossero rese disponibili per i guests (ovvero l’offerta), il numero di giorni in cui sono state effettivamente affittate (la domanda), il numero di giorni in cui le inserzioni per volontà dell’host sono state bloccate ed infine, tramite la differenza dei giorni disponibili e di quelli effettivamente affittati si è ottenuto il numero di giorni in cui nella realtà gli appartamenti (e/o stanze private e condivise) erano disponibili ed invece sono rimasti non noleggiati; quest’ultimo dato va a rappresentare l’eccesso di offerta.

E’ necessario fare una considerazione: tutti i calcoli dei giorni appena elencati sono stati svolti inizialmente non facendo nessuna distinzione, per ogni città, tra i tre Listing Type presenti sulla piattaforma (appartamenti interi, stanze private e stanze condivise); sono state ripetute poi le medesime misure ad un livello di dettaglio maggiore ed è emerso che i giorni disponibili/affittati/bloccati di solamente gli appartamenti interi (Entire Home) costituiscono sia per ogni città e sia per ogni semestre analizzato, circa il 70% dei corrispettivi giorni trovati considerando tutti e tre i tipi di inserzioni. Questo lo si può notare dalle tabelle riportate in figura 3.1, nelle quali sono illustrati per ogni città e per ogni semestre, il numero di giorni disponibili, affittati, bloccati e l’eccesso di offerta considerando tutte e tre le tipologie di inserzioni ed accanto la percentuale, rispetto a quest’ultimi, che emerge invece considerando solamente i giorni degli interi appartamenti.

Come si può osservare, per le città di Firenze e Venezia, in modo particolare, i giorni in cui gli appartamenti interi sono resi disponibili/effettivamente affittati etc rappresentano ben oltre il 70% dei giorni complessivi dati da tutti e tre i tipi di inserzioni; anche Milano e Torino presentano un andamento abbastanza simile alle due città precedenti tranne per quanto riguarda i giorni dell’eccesso di offerta, in cui risulta una percentuale leggermente minore; mentre Napoli è la città che si discosta maggiormente poiché questa percentuale si aggira, per i vari semestri, tra il 50% ed il 60%. La differenza del comportamento di Napoli rispetto alle altre quattro città, troverà poi una spiegazione grazie alle misurazioni effettuate nel paragrafo successivo dove si dimostrerà che proprio a Napoli, in numero di appartamenti interi (rispetto al numero di stanze private) non è poi così elevato come lo sarà invece per Milano, Torino, Firenze e Venezia.

Capitolo 3: Analisi descrittive: Airbnb e il mondo degli affitti tradizionali

FIRENZE	Giorni Disponibili		Giorni Affittati		Giorni Bloccati		Eccesso Offerta	
	All Listing Type	Entire Home	All Listing Type	Entire Home	All Listing Type	Entire Home	All Listing Type	Entire Home
2015_2	661778	73%	249253	75%	287146	76%	412525	71%
2016_1	1099967	73%	431760	75%	307945	75%	668207	72%
2016_2	1326434	74%	545161	75%	361302	72%	781273	73%
2017_1	1344768	73%	602531	77%	456798	78%	742237	70%
2017_2	1509547	75%	732966	77%	482663	74%	776581	73%
2018_1	1528734	76%	738756	79%	550553	75%	789978	73%

VENEZIA	Giorni Disponibili		Giorni Affittati		Giorni Bloccati		Eccesso Offerta	
	All Listing Type	Entire Home	All Listing Type	Entire Home	All Listing Type	Entire Home	All Listing Type	Entire Home
2015_1	346625	76%	117669	75%	149262	79%	228956	77%
2015_2	499810	73%	202496	73%	235017	77%	297314	73%
2016_1	776763	74%	290626	72%	141572	74%	486137	74%
2016_2	958435	73%	394365	73%	179614	70%	564070	74%
2017_1	1047542	74%	466753	75%	194763	74%	580789	74%
2017_2	1155713	75%	617095	75%	233482	69%	538618	74%
2018_1	1253799	76%	555709	76%	220623	70%	698090	76%

MILANO	Giorni Disponibili		Giorni Affittati		Giorni Bloccati		Eccesso Offerta	
	All Listing Type	Entire Home	All Listing Type	Entire Home	All Listing Type	Entire Home	All Listing Type	Entire Home
2015_1	909623	74%	213239	79%	306593	77%	696384	72%
2015_2	1354711	73%	412260	77%	593253	73%	942451	71%
2016_1	1721179	71%	469323	75%	575074	74%	1251856	69%
2016_2	1602414	70%	516694	73%	674186	71%	1085720	68%
2017_1	1868893	68%	608389	74%	816669	73%	1260504	66%
2017_2	1846635	71%	733574	75%	972564	71%	1113061	68%
2018_1	2116211	71%	832450	77%	1089647	73%	1283761	68%

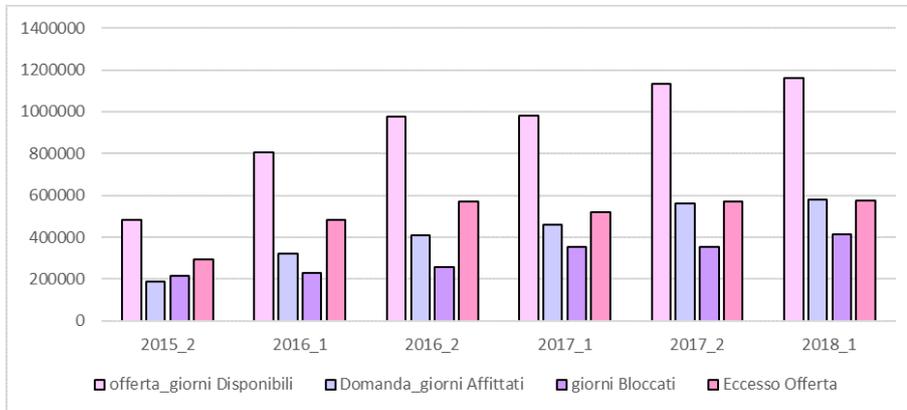
TORINO	Giorni Disponibili		Giorni Affittati		Giorni Bloccati		Eccesso Offerta	
	All Listing Type	Entire Home	All Listing Type	Entire Home	All Listing Type	Entire Home	All Listing Type	Entire Home
2015_2	215393	70%	58477	74%	87160	71%	156916	68%
2016_1	345717	71%	94254	76%	106601	74%	251463	69%
2016_2	425662	69%	139468	73%	154985	72%	286194	67%
2017_1	438480	71%	141581	76%	161278	72%	296899	69%
2017_2	506919	71%	188498	74%	212140	71%	318421	68%
2018_1	500929	71%	181733	77%	217824	74%	319196	69%

NAPOLI	Giorni Disponibili		Giorni Affittati		Giorni Bloccati		Eccesso Offerta	
	All Listing Type	Entire Home	All Listing Type	Entire Home	All Listing Type	Entire Home	All Listing Type	Entire Home
2015_2	217367	58%	60224	65%	64914	61%	157143	56%
2016_1	397145	59%	116398	67%	61256	65%	280747	56%
2016_2	546713	59%	189244	66%	100540	61%	357469	55%
2017_1	672771	58%	223802	65%	118647	63%	448969	54%
2017_2	878497	58%	353937	66%	169351	60%	524560	53%
2018_1	1034655	59%	361025	69%	189263	63%	673630	54%

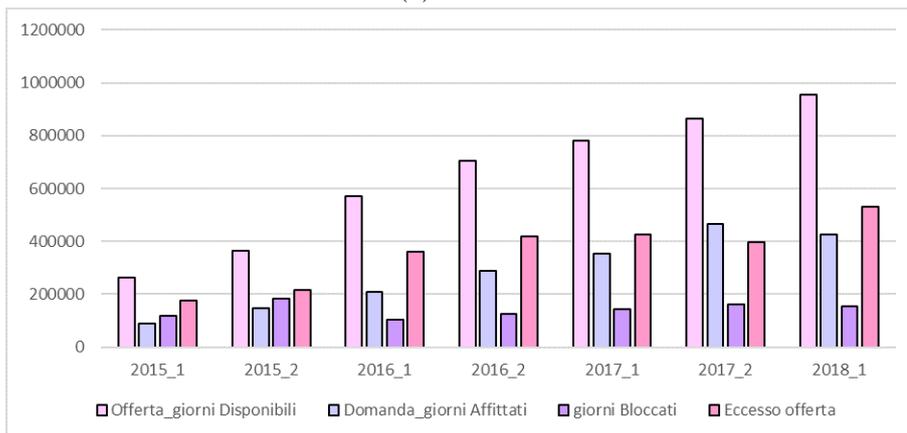
Figura 3.1: Confronto domanda e offerta per tutte le tipologie di inserzioni e per appartamenti interi.

Detto ciò, sia per il fatto che i giorni relativi agli appartamenti interi rappresentano una percentuale significativa rispetto ai giorni riguardanti le inserzioni totali, ed inoltre dal momento che proprio gli appartamenti interi sono quelli che possono essere considerati come gli effettivi sostituti degli appartamenti messi a disposizione tramite gli affitti tradizionali (secondo una logica più conservativa), si è deciso di analizzare più nel dettaglio la domanda e l'offerta solamente degli *appartamenti interi*.

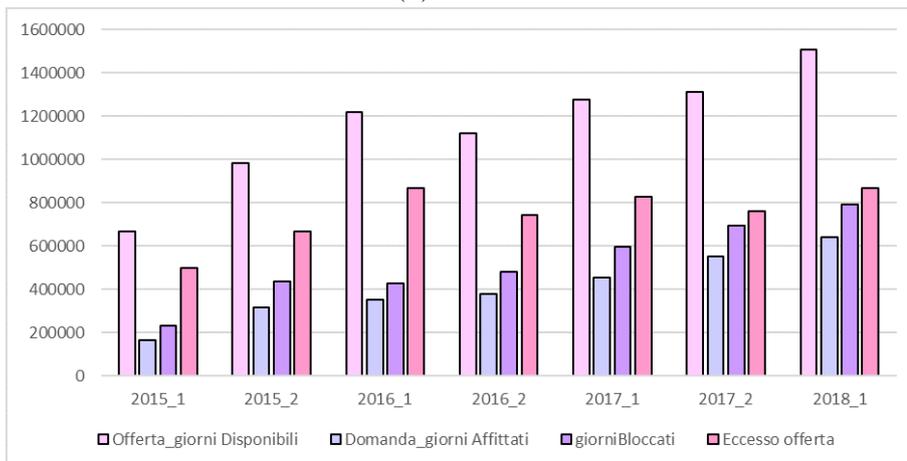
I grafici riportati in figura 3.2, indicano per ogni semestre (dal secondo del 2015 per Firenze, Torino e Napoli e dal secondo del 2014 per Venezia e Milano, fino al primo del 2018) di ogni città, il numero dei giorni in cui gli appartamenti appunto interi erano disponibili, effettivamente prenotati, il numero di quelli bloccati ed infine l'eccesso di offerta (numero di giorni disponibili ma non affittati).



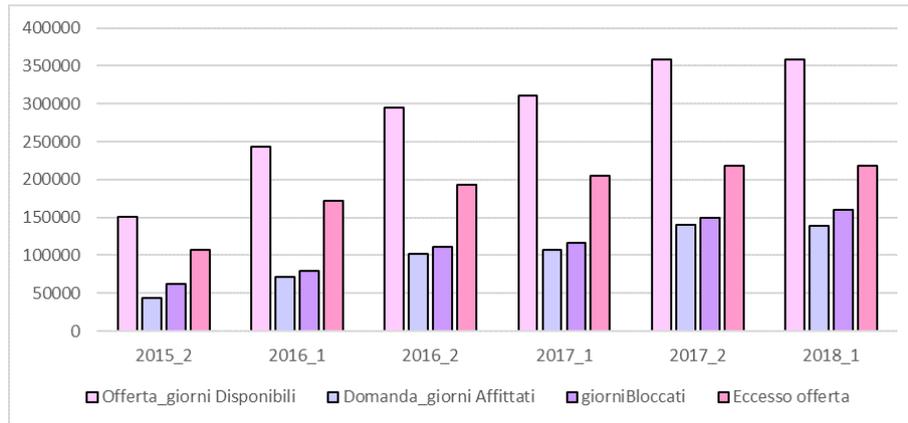
(a) Firenze



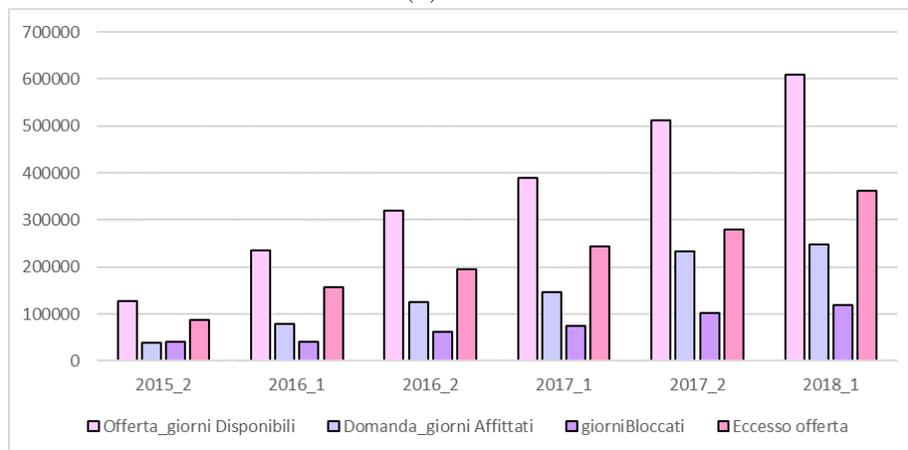
(b) Venezia



(c) Milano



(d) Torino



(e) Napoli

Figura 3.2: Domanda e offerta di interi appartamenti.

Analizzando i risultati inizialmente città per città quello che emerge è che a Firenze si ha, per tutti i semestri ad esclusione del secondo del 2017 e del primo del 2018 (dove invece sono all'incirca uguali), un eccesso di offerta maggiore della domanda, mentre il trend dei giorni disponibili risulta sempre crescente nel tempo fino a risultare nel primo semestre 2018 circa tre volte più grande di quelli del secondo semestre del 2015. Per quanto riguarda invece, il numero di giorni bloccati, essi sembrano avere un andamento abbastanza proporzionato e costante negli anni rispetto alla disponibilità totale.

Venezia, presenta lo stesso andamento crescente per quanto riguarda i giorni disponibili e costante per quanto riguarda i giorni bloccati, proprio come Firenze. L'eccesso di offerta, supera anche qui la domanda effettiva, tranne che per il secondo semestre del 2017 in cui invece si verifica l'esatto contrario.

Milano e Torino mostrano che, nel 2015 e nel 2016 i due terzi della disponibilità è rappresentata da un eccesso di offerta mentre un terzo dalla domanda effettiva; nel 2017 e nel 2018 (primo semestre) rimane sempre l'eccesso di domanda maggiore della domanda stessa, seppur con una minore differenza; i giorni bloccati risultano anche qui proporzionati alla disponibilità, e quest'ultima presenta un andamento crescente nel tempo.

Napoli invece, propone una crescita non indifferente dei giorni disponibili ed anche dei giorni realmente affittati; l'eccesso di offerta risulta sempre molto maggiore

rispetto alla domanda effettiva e l'andamento dei giorni bloccati non differisce da quello delle altre quattro città.

Confrontando adesso le cinque città in esame tra di loro, quello che si può osservare è che innanzitutto Milano è la città che ha un'offerta più estesa come numero di giorni disponibili, seguono Firenze, Venezia, Napoli e per ultima Torino; questi numeri possono essere benissimo collegati alla grandezza delle città in questione. L'andamento della disponibilità/offerta risulta comunque essere crescente nel tempo per tutte le città.

L'eccesso di offerta, per tutte e cinque, ha il suo picco più alto nel primo semestre del 2018. Si hanno però due tipi di andamenti diversi: uno per le città di Firenze, Torino e Napoli e l'altro per Venezia e Milano: infatti le prime tre città presentano nei semestri un trend sempre crescente di eccesso di offerta, a Venezia e a Milano invece questo cresce fino al primo semestre del 2017, poi si verifica un piccolo decremento nel secondo semestre dello stesso anno per risalire in seguito nel 2018; anche l'eccesso di offerta più alto è riscontrato a Milano e seguono tutte le altre città proprio come nel caso della disponibilità.

La domanda, ovvero il numero di giorni in cui un intero appartamento è stato effettivamente affittato aumenta nel tempo per le città di Napoli, Milano e Firenze; per Torino e Venezia si assiste invece ad un aumento fino alla fine del 2017 per poi avere un decremento all'inizio del 2018.

Per ultimo, il numero di giorni bloccati sale sempre nei vari semestri per tutte le città ad eccezione di Venezia che presenta un andamento crescente fino al primo semestre del 2017, decresce nel secondo e risale nel primo del 2018.

3.2.2 Tipologia inserzioni

Si è voluto analizzare, per ognuna delle cinque città, il tipo di inserzioni prevalenti presenti su Airbnb. Ogni annuncio/inserzione disponibili sulla piattaforma può essere di tre tipologie diverse; infatti si possono trovare sia interi appartamenti, sia stanze private che stanze condivise. Tramite il comando "tab Listing Type" su Stata si sono ottenute le percentuali delle inserzioni appartenenti alle tre categorie sopra indicate. Sono riportati in figura 3.3 i grafici a torta ottenuti per le città di interesse.

Da tali grafici emerge un andamento molto simile per le città di Firenze e Venezia (3.3a, 3.3b), dove all'incirca per entrambe oltre il 70% delle inserzioni presenti sulla piattaforma riguardano l'offerta di appartamenti interi, intorno al 26% stanze private ed una piccolissima e trascurante percentuale di inserzioni riguardano le stanze condivise.

Anche Milano e Torino (3.3c, 3.3d) presentano uno sviluppo molto simile tra loro; emerge persino la stessa percentuale per quanto riguarda l'offerta di stanze condivise (2,97%) e quest'ultima è più alta rispetto a quella delle altre tre città. La tipologia di inserzioni prevalente rimane comunque quella degli interi appartamenti, con una percentuale sempre abbastanza alta (intorno al 68%), anche se leggermente inferiore rispetto a Venezia e Firenze; le stanze private rappresentano circa il 28%.

Napoli invece (3.3e), ha un andamento un po' diverso rispetto alle precedenti città poiché si nota un distacco meno netto tra coloro che offrono appartamenti interi e coloro che offrono stanze private, con percentuali rispettivamente del 57,77% e 41,11%; mentre per quanto riguarda le stanze condivise, anche a Napoli la percentuale è molto bassa proprio come nelle altre città. Questo risultato non fa altro che

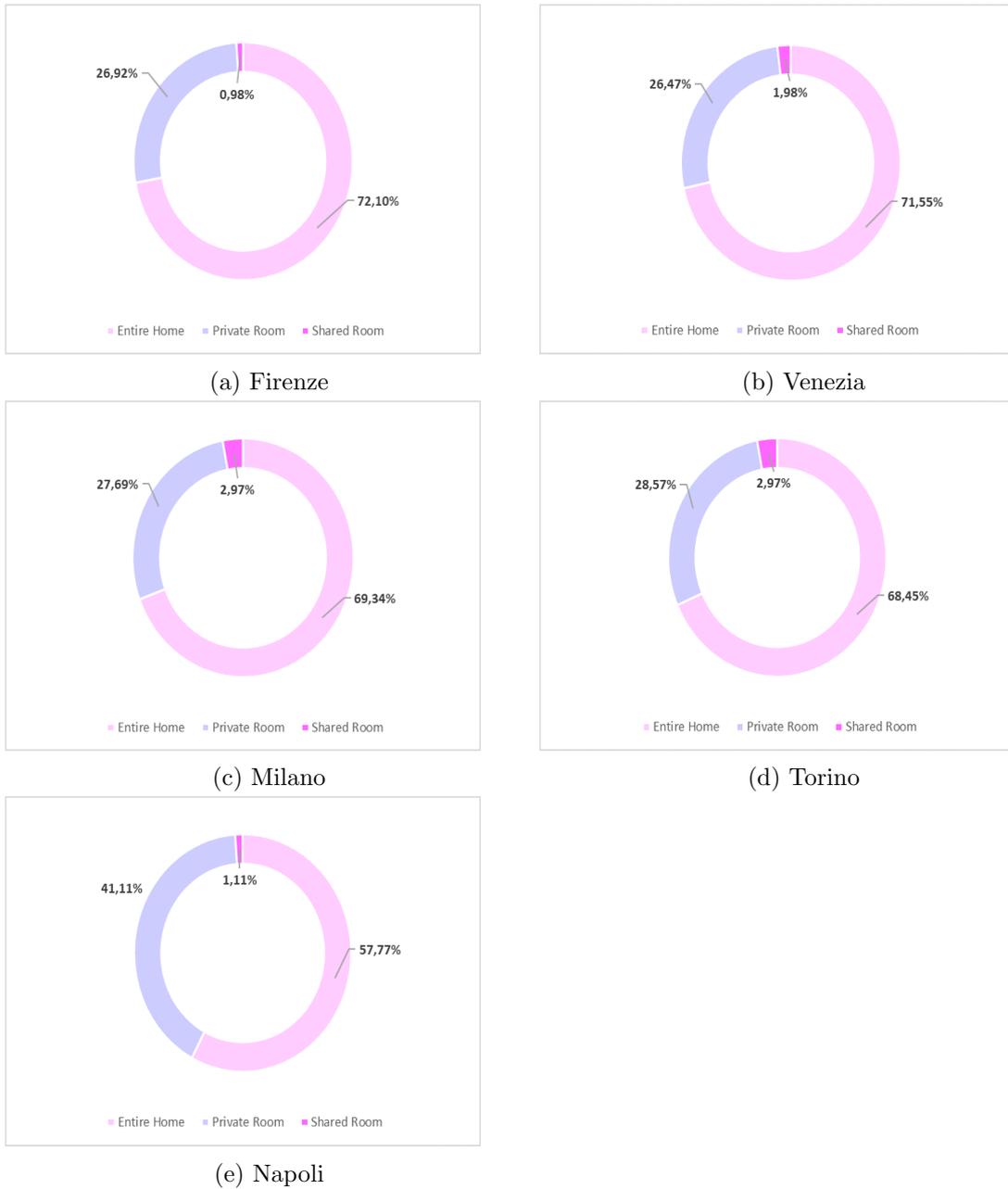


Figura 3.3: Tipologia inserzioni.

avvalorare quello ottenuto nel paragrafo precedente in cui emergeva che a Napoli, a differenza delle altre quattro città, la percentuale di giorni disponibili di appartamenti interi rispetto a quelli totali (considerando tutti e tre i tipi di inserzioni), era minore. Ciò può quindi essere spiegato dal fatto che a Napoli, in generale, il numero di appartamenti interi non è così tanto elevato come nelle altre città.

Si possono già fare delle prime considerazioni da questi grafici, poiché si nota come in città come Firenze e Venezia, che ospitano un turismo molto più sviluppato rispetto alle rimanenti altre città, la percentuale di appartamenti interi sia più alta in assoluto (oltre il 70%). Questo è già un dato importante, che troverà un'ulteriore conferma con l'analisi fatta nel paragrafo 3.2.3.

Se invece si va ad osservare, sempre a livello di città, la tipologia di inserzioni

pubblicate sulla piattaforma con il passare del tempo, si ottengono i grafici presentati in figura 3.4; quello che emerge già a primo impatto coincide con quello appena trovato ovvero che per tutte le città (ad esclusione di Napoli) la maggior parte dei listing disponibili fanno riferimento ad appartamenti interi.



Figura 3.4: Tipologia inserzioni nel tempo.

In particolare, a Firenze (3.4a) si nota come i listing totali e gli appartamenti interi abbiano lo stesso andamento crescente linearmente nel tempo, caratterizzato da una stessa pendenza non indifferente; mentre le inserzioni relative a stanze private presentano un trend leggermente in aumento e le stanze condivise possono ritenersi costanti nel tempo.

Venezia (3.4b) invece mostra un'evoluzione molto più netta e ripida nel tempo, rispetto a Firenze ma sempre lineare, degli appartamenti interi (ed allo stesso modo per i listing totali); le stanze condivise si mantengono invariate anche qui nei se-

mestri mentre le stanze private crescono in modo un po' più ripido rispetto al caso precedente. Nonostante questo però, Venezia ospita molte meno inserzioni, quasi la metà, a parità di semestre (il secondo del 2015) rispetto a Firenze.

La città che si differenzia maggiormente dalle altre è Milano. Dal suo grafico (3.4c) infatti si può notare come tutti i trend, ad esclusione di quello relativo alle stanze condivise che anche in questa città può ritenersi costante, presentino un andamento irregolare nel tempo e caratterizzato da diversi picchi; quindi non si ha sempre una crescita durante i vari semestri, ma anche dei decrementi del numero di inserzioni. Qui si trovano invece, il più alto numero di inserzioni presenti nella piattaforma rispetto alle altre quattro città in tutti i semestri considerati.

Torino (3.4d) mostra un andamento molto simile a quello precedentemente visto a Firenze, con l'unica differenza che lo sviluppo del numero di inserzioni nel tempo è meno lineare ma comunque sempre crescente per gli appartamenti interi e le stanze singole, costante per le stanze condivise.

Infine, Napoli (3.4e) al contrario delle altre, mostra un andamento ripido sia per gli appartamenti interi ma anche per le stanze private nel tempo; mentre le stanze condivise seguono lo stesso andamento visto in tutti i casi precedenti. Inoltre, come è emerso all'inizio del paragrafo, si nota come a Napoli ci sia una differenza minore tra il numero di appartamenti interi e le stanze singole rispetto a quella presentata nelle altre città dove appunto la maggior parte dei listing totali sono invece rappresentati dagli appartamenti interi.

3.2.3 Tipologia host

E' interessante andare a capire, nelle cinque città di interesse, le motivazioni per cui un host decida di mettere a disposizione il proprio appartamento/stanza privata/stanza singola sulla piattaforma. Ciò può essere possibile poiché un l'host sia in possesso di un bene sottoutilizzato da cui vuole ottenere un guadagno extra e quindi può essere considerato un privato; oppure può decidere di farlo diventare un vero e proprio lavoro da cui trarne guadagno e quindi essere considerato un host commerciale.

In questo paragrafo, si è andato innanzitutto a suddividere gli host in quattro range, ovvero gli host che possiedono solamente un inserzione su Airbnb, host che ne possiedono due, quattro e cinque e coloro che ne posseggono più di cinque (nella figura 3.5 indicati con p). Questa ripartizione può già dare un'idea di come un host che abbia una o due inserzioni relative ad un appartamento/stanza nella piattaforma possa essere considerato un privato, mentre coloro che già ne hanno più di due vuol dire che lo fanno come mestiere, poiché si tratta di star dietro e amministrare più appartamenti che è sicuramente un qualcosa che richiede molto tempo e dedizione.

Detto ciò, si è andato a calcolare il numero di inserzioni (considerando sia interi appartamenti, che stanze private e condivise) che appartenessero ad ognuna delle quattro categorie di host; quindi si è andato a vedere quante inserzioni fossero di proprietà di host aventi una sola inserzione, due inserzioni, tre e quattro e così via..

Lo stesso calcolo, in seguito, è stato fatto considerando solamente gli appartamenti interi, poi le stanze private ed infine le stanze condivise, così da andare a vedere per ogni singola tipologia di inserzione a che tipo di host fosse principalmente collegata.

La figura 3.5 mostra infatti quattro tabelle: la prima (3.5a) è riferita in generale a tutte e tre le tipologie di inserzioni presenti su Airbnb, la seconda (3.5b) solamente agli appartamenti interi, la terza (3.5c) alle stanze private e l'ultima (3.5d) alle stanze condivise.

All Type Property					
% property	FIRENZE	VENEZIA	MILANO	TORINO	NAPOLI
$p = 1$	31%	27%	51%	55%	36%
$p = 2$	13%	12%	16%	18%	17%
$3 < p \leq 5$	20%	20%	14%	16%	29%
$p > 14$	35%	42%	19%	12%	17%

(a) Tutte le tipologie di proprietà.

Entire Home					
% property	FIRENZE	VENEZIA	MILANO	TORINO	NAPOLI
$p = 1$	36%	33%	57%	60%	53%
$p = 2$	12%	12%	13%	15%	18%
$3 < p \leq 5$	14%	15%	9%	11%	17%
$p > 14$	38%	41%	21%	14%	13%

(b) Appartamenti interi.

Private Room					
% property	FIRENZE	VENEZIA	MILANO	TORINO	NAPOLI
$p = 1$	34%	24%	60%	61%	29%
$p = 2$	20%	16%	19%	21%	22%
$3 < p \leq 5$	29%	34%	15%	15%	38%
$p > 14$	16%	26%	6%	2%	10%

(c) Camere private.

Shared Room					
% property	FIRENZE	VENEZIA	MILANO	TORINO	NAPOLI
$p = 1$	46%	24%	65%	74%	44%
$p = 2$	15%	13%	13%	12%	17%
$3 < p \leq 5$	23%	34%	9%	10%	31%
$p > 14$	16%	30%	13%	4%	8%

(d) Camere condivise.

Figura 3.5: Tipologia host.

Soffermandosi inizialmente sulla tabella 3.5a, si nota come ci siano delle situazioni completamente differenti tra le città studiate. Firenze e Venezia rappresentano due casi limite ed anche sorprendenti sotto un certo punto di vista; emerge infatti che rispettivamente il 55,4% e 61,8% del totale delle inserzioni appartengano ad host che posseggono dai tre appartamenti in su; questo sta a dimostrare che più della metà delle inserzioni totali in queste due città sono di proprietà di host non privati e quindi che decidono di appoggiarsi alla piattaforma come mestiere vero e proprio. Questa situazione potrebbe entrare un po' in contrasto con la filosofia con la quale è nata la piattaforma e potrebbe rappresentare una forma di concorrenza sleale. In queste due città sembra risultare molto conveniente per un host investire in questo

tipo di business, e quindi diventare un vero e proprio commerciante all'interno della piattaforma, percependo un vero e proprio introito da questa.

Dall'altra parte invece, Milano e Torino presentano un contesto completamente opposto a quello visto per Firenze e Venezia. I risultati mostrano che il 67,1% delle inserzioni per Milano ed il 72% per Torino siano di proprietà di host privati. In queste due città quindi la piattaforma sembra funzionare secondo l'ideologia per la quale è nata, ovvero quello di mettere a disposizione un immobile sottoutilizzato a chi è alla ricerca di un posto in cui soggiornare. In queste città quindi, gli host usufruiscono della piattaforma non per scopi di business come abbiamo visto per Firenze e Venezia, ma più che altro per sfruttare degli spazi inutilizzati e perché no, guadagnarci qualcosina su.

Napoli invece si trova in mezzo a queste due situazioni appena viste, infatti risulta che poco più della metà delle inserzioni presenti in città (53,5%) appartenga ad host privati ed il 46,5% ad host più commerciali; quindi qui emerge una suddivisione quasi pari delle due realtà, ma tutto ciò rimane comunque uno scenario sorprendente ed anche questo distaccato dagli ideali iniziali per cui è nata la piattaforma.

Riassumendo questa prima tabella si può affermare che solamente nelle città di Milano e Torino si assiste ad un uso idoneo di quella che è la piattaforma, nelle restanti città invece se ne fa un uso legato principalmente ad uno scopo esclusivamente di lucro e di business.

Passando adesso ad analizzare la tabella in figura 3.5b, ovvero quella che considera solamente gli appartamenti interi, che sono quelli di maggiore interesse in questo lavoro di tesi poiché considerati i possibili sostituti agli interi immobili presenti nel mercato degli affitti tradizionali, la situazione che emerge non è poi tanto differente da quella che si è riscontrata nel caso precedente. Per Firenze e Venezia, la percentuale di appartamenti interi che appartengono ad host commerciali scendono leggermente rispetto al caso precedente ma resta comunque una percentuale molto alta e preoccupante, ed arriva rispettivamente al 52% per Firenze e al 55,2% per Venezia. Milano e Torino invece, nel momento in cui si vanno a considerare solamente gli appartamenti interi, le percentuali di quelli appartenenti ad host privati sale rispetto al caso precedente, ed arrivano al 69,9% e 75%; quindi una situazione ancora migliore ed in linea con quello che dovrebbe essere l'uso della piattaforma. Infine Napoli, in questo caso, mostra una percentuale di host privati che posseggono appartamenti interi molto più alta rispetto alla precedente (70,7%) quindi si può affermare che Napoli si allinea in questo caso a Milano e Torino.

Passando alle stanze private, tabella 3.5c, troviamo dei risultati un po' diversi; questa volta Firenze presenta la maggior parte delle inserzioni relative a stanze private appartenenti ad host privati (54,2%) e non più ad host commerciali al contrario di tutti i casi precedenti, mentre Venezia rimane in linea con gli andamenti visti fin ora e prevale quindi una maggiore percentuale di stanze di host commerciali (60,7%). Milano e Torino rimangono sempre le uniche città con un andamento idoneo, ed in questa situazione le percentuali di stanze private appartenenti ad host privati aumenta ulteriormente rispetto a quanto visto fin ora, fino a raggiungere il 79,5% per Milano e ben l'82,7% per Torino; questo sta a significare che in queste due città, le quasi totalità delle stanze private presenti nella piattaforma siano di host che posseggono solamente una o due stanze, quindi il funzionamento ideale che dovrebbe avere Airbnb dappertutto. Napoli infine presenta la stessa situazione che si era riscontrata nel primo caso considerato, ovvero quello in cui venivano consi-

derati tutti e tre i tipi di inserzioni e presenta il 51,3% di stanze appartenenti ad host privati ed il 48,7% ad host commerciali, quindi si può dire che le totalità delle stanze siano divisi tra host privati e non, situazione paragonabile a quella riscontrata a Venezia.

Per ultimo, osservando la figura 3.5d, ovvero quella in cui sono presenti le stanze condivise, quest'ultime mostrano risultati che seguono l'andamento delle stanze private ma con percentuali ancora più alte rispetto a queste. Anche qui, infatti Firenze ha la maggior parte delle stanze condivise appartenente ad host privati (61%) mentre Venezia ad host commerciali (63.3%). Milano e Torino rispettivamente il 78,1% e l'86% di proprietà di host privati (come dimostrato in tutti i casi precedenti), ed infine Napoli questa volta presenta anche lei, come tutte le altre città ad esclusione di Venezia, il 61,2% di stanze condivise che appartengono ad host privati e quindi solamente con una o due inserzioni nella piattaforma.

Concludendo il tutto, si può affermare che Airbnb viene usato con diversi fini nelle varie città: in città come Firenze e Venezia infatti la piattaforma ha suscitato talmente tanto successo da spingere gli host ad investire fortemente in questo tipo di business e quindi da trasformarlo in un vero e proprio lavoro mettendo nella piattaforma molti appartamenti e/o stanze così da poter ricavare ingenti introiti da questi; a Milano e Torino invece, si fa un uso della piattaforma secondo quella che era, o almeno all'inizio, la filosofia della piattaforma e quindi quella di mettere a disposizione un appartamento/stanza sottoutilizzato a disposizione di chi richiedeva un alloggio nel breve termine in cui soggiornare. La maggior parte degli host in queste due città, infatti, sono privati e quindi mettono a disposizione una o al massimo due proprietà all'interno della piattaforma. Napoli invece, si trova nel mezzo tra le quattro città viste fin ora, ed in generale è caratterizzata da metà host privati e metà commerciali nel caso in cui consideriamo le inserzioni di stanze private, mentre nel momento in cui si considerano le inserzioni relative ad appartamenti interi ed a stanze condivise, anche Napoli si avvicina di più ai comportamenti di Milano e Torino e quindi ad uso più idoneo della piattaforma.

3.2.4 Numero medio di notti per prenotazione

Ragionando sempre a livello più alto, ovvero a livello città, si è andato ad osservare per ognuna delle cinque città, quale fosse il numero medio di notti per prenotazione; ciò è stato trovato calcolando inizialmente per ogni inserzione e quindi per ogni appartamento presente nella piattaforma, il numero medio di notti effettivamente prenotate facendo il rapporto tra il numero di giorni prenotati e il numero di prenotazioni. Dopodiché avendo questo rapporto per ogni appartamento si è andato a contare all'interno della città il numero di inserzioni (considerando tutte e tre le tipologie) che avessero un numero medio di notti prenotate per appartamento pari a 1, tra 2 e 3, tra 4 e 5, tra 6 e 7, 8 e 10, 11 e 14, tra 15 e 20 ed infine più di 20 giorni.

Dai risultati ottenuti e riportati in figura 3.6, è subito evidente che tutte e cinque le città hanno un andamento molto simile fra loro; infatti risulta che la maggior parte delle inserzioni presenti nella piattaforma vengono affittate in media per 2 o 3 notti, ovunque. Per Firenze precisamente, si parla del 54% delle inserzioni che vengono prenotate tra le due e le tre notti; per Venezia il 63% (percentuale più alta tra tutte

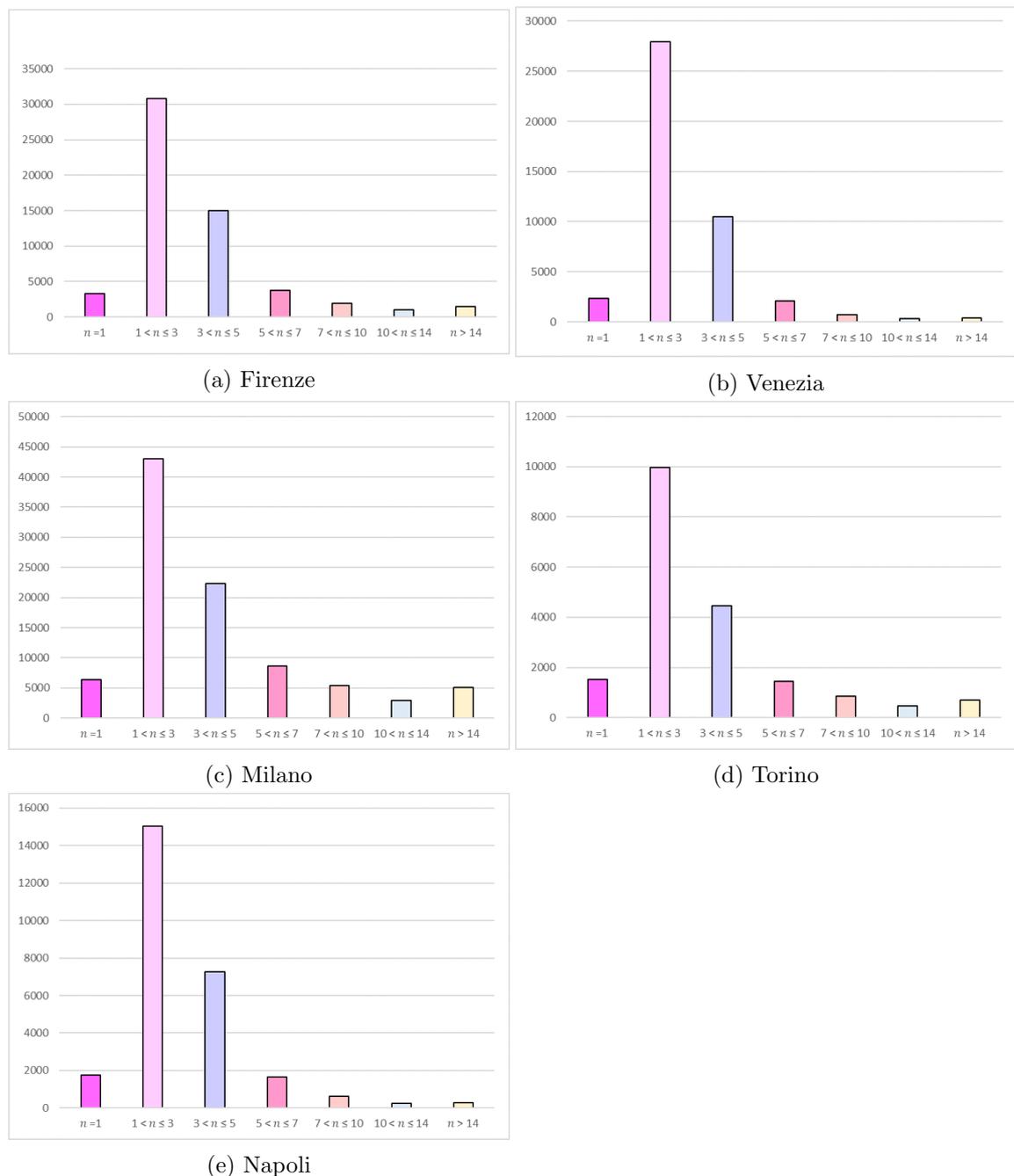


Figura 3.6: Numero medio di notti per prenotazione. In ordinata è riportato il numero di inserzioni riferito al numero medio di notti (n) in ascissa.

le città), per Milano il 46% (percentuale invece più bassa) ed infine per Torino e Napoli si parla del 51% e 56 %.

Seguono a queste, le prenotazioni di 4 e 5 giorni, che presentano una quota ancora rilevante (intorno al 25 %) del numero di inserzioni, per tutte le città.

Le prenotazioni di una sola notte sono più alte a Torino con una percentuale dell'8%, seguono Milano e Napoli con il 7%, e poi Firenze e Venezia con il 6% e 5%; risulta anche che le prenotazioni effettuate tra le 6 e le 7 notti abbiano percentuali quasi uguali a quelle appena esposte (riferite ad una sola notte) e addirittura nelle città di Napoli e Milano questa percentuale risulta maggiore della precedente.

Osservando le prenotazioni di più lunga durata invece, si nota come queste rap-

presentino una percentuale molto bassa nelle cinque città, si tratta infatti di pochissimi punti percentuali; ma se si pone l'attenzione ai soggiorni di durata maggiore di due settimane, risulta che in città come Torino e Milano questa percentuale è del circa il 5%, mentre nelle città di Napoli e Venezia si hanno pochissime permanenze con una durata così lunga (circa l'1%); nella via di mezzo si colloca Firenze con il 3%.

Da questi esiti dunque, si può riflettere su come il fenomeno Airbnb interessi maggiormente il settore del turismo, dal momento che la piattaforma viene usata maggiormente per soggiorni di breve durata; anche per tale ragione si possono collegare tali risultati al fatto che, specialmente negli ultimi anni, con la nascita di Airbnb anche il turismo in certe città ha avuto contemporaneamente uno sviluppo molto intenso, rendendo turistiche città che fino ad allora non lo erano. Questo potrebbe portare a pensare che molta gente, approfittando di questa nuova opportunità, abbia iniziato a visitare, anche se per pochi giorni, alcune città che fino a poco tempo prima non coprivano una fetta così ampia di turisti; quest'ultimi infatti erano rappresentati solamente da coloro che potevano permettersi un soggiorno in hotel.

3.3 Analisi zone OMI

3.3.1 Suddivisione città per zone OMI e calcolo del numero di immobili

Per quanto riguarda l'analisi delle zone OMI, si sono andate a suddividere ognuna delle cinque città di interesse nelle loro zone OMI (34 zone per Firenze, 36 per Venezia, 41 a Milano e Torino e 65 per Napoli). Una volta definite, si sono andati a calcolare per ognuna, il numero di immobili presenti negli anni 2015 ⁴, 2016 e 2017. Il numero di immobili per zona è stato quantificato considerando solamente il gruppo catastale A (immobili a destinazione residenziale), con tutti i suoi sottogruppi, ad esclusione della sotto-categoria A10 (studi e uffici privati). Una volta determinato il numero di immobili, si è inoltre definita la percentuale di immobili presenti in una determinata zona rispetto al numero totale degli immobili, così come si può osservare nelle tabelle in figura 3.7.

⁴I dati relativi al numero di immobili del 2015 non era presenta nel database e allora si è assunto per ipotesi che il numero di immobili in quell'anno fosse uguale a quello ottenuto nel 2016, dal momento che comunque si tratta di un mercato poco dinamico e con poca variazione tra un anno e l'altro.

FIRENZE	2015-2016	2017	VENEZIA	2015-2016	2017
	% sul totale	% sul totale		% sul totale	% sul totale
B2	6,2%	6,2%	B15	4,1%	4,1%
B5	5,4%	5,5%	B16	2,5%	2,5%
B6	4,2%	4,1%	B17	3,7%	3,7%
B7	3,9%	3,9%	B19	3,5%	3,5%
B8	3,0%	3,1%	B20	1,4%	1,4%
C10	1,9%	1,9%	B21	2,3%	2,3%
C11	1,5%	1,5%	B22	0,7%	0,7%
C12	1,4%	1,4%	B23	2,1%	2,1%
C13	5,1%	5,1%	B24	2,9%	2,9%
C14	4,8%	4,8%	B25	2,6%	2,6%
C15	3,8%	3,8%	E10	1,8%	1,8%
C2	5,7%	5,7%	E14	1,4%	1,4%
C3	2,9%	2,9%	E15	0,9%	0,9%
C4	5,3%	5,3%	E17	1,3%	1,3%
C5	2,7%	2,7%	E18	0,0%	0,0%
C6	4,8%	4,8%	E19	11,8%	11,8%
C7	4,0%	4,0%	E20	3,1%	3,1%
C9	2,8%	2,7%	E21	3,3%	3,9%
D10	1,0%	1,0%	E22	3,2%	3,2%
D11	2,0%	2,0%	E23	19,3%	19,3%
D12	0,1%	0,1%	E24	2,6%	2,6%
D13	0,5%	0,5%	E25	5,6%	5,6%
D14	1,9%	1,9%	E26	4,5%	4,0%
D15	4,8%	4,8%	E27	0,7%	0,7%
D16	1,8%	1,8%	E28	1,4%	1,4%
D17	2,2%	2,2%	E29	0,2%	0,2%
D18	4,3%	4,3%	E4	4,6%	4,6%
D19	0,9%	0,9%	E5	2,5%	2,5%
D20	4,3%	4,3%	E6	1,6%	1,6%
D3	1,4%	1,4%	E7	1,0%	1,0%
D4	0,4%	0,4%	E8	2,7%	2,7%
D6	1,3%	1,3%	R1	0,1%	0,1%
D7	2,6%	2,7%	R2	0,3%	0,3%
E1	1,1%	1,1%	R3	0,0%	0,0%
			R4	0,0%	0,0%
			R6	0,2%	0,2%

(a) Firenze

(b) Venezia

MILANO	2015-2016	2017
	% sul totale	% sul totale
B12	0,5%	0,5%
B13	0,6%	0,6%
B15	0,4%	0,4%
B16	0,7%	0,7%
B17	1,4%	1,5%
B18	1,3%	1,3%
B19	1,3%	1,3%
B20	1,1%	1,1%
B21	1,3%	1,3%
C12	4,7%	4,7%
C13	0,1%	0,1%
C14	0,1%	0,1%
C15	2,6%	2,6%
C16	3,3%	3,3%
C17	5,6%	5,6%
C18	2,9%	2,9%
C19	2,2%	2,2%
C20	2,9%	2,9%
D10	1,4%	1,4%
D12	7,6%	7,6%
D13	0,7%	0,7%
D15	2,6%	2,6%
D16	2,1%	2,1%
D18	4,5%	4,5%
D20	3,0%	3,0%
D21	3,6%	3,6%
D24	7,0%	7,1%
D25	4,0%	4,0%
D28	0,7%	0,7%
D30	3,1%	3,1%
D31	2,2%	2,2%
D32	3,2%	3,2%
D33	1,8%	1,8%
D34	0,3%	0,3%
D35	5,3%	5,3%
D36	6,5%	6,5%
E5	2,3%	2,3%
E6	2,3%	2,3%
E7	0,9%	0,9%
E8	1,9%	1,9%
R2	0,2%	0,2%

(c) Milano

TORINO	2015-2016	2017
	% sul totale	% sul totale
B1	0,2%	0,2%
B2	2,0%	2,0%
B3	0,4%	0,4%
B4	0,7%	0,7%
B5	1,8%	1,8%
B6	0,5%	0,5%
B7	0,8%	0,8%
B8	1,1%	1,1%
B9	0,0%	0,0%
C1	0,7%	0,7%
C10	6,7%	6,7%
C11	1,1%	1,1%
C12	1,0%	1,0%
C13	5,7%	5,7%
C15	0,1%	0,1%
C16	3,8%	3,8%
C2	3,2%	3,2%
C3	0,8%	0,8%
C4	1,0%	1,0%
C5	2,3%	2,3%
C6	0,1%	0,1%
C7	1,9%	1,9%
C8	3,2%	3,2%
C9	1,0%	1,0%
D10	7,9%	7,9%
D11	1,2%	1,2%
D12	3,7%	3,7%
D13	5,3%	5,3%
D14	0,8%	0,8%
D15	1,2%	1,2%
D2	2,5%	2,5%
D3	0,7%	0,7%
D4	2,9%	2,9%
D5	14,2%	14,2%
D6	2,5%	2,5%
D7	6,4%	6,4%
D8	7,5%	7,5%
D9	1,0%	1,0%
E1	0,9%	0,9%
E2	0,3%	0,3%
E3	0,7%	0,7%

(d) Torino

NAPOLI	2015-2016	2017
	% sul totale	% sul totale
B10	3,8%	3,7%
B11	0,7%	0,7%
B12	3,3%	3,2%
B13	1,0%	1,0%
B14	3,0%	3,0%
B15	4,5%	4,9%
B16	0,7%	0,7%
B17	1,7%	1,7%
B18	0,6%	0,6%
B8	3,8%	3,8%
B9	1,7%	1,7%
C21	1,1%	1,1%
C22	2,2%	2,2%
C23	3,9%	3,8%
C24	2,8%	2,8%
C25	1,0%	1,0%
C26	4,5%	4,4%
C27	0,8%	0,8%
C28	5,4%	5,3%
C29	6,5%	6,5%
C30	0,8%	0,8%
C31	0,1%	0,1%
C32	0,9%	0,9%
C33	1,5%	1,5%
D21	0,6%	0,6%
D22	0,2%	0,2%
D23	1,6%	1,6%
D24	1,5%	1,4%
D25	0,7%	0,7%
D26	1,4%	1,4%
D27	0,8%	0,8%
D28	0,0%	0,0%
D29	2,3%	2,3%
D30	1,0%	1,0%
D31	0,0%	0,0%
D32	0,0%	0,0%
D33	1,2%	1,2%
D34	0,2%	0,2%
D35	0,9%	0,9%
D36	1,5%	1,4%
E27	0,3%	0,3%
E28	1,4%	1,4%
E29	2,0%	2,1%
E3	1,3%	1,3%
E30	0,8%	0,8%
E31	1,3%	1,3%
E32	0,5%	0,5%
E33	2,3%	2,3%
E34	2,4%	2,4%
E35	0,9%	0,9%
E36	0,7%	0,7%
E37	0,2%	0,2%
E38	1,9%	1,9%
E39	2,8%	2,8%
E40	0,4%	0,4%
E41	0,1%	0,1%
E42	2,9%	2,8%
E43	2,9%	2,9%
E44	1,5%	1,5%
E45	0,7%	0,8%
E46	1,3%	1,3%
E47	0,8%	0,8%
E48	0,4%	0,5%
R1	0,0%	0,0%
R2	0,0%	0,0%

(e) Napoli

Figura 3.7: Calcolo del numero di immobili per zona OMI.

I risultati mostrano che in generale, tra un anno ed un altro, nelle varie zone, il numero di immobili possa quasi essere definito costante, ovvero caratterizzato da una minima variazione dovuta appunto alla poco dinamicità di questo tipo di mercato e queste tabelle ne sono la prova.

A Firenze (3.7a), il maggior numero di immobili è concentrato principalmente in zone centrali (fascia B) come “B2:Lungarno, Donatello, Beccaria, Libertà” e “B5:Signoria, Duomo, Pitti, San Niccolò” (6%, 5%), ma anche in quelle semicentrali (fascia C) “C2:San Jacopino, Le mosse, Cascine” (6%) e “C13:Piazza Ferrucci, Viale Europa, Monticelli, Ricorboli, Soffiano e Bandino” (5%); zone periferiche come “D15:Ponte a greve, San Bartolo a cintoia, Argingrosso” (5%) accolgono un numero non indifferente di alloggi.

Venezia (3.7b) è un caso anomalo poiché presenta un’altissima concentrazione di immobili specialmente nelle zone suburbane (fascia E). In particolare, emergono due zone contraddistinte da un fittissimo numero di immobili, il più alto in assoluto rispetto a tutte e cinque le città, con una concentrazione del 19% in “E23:Mestre centro” ed (12%) a “E19:Mestre semicentrale”; ad esse seguono, sempre nella stessa fascia “E25:Chirignano Periferia” con il 6%, “E26:Favaro periferia e Lido centro” (5%). Le zone centrali invece ospitano una percentuale minore rispetto alle precedenti, con una affluenza massima del 4% in “B15-B17:Cannaregio sud e Castello ovest”.

Milano (3.7c), dal suo canto, espone la sua concentrazione massima nelle zone periferiche; nello specifico in “D12-D24:Piola, Argonne, Corsica e Vespri Siciliani, Segesta e Aretusa” con l’8% e 7% e a “D36:Maggiolina, Parco Trotter, Leoncavallo” con il 6%. L’altra grande affluenza è invece nella fascia semicentrale (C) nelle zone “C17:Sempione, Washington, Pagano” con il 6% e “C12:Pisani, Buenos Aires e Regina Giovanna” con il 5%.

Torino (3.7d), segue lo stesso trend di Milano quindi si considerano come rilevanti dal punto di vista di numero di immobili le zone periferiche e quelle semicentrali, però qui come a Venezia, ma con un picco meno alto, emerge in particolare una zona periferiche che ha una concentrazione di immobili del 14% ed è “D15:Santa Rita, Mirafiori”; seguono “D10-D8:Madonna di Campagna e Parella” con l’8%. Quelle semicentrali più rilevanti invece sono “C13-C10:Palermo, San Paolo e Marmolada” con il 7% e 6%.

Per ultima, Napoli (3.7e) presenta una situazione più ben suddivisa a differenza delle altre città o meglio si trovano gli immobili distribuiti più equamente nelle diverse zone con picchi non eccessivi. Le fasce prevalenti restano comunque le semicentrali e centrali. Nelle prime il picco più alto si raggiunge solamente a “C29:Vomero alto, Parco Omodeo, Via San Domenico, Via Gigante e via Castellino” con il 7% e segue “C28:FuoriGrotta, Parco San Paolo e Mostra d’oltremare” con il 5%; nelle seconde la massima concentrazione è del 4% a “B8-B15:Quartieri Spagnoli, Cavone, parte est centro antico, Piazza Mercato, mezzo cannone, Piazza medaglie d’oro e Piazza quattro giornate”.

Se invece si sposta per un attimo l’attenzione sulle zone meno gremite di strutture con destinazione un uso abitativo (ovvero quelle con una percentuale tra l’1 e lo 0 percento) tra queste cinque città analizzate, affiora che a Firenze ciò si verifica maggiormente in alcune zone della fascia periferica e suburbana come “E1-D19-Certosa, Nave a Rovezzano, Ponte a Ema e ponte a Greve, Ugnano, Mantignano, Castello, il sodo e Cupolina”. Venezia invece ospita questo tipo di concentrazione in tutta la fa-

scia extraurbana, in moltissime zone periferiche tra cui “E29-E15-E28:Malcontenta zona Industriale e non, Porto Marghera, Malamocco Alberoni, Pellestrina e Zelarino periferia” ed in pochissime zone centrali come “B20-B22:Dorso duro ovest e Sant’Elena”. Analizzando Milano emerge che percentuali così basse si verificano nell’intera fascia centrale ed extra urbana, in alcune semicentrali come “C13-C14:City Life e Porta nuova”, ed in poche periferiche “D13-D28-D34:Bicocca, Sarca, Lambrate, Rubattino, Rombon, Monte stella, Ippodromo e Caprilli”. Passando a Torino le fasce meno fitte sono tutte le zone centrali e suburbane, alcune semicentrali come “C6-C15-C1-C3:Politecnico, Duca D’Aosta, Valentino e San Secondo” ed altre periferiche come “D11-D15-D14:Cimitero, Botticelli, Barca, Bertolla e docks Dora”. Infine, Napoli espone una bassa affluenza in tutte le zone extra urbane e nella quasi totalità delle suburbane e periferiche; quindi rimangono escluse le fasce centrali e semicentrali.

3.4 Match Airbnb, zone OMI ed affitti

La parte che seguirà rappresenta il cuore del lavoro svolto, ovvero dove viene messo in relazione il mondo degli affitti tradizionali e le zone OMI con la piattaforma di Airbnb e le sue inserzioni. Nel paragrafo 3.4.1 si metterà a confronto il numero di inserzioni Airbnb presenti in una certa zona OMI, con il numero degli immobili ad uso abitativo presenti (usando i dati trovati nel paragrafo precedente per quanto riguarda il numero di abitazioni per zona OMI); mentre nella sezione 3.4.2 si mette in evidenza se risulta vantaggioso o meno a livello economico mettere il proprio appartamento sulla piattaforma Airbnb piuttosto che affidarsi al mercato degli affitti tradizionali.

3.4.1 Inserzioni Airbnb: localizzazione e la sua influenza nelle zone OMI

L’obiettivo di questo paragrafo è quello di andare ad osservare in quale zone/fasce delle cinque città il fenomeno Airbnb sia più sviluppato ed una volta capito, ciò è stato quantificato mettendo in relazione il numero inserzioni/appartamenti presenti su Airbnb in una determinata zona con il numero di immobili presenti nella stessa. Sono stati considerati gli anni 2015, 2016 e 2017.

Innanzitutto il conteggio del numero di inserzioni Airbnb per ogni zona della città è stato fatto considerando quattro scenari differenti. Si è andato a calcolare in un primo momento il numero di inserzioni totali per zona presenti su Airbnb e realmente affittati (quindi con un numero di notti prenotate diverso da zero), considerando prima tutti e tre le tipologie di inserzioni presenti nella piattaforma (case intere, stanze singole e stanze condivise), poi lo stesso calcolo è stato fatto considerando solamente il numero di case intere, ovvero quelle che sono considerate sostituite nel mercato tradizionale degli affitti; successivamente invece si è andato a misurare il numero totale per zona di inserzioni Airbnb (quindi non solo quelle realmente affittate ma l’intera offerta della piattaforma) ed anche questo è stato compiuto prima considerando tutte e tre le tipologie di inserzioni della piattaforma e dopo solamente gli appartamenti interi. Nonostante questi differenti scenari però, le zone della città in cui il fenomeno Airbnb emerge maggiormente, non varia.

Ciò che si è ottenuto per ognuna delle cinque città, sono quattro tabelle (una per tutti i tipi di inserzioni realmente affittate, una per gli interi appartamenti realmente affittati, un'altra per tutti i tipi di inserzioni presenti nella piattaforma e l'ultima per tutte le case intere pubblicate) contenenti il numero di inserzioni Airbnb suddivise per zone; tutto questo è osservabile integralmente nelle tabelle dell'appendice A. In ognuna di queste tabelle si sono selezionate ed analizzate solamente le prime 4/5 zone per città in cui emergeva la più alta percentuale di inserzioni Airbnb, e quindi quelle aree in cui la piattaforma e quindi il fenomeno è più sviluppato ed utilizzato.

Dopodiché scelte le zone e accertato che in quest'ultime Airbnb sia fortemente presente rispetto alle altre aree della città, allora si è andato a quantificare effettivamente la presenza di questo fenomeno, andando a vedere quanto la sua penetrazione sia intensa; quindi si è andato a calcolare il rapporto tra il numero di inserzioni Airbnb (in tutti e quattro gli scenari sopramenzionati) e il numero di immobili per zona OMI precedentemente calcolati nel paragrafo 3.3.1. Tale misura ci dà un'indicazione di quanti immobili, rispetto al totale di quelli presenti in una determinata zona, siano messi a disposizione attraverso la piattaforma e quindi non sono disponibili nel mercato tradizionale degli affitti.

Una sintesi dei risultati emersi dalle misurazioni appena descritte, è quella riportata nelle tabelle presenti in figura 3.8, dove ogni città è divisa nelle zone principali precedentemente selezionate e per ognuna di esse vengono considerati i quattro scenari: tutti i tipi di inserzioni e solamente appartamenti interi realmente affittati e tutti i tipi di inserzioni e solo interi appartamenti presenti in totale nella piattaforma a prescindere che siano stati affittati o meno (intera offerta). Dopodiché, per tutti questi scenari vengono riportate le percentuali per zona ottenute dal rapporto del numero di inserzioni Airbnb con il numero di immobili presenti in una zona OMI; in altre parole ogni percentuale mi indica quanti degli immobili presenti in una determinata zona si trovano a disposizione su Airbnb. Bisogna specificare che per Venezia e Milano sono stati considerati interamente gli anni 2015, 2016 e 2017; mentre per Firenze, Torino e Napoli solamente il 2016 e 2017 dal momento che si avevo dati per quanto riguarda le informazioni di Airbnb solamente del secondo semestre del 2015 e quindi non avrebbe avuto senso confrontare metà anno con due anni interi.

Analizzando ad una ad una le città emerge che a Firenze, come si può notare in figura 3.8a, le zone prescelte (prima colonna a sinistra) in cui si è verificata quindi una maggiore presenza di alloggi messi a disposizione su Airbnb, sono per la quasi totalità zone centrali (B2, B5, B6, B7 e B8) ed una semi-centrale (C2); si constata come, Firenze, città molto turistica, lascia ampio spazio alla piattaforma principalmente nel centro della città. In particolar modo, è venuto fuori nei passaggi precedenti quando si è andato a calcolare per ogni zona il numero di inserzioni Airbnb presenti, che nella zona B5 si trovano concentrate ben il 29% delle inserzioni rispetto a quelle presenti nell'intera città e questa rappresenta una concentrazione molto alta. A questa seguono B6 e B7 con il 19% ed il 12%, B8 con il 9% ed invece nelle aree B2 e C2 il numero di inserzioni Airbnb presenti scende al 5%. Comunque queste sei zone, sono state analizzate poiché ritenute più rilevanti rispetto alle altre per una maggiore presenza di immobili nella piattaforma. Appurato *dove* nella città, la piattaforma ha avuto più successo, si va adesso a quantificare *quanto* il fenomeno è penetrante all'interno di queste zone scelte; quindi andando a fare per ognuna di queste il rapporto tra il numero di inserzioni Airbnb con il numero di immobili presenti, si hanno come risultati le percentuali proposte in tabella. In generale, si

Capitolo 3: Analisi descrittive: Airbnb e il mondo degli affitti tradizionali

FIRENZE	Realmente affitate				Totale Inserzioni			
	2016		2017		2016		2017	
	AllType	EntireHome	AllType	EntireHome	AllType	EntireHome	AllType	EntireHome
B5	28%	24%	33%	28%	30%	25%	35%	29%
B6	24%	19%	29%	23%	25%	20%	30%	24%
B7	15%	11%	19%	13%	16%	11%	20%	14%
B8	15%	12%	17%	14%	15%	13%	18%	15%
B2	5%	3%	6%	3%	5%	3%	6%	4%
C2	5%	3%	6%	3%	5%	3%	6%	3%

(a) Firenze

VENEZIA	Realmente affitate						Totale Inserzioni					
	2015		2016		2017		2015		2016		2017	
	AllType	EntireHome	AllType	EntireHome	AllType	EntireHome	AllType	EntireHome	AllType	EntireHome	AllType	EntireHome
B15	10%	7%	16%	12%	18%	14%	10%	8%	16%	12%	19%	14%
B17	11%	9%	17%	13%	19%	15%	12%	9%	17%	13%	19%	15%
B24	13%	10%	21%	17%	24%	19%	14%	11%	22%	17%	25%	20%
E23	1%	1%	2%	1%	3%	1%	2%	1%	3%	1%	3%	1%
B16	9%	7%	14%	12%	19%	14%	10%	8%	15%	13%	19%	15%
B21	11%	9%	16%	13%	18%	15%	11%	9%	16%	13%	19%	16%
B25	9%	6%	13%	10%	16%	11%	9%	6%	14%	10%	16%	12%
B19	6%	5%	10%	7%	12%	9%	7%	5%	10%	8%	12%	9%

(b) Venezia

MILANO	Realmente affitate						Totale Inserzioni					
	2015		2016		2017		2015		2016		2017	
	AllType	EntireHome	AllType	EntireHome	AllType	EntireHome	AllType	EntireHome	AllType	EntireHome	AllType	EntireHome
C12	3%	2%	4%	3%	5%	4%	3%	3%	5%	4%	5%	4%
C18	4%	3%	5%	4%	6%	5%	4%	3%	6%	5%	6%	5%
D12	1%	1%	2%	1%	2%	1%	2%	1%	2%	1%	3%	2%
D36	1%	1%	2%	1%	3%	2%	1%	1%	2%	1%	3%	2%
C17	2%	1%	2%	2%	2%	2%	2%	1%	2%	2%	3%	2%
C15	3%	2%	4%	2%	5%	3%	3%	2%	4%	3%	5%	3%

(c) Milano

TORINO	Realmente affitate				Totale Inserzioni			
	2016		2017		2016		2017	
	AllType	EntireHome	AllType	EntireHome	AllType	EntireHome	AllType	EntireHome
B2	4%	3%	4%	3%	4%	3%	4%	4%
B5	4%	3%	4%	3%	4%	3%	4%	3%
C16	2%	1%	2%	1%	2%	1%	2%	1%
C10	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%
B8	4%	3%	5%	3%	5%	3%	5%	4%
C2	1%	1%	2%	1%	2%	1%	2%	1%
D5	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
C9	4%	3%	5%	3%	4%	3%	5%	3%

(d) Torino

NAPOLI	Realmente affitate				Totale Inserzioni			
	2016		2017		2016		2017	
	AllType	EntireHome	AllType	EntireHome	AllType	EntireHome	AllType	EntireHome
B8	4%	2%	7%	4%	4%	2%	7%	4%
B9	9%	5%	14%	7%	10%	5%	14%	8%
B15	3%	2%	4%	3%	3%	2%	4%	3%
B14	3%	2%	5%	3%	3%	2%	5%	4%
B13	8%	5%	13%	9%	8%	5%	14%	9%
C26	2%	1%	3%	1%	2%	1%	3%	1%

(e) Napoli

Figura 3.8: Rapporto tra il numero di inserzioni Airbnb e il numero di immobili totali per zona OMI.

nota innanzitutto come rispetto alla totalità dei tipi di inserzione (AllType), gli appartamenti interi ne costituiscono la quasi totalità e questo si verifica in generale anche per le altre quattro città analizzate; ciò trova una spiegazione grazie ai risultati trovati nel paragrafo 3.2.2 in cui era emerso che in tutte le città ad esclusione di Napoli, la maggior parte delle inserzioni presenti nella piattaforma fossero riferite ad interi appartamenti. Già a primo impatto, la tabella si distingue per il numero di percentuali molto più alte rispetto alle altre città. Questo sta a significare che a Firenze, nelle sei zone in cui Airbnb è più presente, rapportato al numero di immobili, rappresenta una quota significativa. Nella zona B5, la tabella ci mostra che guardando le inserzioni realmente affittate, nel 2016 di tutti gli immobili presenti il 24% sono interi appartamenti effettivamente affittati su Airbnb, e nel 2017 questa percentuale sale al 28%. Se si guardano invece tutte le inserzioni realmente affittate, queste rappresentano il 28% ed il 33% (nel 2016 e nel 2017) di tutti gli immobili presenti in zona. Per quanto riguarda invece le inserzioni totali pubblicate nella piattaforma (parte destra della tabella) sia che si tratti di interi appartamenti che di tutte le tipologie di inserzioni, queste percentuali salgono ancora di più in questa zona. B5 è quindi molto interessante, in quanto l'area con più alta penetrazione del fenomeno Airbnb rispetto a qualsiasi altra zona di qualsiasi altra città. Ma anche le altre zone di Firenze come B6 e B7 non sono da meno; infatti anche queste presentano percentuali ancora alte e preoccupanti per il mondo degli affitti tradizionali dal momento che circa il 25% di tutti gli immobili presenti per B6 ed il 15% per B7, sono messi a disposizione sulla piattaforma Airbnb e tolti quindi dal mercato degli affitti tradizionali. Zone come B2 e C2 invece, presentano una penetrazione meno forte del fenomeno che risulta più in linea con quelle delle altre città; infatti sul totale degli immobili, in queste due zone, circa il 5% è messo a disposizione su Airbnb. Riassumendo Firenze, si può affermare che tale città abbia accolto largamente uso della piattaforma, in particolare nelle zone centrali dove si trovano un'altissima percentuale di alloggi presenti su Airbnb rispetto a quelli totali esistenti nella zona.

Per Venezia (3.7b) come detto precedentemente, si hanno a disposizione tre anni per il confronto. Le zone prescelte in questa città sono, proprio come Firenze, per la stragrande maggioranza quelle appartenenti a fasce centrali ed una invece suburbana (E23). Iniziando dalla fascia centrale, zone come B15, B17 e B24 ospitano circa il 13% delle inserzioni Airbnb presenti nella città; B16, B19, B21 e B25 circa il 7%. La zona suburbana E23 è molto interessante in quanto in essa si trovano circa il 10% delle inserzioni Airbnb (percentuale molto alta) ma anche la concentrazione totale di immobili in quella zona è altissima (il 19% di tutti gli immobili presenti nella città sono lì collocati); quindi nel momento in cui si va a fare il rapporto tra il numero di inserzioni Airbnb con il numero di immobili presenti, nonostante ci sia una non indifferente presenza di Airbnb, questo diventa insignificante ed intorno all'2% (come si può notare in tabella). Quello che si può notare in figura 3.7b è come la penetrazione del fenomeno Airbnb in generale sia abbastanza alta nelle zone centrali della città; in tutte le zone centrali (escludendo B19) quasi il 19% degli immobili totali presenti nel 2017, sono esclusi dal mercato tradizionale degli affitti e messi a disposizione su Airbnb. Venezia, come Firenze quindi, si rivela una città molto turistica e che ha ospitato fortemente la piattaforma. Tale riflessione può collegarsi anche ai risultati trovati nel paragrafo 3.2.3 in cui si era riscontrato che in queste due città risultava che gli host investissero molto facendo un uso della piattaforma legato al business e quindi preferendo quelle che sono le zone centrali per mettere a

disposizione gli appartamenti poiché sicuramente sono quelle più interessate al turismo e da dove poter estrarre un maggior guadagno. In B19, nonostante appartenga alla fascia centrale, le percentuali della penetrazione di Airbnb scende leggermente rispetto alle altre zone, ma resta comunque significativa e rilevante (8%).

Milano (3.8c), anch'esso caratterizzato da tre anni, presenta una situazione diversa dalle due città precedenti, ma ciò non stupisce più di tanto dal momento che fino ad adesso è sempre risultato che sia Milano che Torino avessero un comportamento diverso e più in linea con quello che dovrebbe essere l'uso ideale della piattaforma. Effettivamente, la prima cosa che si nota, è che in questa città, il maggior numero di inserzioni Airbnb non si trovano più in zone centrali (come per Firenze e Venezia) ma bensì in zone semi-centrali (C12, C15, C17 e C18) con l'8% e periferiche (D12 e D36) con il 7%; le percentuali di queste zone più interessate da Airbnb risultano comunque più basse rispetto alle altre due città. Ciò dimostra che in città come Firenze e Venezia le concentrazioni di alloggi messi a disposizione su Airbnb si posizionano maggiormente in determinate zone ed è lì che poi si fa business; a Milano ed anche per Torino poi, la presenza di Airbnb è meno concentrata nelle varie zone, poiché si tratta di appartamenti sottoutilizzati messi a disposizione, per la maggior parte di proprietà di host privati e che non lo fanno come vero e proprio mestiere. Dalla tabella 3.8c risulta che per le zone semi-centrali (fascia C) gli alloggi messi a disposizione su Airbnb rispetto al totale di quelli presenti rappresentino all'incirca il 5%; mentre nelle zone periferiche (fascia D), nonostante la presenza della piattaforma sia quasi uguale a quella nella fascia C, rapportato con il numero di immobili risulta che le inserzioni Airbnb toccano solamente circa il 2% di tutti gli immobili presenti.

Torino (3.8d), mostra una situazione molto simile a quella appena vista per Milano. Qui la maggior parte delle inserzioni Airbnb sono collocate sia in zone centrali (B2, B5, B8), che in quelle semi-centrali (C2, C9, C10 e C16) e per finire anche in quelle periferiche (D5); in particolare nelle prime troviamo circa il 10% di tutte le inserzioni Airbnb presenti in città, nelle seconde circa il 7% ed infine in quelle periferiche il 5%. Andando ad osservare invece la penetrazione del fenomeno rispetto al numero di immobili delle zone, appare che nella fascia B Airbnb costituisce il 5% circa rispetto a tutti gli immobili presenti, in quelle semi-centrali il 2% e nelle periferiche invece lo 0%. Ciò dimostra che nonostante comunque risultino presenti inserzioni sulla piattaforma che fanno riferimento a zone periferiche, rapportate al numero di immobili presenti individuano una percentuale irrilevante. Le riflessioni su Torino risultano equivalenti a quelle appena fatte per Milano, ovvero si tratta di una città che fa un uso contenuto della piattaforma, che non presenta grosse concentrazioni strategiche in determinate zone e questo porta a pensare che sia dovuto al fatto che la maggior parte di host che decidono di entrare nella piattaforma, non lo fanno per far sì che questo diventi un vero e proprio lavoro per loro ma solamente per sfruttare alloggi che magari hanno in più e che non sono da loro utilizzati.

Infine Napoli (3.8e), presenta come sempre una via di mezzo tra quelli che sono i due estremi (Firenze e Venezia da una parte e Milano e Torino dall'altra). Codesta città, come si era già verificato per Firenze e Venezia, ospita la maggior parte delle inserzioni Airbnb nelle fascia centrale (B8, B9, B13, B14 e B15) e solamente una nella zona semi-centrale (C26); in particolare tra le aree centrali emergono le zone B8, B9 e B15 in cui si possono trovare ben il 15% circa di tutte le inserzioni Airbnb

presenti nella città (percentuali alte come quelle di Firenze e Venezia), quindi anche qui emerge una forte concentrazione del fenomeno. Nelle restanti zone centrali e in quella semi-centrale invece, la concentrazione di Airbnb si aggira attorno all'8%. Andando invece ad osservare la tabella 3.8e emerge che B9 è la zona in cui la presenza della piattaforma rispetto agli immobili presenti è molto rilevante (circa l'8%), mentre nelle altre aree centrali questa percentuale scende attorno al 4%, fino ad arrivare all'1% nella zona C26, dove quindi nonostante ci sia concentrato lì circa l'8% delle inserzioni Airbnb, rispetto al numero di immobili però rappresentano solamente una piccolissima parte. Riassumendo, ad esclusione della zona B9 in cui la penetrazione è paragonabile a quella di Firenze e Venezia, nelle altre la penetrazione della piattaforma rispetto al numero di immobili è paragonabile a quella riscontrata invece a Torino e Milano.

3.4.2 Guadagni a confronto: mercato degli affitti e Airbnb

L'obiettivo di questo paragrafo è quello di capire se e quanto il fenomeno Airbnb risulti più vantaggioso a livello economico rispetto ad un affitto tradizionale; negli ultimi anni si è assistito infatti, come si è dimostrato nelle precedenti analisi, ad uno sviluppo sempre molto più intenso della piattaforma, offrendo sempre più appartamenti/stanze e con il rischio che una quota sempre più grande di alloggi siano usati per questo tipo di business innovativo piuttosto che per quello tradizionale e quindi si assista ad un'eliminazione nel mondo degli affitti di una quota significativa di appartamenti.

Tramite questo tipo di analisi diventa più semplice approfondire e cercare di capire un po' di più quella che è chiamata "gentrificazione": fenomeno di cui si sta sempre più parlando con la nascita in particolare di Airbnb e che consiste nel cambiamento e nella rivalutazione di determinate aree urbane che nel passato erano popolate da classi a basso ceto sociale e quindi considerati "quartieri popolari" e che invece vengono rivalutate ed acquistano più valore grazie alla borghesia che inizia ad investire in quelle aree. Questo fenomeno porta con sé come conseguenza immediata un aumento sia nel prezzo di compravendita di un alloggio, ma anche nel prezzo locativo (quello di nostro interesse), questo per far sì che si garantisca che da quel momento in poi quei quartieri continuino ad essere frequentati da un certo tipo di persone. Di per sé il fenomeno della gentrificazione è molto più ampio e complesso di quanto descritto fin ora, infatti la rivalutazione e la trasformazione che avviene, non è da considerarsi solamente in termini di tipologia di abitazione che risiede nel quartiere ma bensì in termini più ampi; si assiste inoltre ad una trasformazione anche a livello di mutamento estetico di una determinata zona con il rimodernamento degli edifici, ad un cambiamento in termini di attività commerciali della zona portando per esempio attività di ristorazione o locali più "alla moda" ed al passo coi tempi. Quest'ultimo aspetto si pensa abbia però anche dei risvolti negativi, infatti si tende ad omologare culturalmente sempre più questi quartieri nascenti ed in certi casi si sfocia nell'emarginazione sociale.

Si è andato quindi a confrontare, proprio a livello di guadagno semestrale, se risulta più conveniente mettere a disposizione il proprio alloggio su una piattaforma come Airbnb e quindi se entrare o meno in questo tipo di business, oppure se rende di più lasciandolo nel mondo degli affitti tradizionali.

Sono stati effettuati due tipi di confronti lato mercato tradizionale degli affitti; ovvero si è andato a considerare prima il prezzo di locazione mensile medio (dato appunto dalla media del locativo minimo e quello massimo) ed in seguito il prezzo locativo mensile massimo. Si deve tener conto, che questi due valori (compreso il massimo) possano essere già delle sottostime rispetto a quelli reali.

Quello che si è fatto è stato andare a stimare per ogni città e per ogni sua zona OMI (per Firenze 34 zone, 36 per Venezia, 41 a Milano e Torino e 65 per Napoli) quanto rende un' appartamento in termini di guadagno semestrale. Questi valori sono stati estrapolati dal database descritto nel paragrafo 3.1.2 in cui si avevano a disposizione i prezzi locativi massimi ed i prezzi locativi minimi per ogni zona di ogni città espressi in €/m² al mese; quindi da una parte si è andato a considerare per ogni zona il prezzo locativo medio e dall'altra si è considerato solamente il prezzo locativo massimo. Per ognuno di questi due casi quindi si è andato a calcolare il guadagno effettivo semestrale in una determinata zona mettendo a disposizione nel mercato degli affitti un alloggio; per fare ciò si è dovuto prima andare a stimare la dimensione media in m² di un appartamento in base alla tipologia prevalente (tra quelli elencati nei sottogruppi catastali) di immobile che risultava in una determinata zona; individuato il tipo di abitazione prevalente in ogni zona delle città di interesse, si è stimato in media la dimensione degli alloggi avendo a disposizione per ogni città e per ogni categoria catastale di immobile, la superficie totale stimata in m² ed il numero di unità immobiliari urbane (UIU). Facendo il rapporto tra questi due valori si è trovato quindi, in modo approssimativo, l'estensione in metri quadri degli alloggi prevalenti in una zona della città. Detto ciò, si è moltiplicato il numero di m² medi appena stimati per ogni zona con i corrispettivi prezzi locativi medi e massimi, ed infine il tutto moltiplicato ancora per sei mesi. Si è così determinato per ogni zona e per ogni città il guadagno semestrale medio e il guadagno semestrale massimo che si è avuto mettendo a disposizione l'appartamento/alloggio nel mercato degli affitti nei semestri che vanno dal secondo del 2015 al primo del 2018 per le città di Firenze, Torino e Napoli; mentre per Venezia e Milano per un arco di tempo che va sempre fino al primo semestre del 2018 ma che stavolta inizia nel secondo semestre del 2014.

Spostandoci adesso dal lato di Airbnb invece, si è voluto calcolare sempre a livello di zona per ogni città e sempre per gli stessi semestri di riferimento appena citati, il guadagno semestrale che hanno effettivamente avuto gli appartamenti interi messi a disposizione nella piattaforma e quello potenziale che avrebbero potuto avere se l'alloggio fosse stato affittato tramite Airbnb per tutti i giorni del semestre (182 giorni circa). Si faccia ben attenzione che in questa sezione quando si parla di Airbnb, si tiene conto solamente di *appartamenti interi* tralasciando stanze private e condivise, questo perchè dovendo andare a fare un confronto con il mercato tradizionali degli affitti e con gli immobili presenti in esso, si sono quindi considerati come possibili sostituti a questi solamente gli appartamenti interi che sono a disposizione sulla piattaforma.

Il guadagno semestrale effettivo è stato trovato andando a definire una media pesata dei guadagni avuti in un determinato semestre e in una determinata zona in base ai giorni in cui gli appartamenti sono stati realmente prenotati. Come guadagno si è usato il parametro "revusd" ovvero quello in dollari, che è stato in seguito trasformato in €, ed inoltre a netto dei guadagni dovuti alle pulizie. Il motivo

per cui si è deciso di tener fuori dal guadagno effettivo quello ricavato dalle spese di pulizia è dovuto al fatto che le tasse che vengono applicate per le pulizie sono molto variabili a seconda dell'host ed inoltre non è facile stimare poi quanto effettivamente di questa entrata ne costituisca un vero e proprio guadagno. E' possibile infatti che questo ricavato serva interamente per pagare qualcuno che si occupi di mettere apposto l'appartamento, oppure solamente una parte di questo guadagno è destinato a questo scopo ed una parte viene trattenuta dall'host stesso; o potrebbe anche verificarsi l'ipotesi in cui sia proprio il proprietario stesso ad occuparsi di questi mansioni e quindi l'Introito sarebbe interamente intascato. Insomma tutti questi scenari possono essere considerati plausibili e difficile da stimare poichè non noti; ragion per cui si è deciso di escludere questa quota di guadagni dal calcolo.

Per ultimo, si è trovato il guadagno potenziale che un host avrebbe avuto nel momento in cui il suo appartamento fosse stato prenotato per tutti i giorni del semestre attraverso la piattaforma; ciò è stato calcolato andando a trovare zona per zona della città il prezzo medio per notte con cui un intero appartamento è stato affittato e moltiplicando questo valore per i 182 giorni che costituiscono il semestre. Ovviamente quest'ultimo scenario, è molto idilliaco e poco frequente rispetto ai precedenti.

Agli ultimi due guadagni stimati lato Airbnb (effettivo e potenziale) è stato tolto infine il 3% che costituisce la tassazione che l'host è tenuto a pagare alla piattaforma per poterne usufruire.

Il risultato finale è quello che si può trovare integralmente in appendice B nelle figure B.1 B.2, B.3 B.4 B.5, dove è presente una tabella per ognuna delle cinque città divise nelle proprie zone OMI, e per ogni semestre viene riportato il confronto tra il guadagno in € che si otterrebbe mediamente con un appartamento messo a disposizione nel mercato degli affitti considerando un prezzo locativo medio (prima colonna) e considerando il prezzo locativo massimo (seconda colonna), quanto si è effettivamente guadagnato mediamente con le prenotazioni di Airbnb in quella zona (terza colonna) ed infine quanto si guadagnerebbe idealmente se un appartamento su Airbnb fosse prenotato tutti i giorni del semestre.

N.B. : Per Venezia sono state considerate solo pochissime zone dal momento che la maggior parte contenevano valori nulli dove non è stato possibile quindi stimare i guadagni.

Da queste macro tabelle, si vogliono andare ad estrapolare tre diversi aspetti:

- Si vuole andare ad osservare per ogni città e per ogni sua fascia, la percentuale di zone in cui si è verificato che già il guadagno effettivo ottenuto mettendo un appartamento all'interno della piattaforma abbia superato il rendimento *medio* di un immobile nel mercato degli affitti.
- Si vuole andare ad osservare per ogni città e per ogni sua fascia, la percentuale di zone in cui si è verificato che già il guadagno effettivo ottenuto mettendo un appartamento all'interno della piattaforma abbia superato il rendimento *massimo* di un immobile nel mercato degli affitti.
- Si vuole andare a verificare per ogni fascia di ogni città quanto il guadagno potenziale che si otterrebbe su Airbnb se l'alloggio fosse prenotato per l'intero semestre superi il rendimento massimo che si ha nel mercato degli affitti.

Iniziando con il primo aspetto verranno riportati di seguito degli istogrammi relativi ad ogni città e ad ogni macro fascia di quest'ultima dove sono riportate per ogni semestre la percentuale di zone per ogni macro area in cui il guadagno effettivo avuto su Airbnb abbia superato il valore di un immobile nel mercato degli affitti (barra rosa) e viceversa (barra bianca).

Iniziando con l'analizzare Firenze 3.9, emerge come in tutte le zone situate nella fascia centrale (B) 3.9a, nella totalità dei semestri (ad esclusione solamente del primo), si è verificato che il guadagno effettivo che si è avuto tramite l'utilizzo della piattaforma abbia superato il rendimento *medio* di un appartamento intero nel mercato degli affitti e quindi che in nelle zone centrali di Firenze, affitti "sporadici" tramite la piattaforma possano rendere di più di un alloggio in un semestre con la locazione.

Lo stesso discorso non si può fare invece per le altre zone della città, infatti nelle semi-centrali (C) 3.9b per tutti i semestri ad esclusione del secondo del 2017, il mercato degli affitti è risultato più profittevole per la maggior parte delle zone; lo stesso discorso vale per le aree situate nella fascia periferica (D) 3.9c dove Airbnb è risultato più redditizio degli affitti tradizionali per più della metà delle zone esclusivamente nel secondo semestre del 2017.

Infine nella fascia E 3.9d (extraurbana) solamente nel primo semestre del 2018 è emerso che nella totalità delle zone il guadagno avuto grazie alla piattaforma è risultato vincente.

Questi risultati ottenuti per Firenze confermano quanto visto nel paragrafo 3.4.1 dove emergeva infatti che a Firenze le zone in cui si concentrano il maggior numero di inserzioni sono per la quasi totalità zone centrali e quindi questo spiega come proprio lì la maggior parte delle zone abbiano ottenuto un introito maggiore grazie ad Airbnb rispetto ad un appartamento in affitto tradizionale. Un'altra deduzione da ciò è che Firenze essendo molto turistica fa sì che la piattaforma si sviluppi principalmente nel cuore della città.

Passando a Venezia si ricorda che le zone analizzate sono in minoranza poiché i dati che si avevano a disposizione erano "sporchi" e mancanti di quei parametri necessari al calcolo dei vari guadagni; da ciò quindi è risultato possibile fare un'analisi solamente per le fasce B ed E.

Nonostante ciò, i risultati ottenuti si possono accomunare a quelli appena descritti per Firenze; infatti anche a Venezia era emerso nel paragrafo 3.4.1 che una maggiore presenza di Airbnb fosse geo-localizzata nelle zone centrali, dunque proprio in quest'ultime dal grafico 3.10a si vede come dal secondo semestre del 2016 in poi nella maggior parte delle zone centrali hanno reso di più case messe a disposizione nella piattaforma piuttosto che nel mercato degli affitti.

La fascia suburbana (E) 3.10b segue quanto descritto prima per Firenze, ovvero che solamente negli ultimi semestri considerati è risultato che nella totalità delle zone renda di più Airbnb.

I comportamenti di queste due città risultano quindi in linea con tutti i risultati ottenuti fin ad adesso, dove si è sostenuto uno sviluppo maggiore della piattaforma poiché ritenute città molto turistiche, e con un turismo diverso dalle altre città di interesse; in altre parole le zone centrali di Venezia e Firenze rappresentano l'emblema di come Airbnb porti già a dei guadagni che vanno oltre a quelli ottenibili nel mercato degli affitti, e con un tasso di occupazione dell'alloggio decisamente minore.

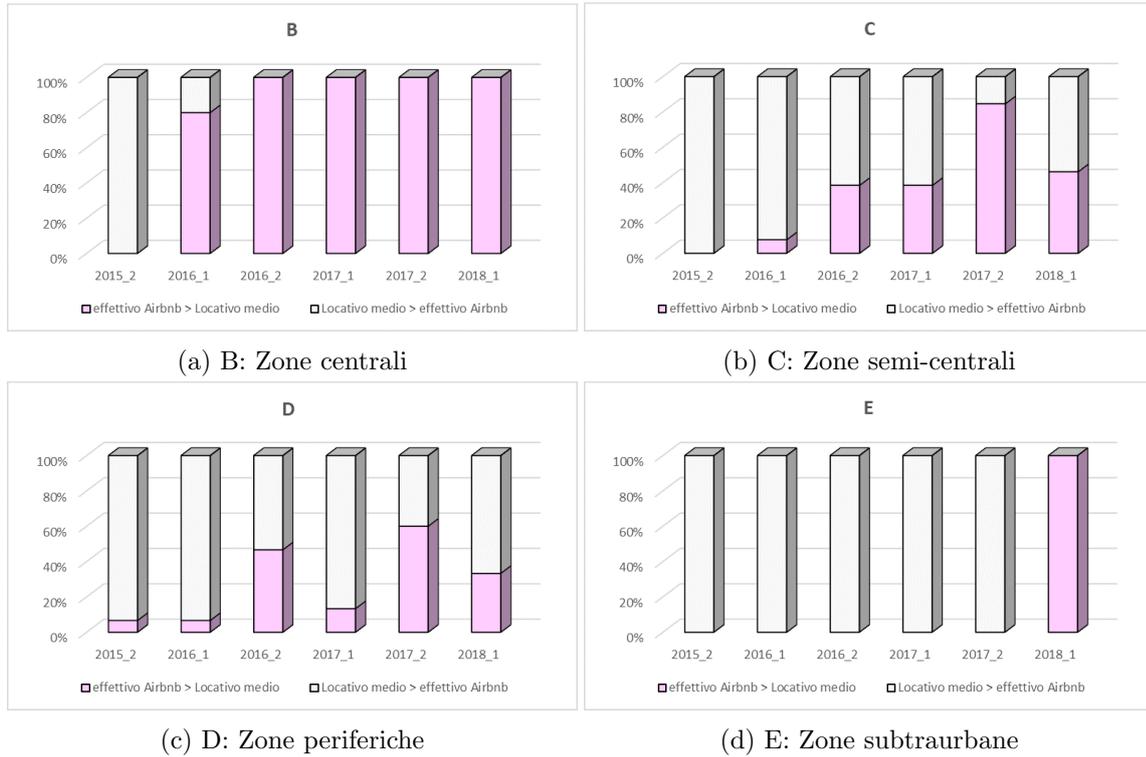


Figura 3.9: Confronto guadagno locativo medio ed Airbnb: Firenze

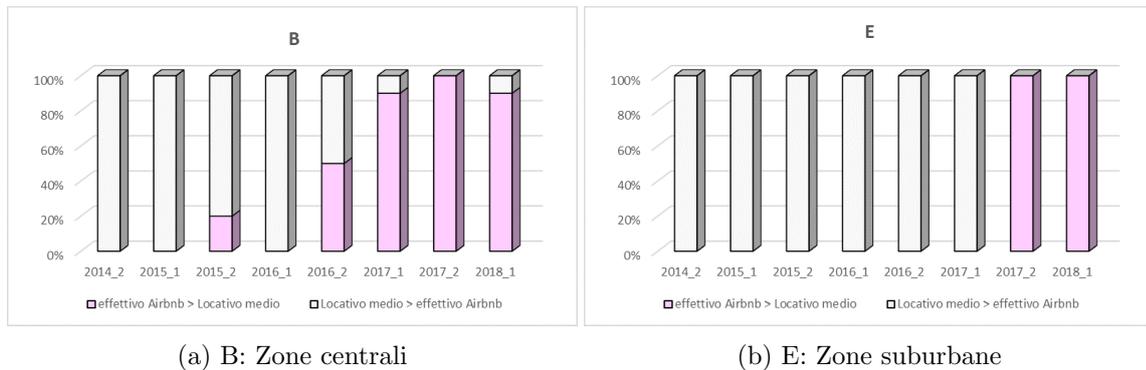


Figura 3.10: Confronto guadagno locativo medio ed Airbnb: Venezia

Milano invece, presenta una situazione completamente opposta nella fascia B (3.11a), infatti proprio in tutte le zone di questa area fruttano maggiormente gli appartamenti nel mercato degli affitti.

Anche nella maggior parte delle zone delle fasce C (3.11b) e D (3.11c), gli appartamenti sembrano rendere maggiormente con gli affitti piuttosto che con l'utilizzo della piattaforma, ad eccezione del primo semestre del 2019 nella fascia E in cui emerge invece che nella maggior parte delle zone portino più guadagni gli appartamenti interi su Airbnb.

Infine nelle aree suburbane E (3.11d), solamente negli ultimi due semestri osservati, nella maggior parte delle zone si incassa di più grazie ad Airbnb, nel primo semestre del 2017 invece, metà delle zone appartamenti a questa fascia rendono di più nella piattaforma, e metà con gli affitti.

Milano, al contrario di Firenze e Venezia, mostra quindi nel complesso un introito maggiore con un appartamento messo a disposizione nel mercato degli affitti

tradizionali piuttosto che nella piattaforma; questo risultato può essere spiegato collegandolo con i risultati ottenuti dalle analisi precedenti, ovvero che essendo considerata una città con meno turismo e con quest'ultimo totalmente diverso da quello presente nelle due città prima menzionate, la piattaforma si è sviluppata di meno e non risulta così conveniente come lo è in una Firenze o Venezia; anzi risulta più redditizia nelle zone periferiche piuttosto che nelle centrali, dal momento che se ne fa un uso più moderato e in linea con lo scopo per cui la piattaforma si è sviluppata.

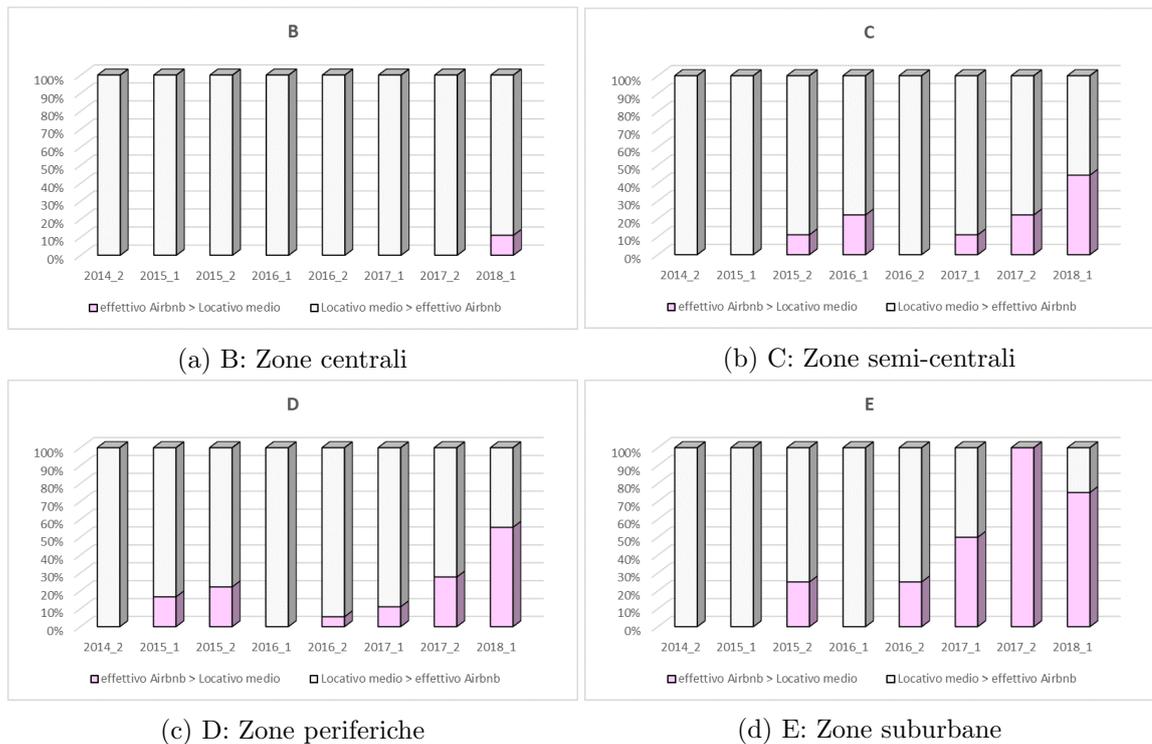


Figura 3.11: Confronto guadagno locativo medio ed Airbnb: Milano

Torino invece, fa un emergere un trend che afferma che qualsiasi fascia venga presa in considerazione, che sia quella centrale o piuttosto la periferica, nella maggior parte delle zone risulta comunque più profittevole un appartamento intero che sia messo a disposizione nel mercato degli affitti piuttosto che nella piattaforma (come mostrato in figura 3.12).

La fascia in cui emergono un po' più di zone in cui Airbnb risulta vantaggiosa, ma sempre comunque in minoranza rispetto a quelle in cui invece gli affitti vincono, è quella semi-centrale (3.12b) e soprattutto negli ultimi semestri.

Nelle suburbane (3.12d) e nella prima metà del 2017 si nota addirittura come in nessuna delle zone Airbnb sia stato più proficuo rispetto agli affitti.

Quindi si possono affermare le stesse conclusioni appena fatte per Milano, ovvero che la città accoglie la piattaforma in modo contenuto e non ne risulta un uso intenso come quello che se ne fa in quelle invece molto turistiche. Per entrambe inoltre era emerso nell'analisi del paragrafo precedente che a differenza di Firenze e Venezia in cui il maggior numero di inserzioni era situato in centro, a Milano e Torino invece questo non accadeva, ma ospitavano un uso più intenso della piattaforma nelle in aree non situate nel cuore della città.

Per ultima Napoli, come in tutti i risultati ottenuti fino ad esso, si avvicina molto di più a città come Firenze e Venezia. Infatti si può osservare in figura 3.13 che

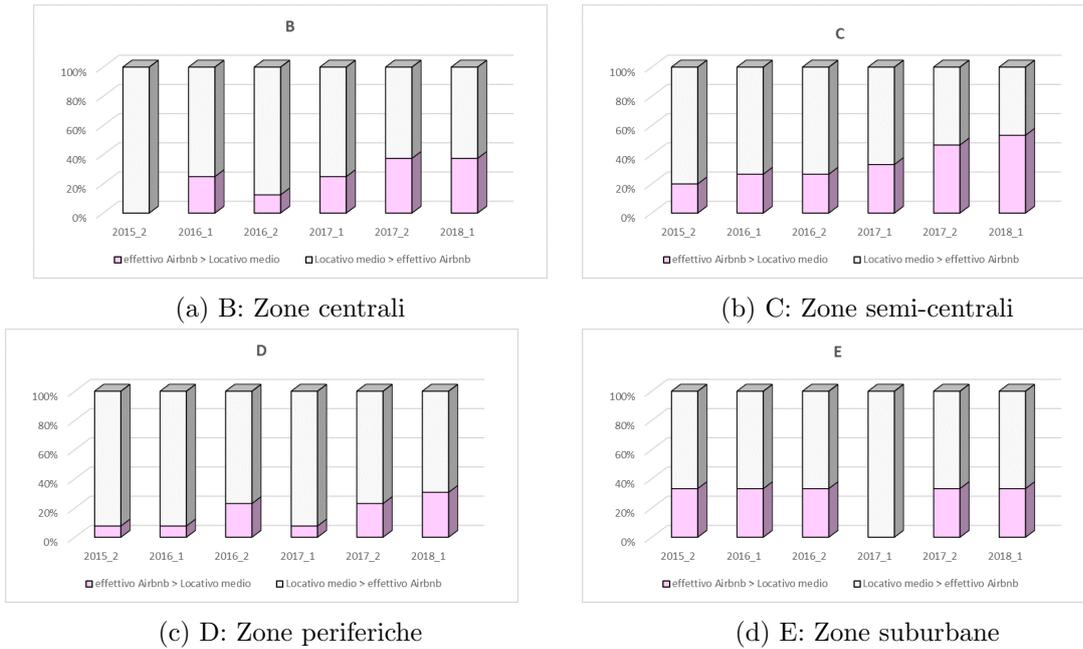


Figura 3.12: Confronto guadagno locativo medio ed Airbnb: Torino

nelle fasce B e C (centrali e semi-centrali) nella maggior parte delle zone è risultato più redditizio il guadagno ottenuto grazie alla piattaforma, per la quasi totalità dei semestri. Questo sta a significare che anche Napoli presenta una forte ondata turistica e un promettente uso di Airbnb nelle fasce che costituiscono l'attrazione vera e propria del luogo. In zone periferiche e suburbane invece, dove il turismo per ovvie ragioni è molto meno sviluppato, il mercato tradizionale degli affitti risulta quello più remunerativo.

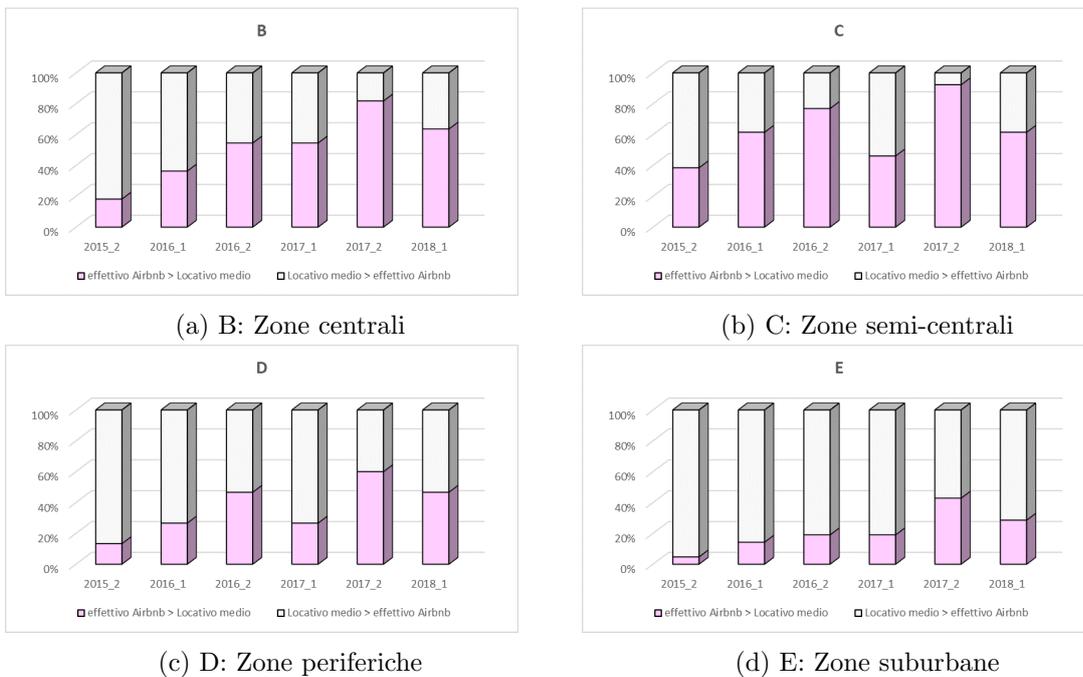


Figura 3.13: Confronto guadagno locativo medio ed Airbnb: Napoli

Si passa adesso ad affrontare il secondo punto presentato nel precedente elenco puntato; ovvero quello in cui bisogna andare ad osservare la percentuale di zone in cui si è verificato che il guadagno effettivo ottenuto mettendo un appartamento all'interno della piattaforma abbia superato il rendimento, questa volta il *massimo*, di un immobile nel mercato degli affitti.

Iniziando sempre da Firenze, si nota in figura 3.14 come rispetto al caso precedente (ovvero nel confronto con il locativo medio degli affitti) nelle zone centrali (3.14a) dal 2017 fino al 2018 resti comunque per la maggior parte delle zone più profittevole il rendimento dato da Airbnb. Ovviamente sono diminuite le zone (anche in questa fascia) rispetto al confronto con il guadagno dato dal locativo medio, essendo quest'ultimo un valore più sottostimato rispetto al considerare il valore locativo massimo e quindi si verificherà in generale per tutte le città e per tutte le zone una diminuzione di aree in cui Airbnb superi gli affitti.

In tutte le altre fasce della città (C, D ed E) risulta nettamente migliore il rendimento ottenuto nel mercato degli affitti tradizionali rispetto all'uso della piattaforma. Nella fascia suburbana (3.14d) emerge addirittura che mai in nessuna zona Airbnb è risultato più redditizio. Nella periferia (3.14c) tutti i semestri mostrano una maggioranza di zone in cui l'affitto tradizionale prevale ed anche nella zona semi-centrale (3.14b) ad esclusione della seconda metà del 2017 dove invece nella maggior parte delle zone vince, a livello di guadagno, Airbnb.

Quindi anche qui, le conclusioni per la città di Firenze sono le medesime di prima poiché nonostante il confronto con un locativo massimo, nelle zone centrali risultano ugualmente in maggioranza le zone in cui Airbnb porta con i suoi noleggi un guadagno maggiore rispetto a quello degli affitti tradizionali. Dunque, parlando di una città molto turistica, il centro attraverso la piattaforma rende molto.

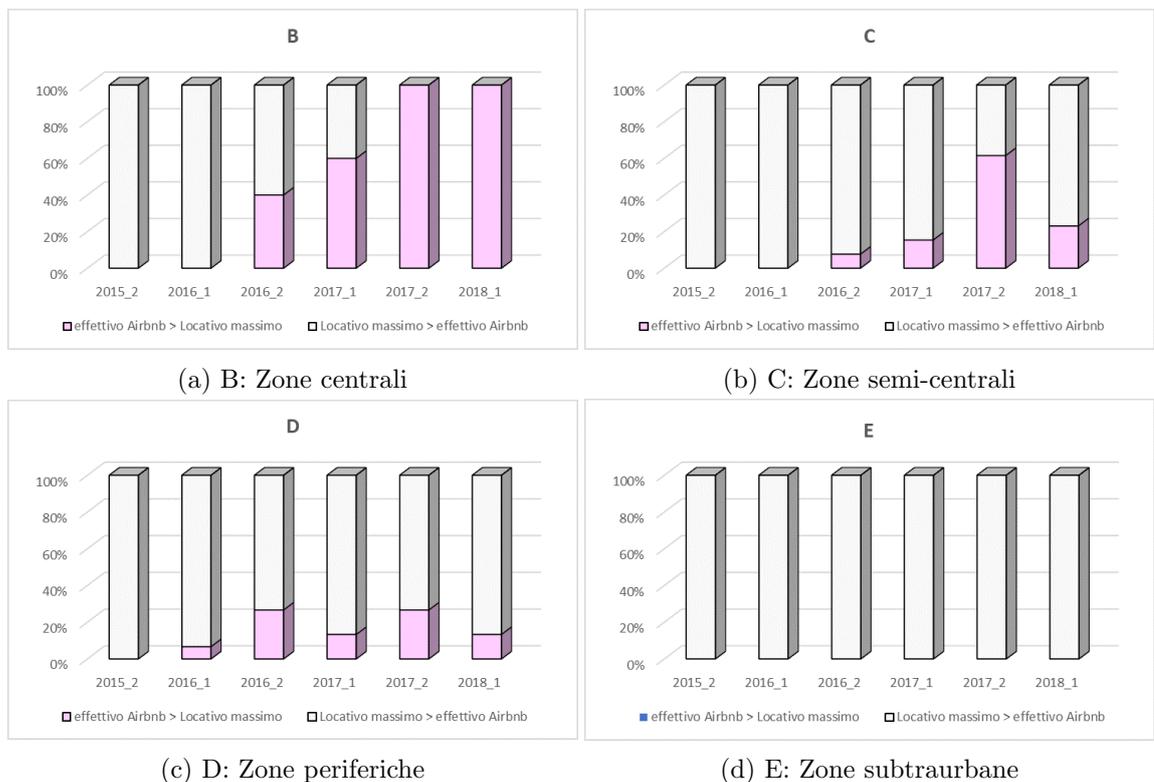


Figura 3.14: Confronto guadagno locativo massimo ed Airbnb: Firenze

Venezia in questo tipo di confronto, rispetto al precedente, ha anch'essa diminuito la percentuale di zone in cui Airbnb si è dimostrato più conveniente, in entrambe le fasce analizzate.

Nella centrale (3.15a) adesso solamente negli ultimi due semestri analizzati prevalgono più zone che hanno guadagnato di più attraverso la piattaforma; mentre nel caso precedente ciò si verificava nel doppio dei semestri.

Nella fascia periferica 3.15b), solamente in un semestre risulta più conveniente Airbnb (mentre nel confronto precedente ben due).

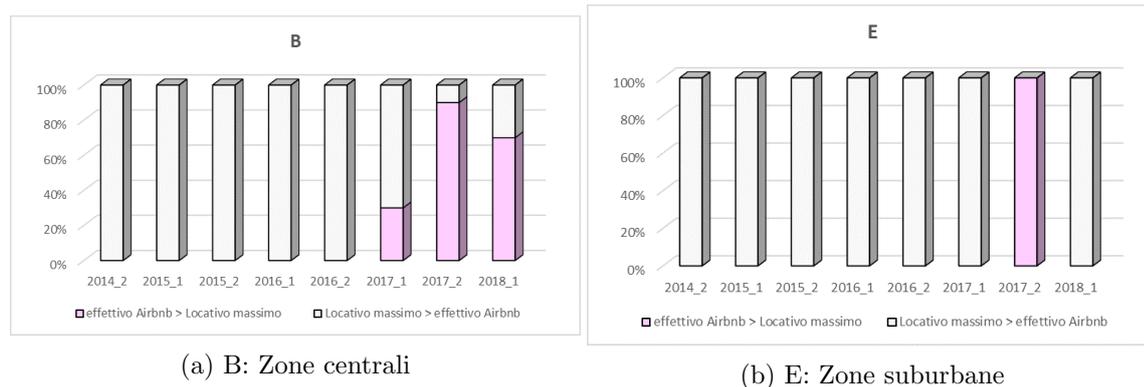


Figura 3.15: Confronto guadagno locativo massimo ed Airbnb: Venezia

Effettuando il confronto con un guadagno locativo massimo, per Milano vengono maggiormente confermate le conclusioni tratte nel punto precedente; questo tipo di comparazione infatti, non fa altro che avvalorare la tesi per cui città come Milano fanno un uso della piattaforma molto contenuto e che quindi è raro che i guadagni effettivi che si sono ottenuti riescano a superare gli introiti derivante dall'affitto.

In particolare emerge in figura 3.16 come nella fascia centrale (3.16a) non emerga mai una zona in cui si sia verificato che Airbnb risulti più vantaggioso. Nelle zone semi-centrali e periferiche sono davvero in netta minoranza quelle in cui prevalga Airbnb.

L'unica fascia che sembra ospitare in qualche semestre (gli ultimi due analizzati per la precisione) una percentuale di aree in cui Airbnb risulta più vantaggioso degli affitti, sono quelle suburbane (3.16d).

Questo vuol dire che a Milano il mercato degli affitti risulta comunque un porto più vantaggioso e sicuro rispetto all'uso della piattaforma e che si possono trovare invece la maggior parte delle zone più redditizie grazie ad Airbnb più ci si allontana dal centro, a dimostrazione che Milano presenta un turismo meno intenso e diverso rispetto a Firenze e Venezia, ed anche l'uso della piattaforma risulta più moderato.

Torino, come sempre in questo lavoro di tesi, ha un comportamento simile a quello di Milano, se non addirittura più esasperato. Infatti come si può notare in figura 3.17, in nessuna fascia della città (B, C, D o E) emerge la situazione in un semestre, in cui si ha una maggioranza di zone in cui Airbnb risulti più profittevole degli affitti, anzi quest'ultimi, per una città come Torino, risultano sempre più redditizi.

Infine Napoli, rispetto a città come Torino e Milano si può dire che presenti un numero di zone in cui Airbnb risulta più profittevole, maggiore.

Nella zona centrale però (3.18a), al contrario del confronto fatto precedentemente con il guadagno locativo medio in cui per la quasi totalità delle zone risultava che

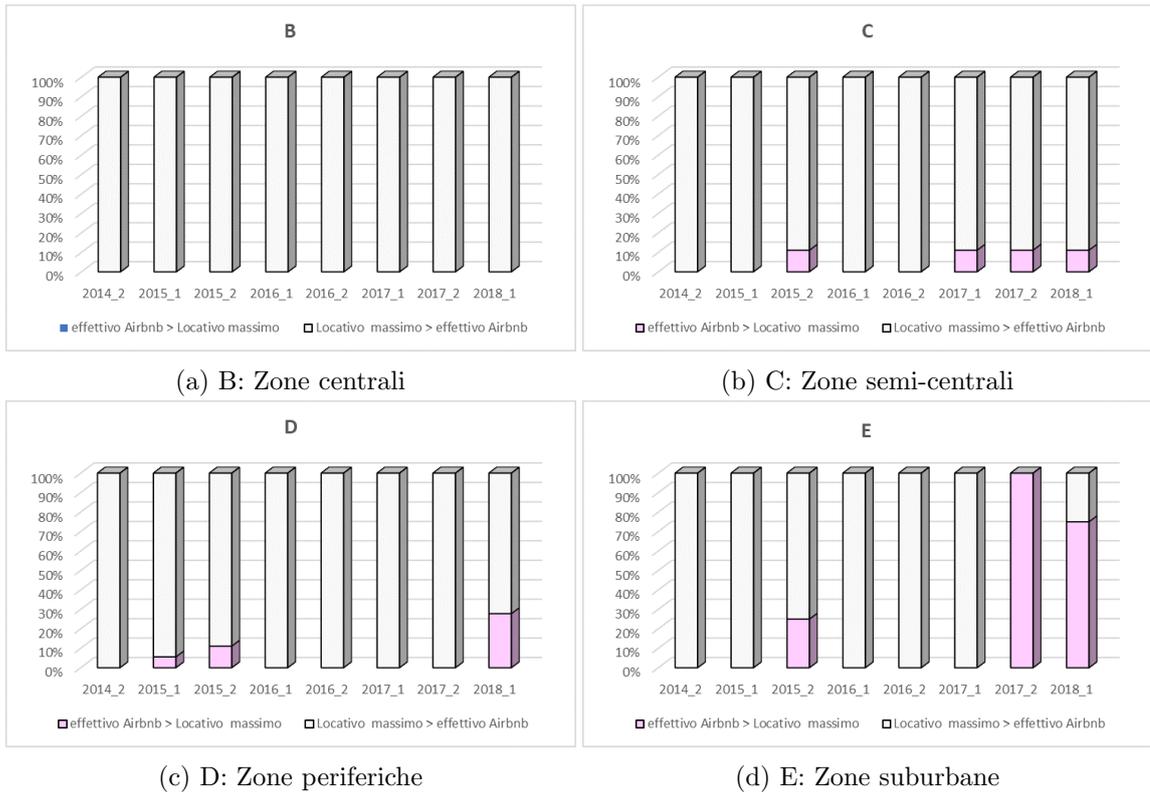


Figura 3.16: Confronto guadagno locativo massimo ed Airbnb: Milano

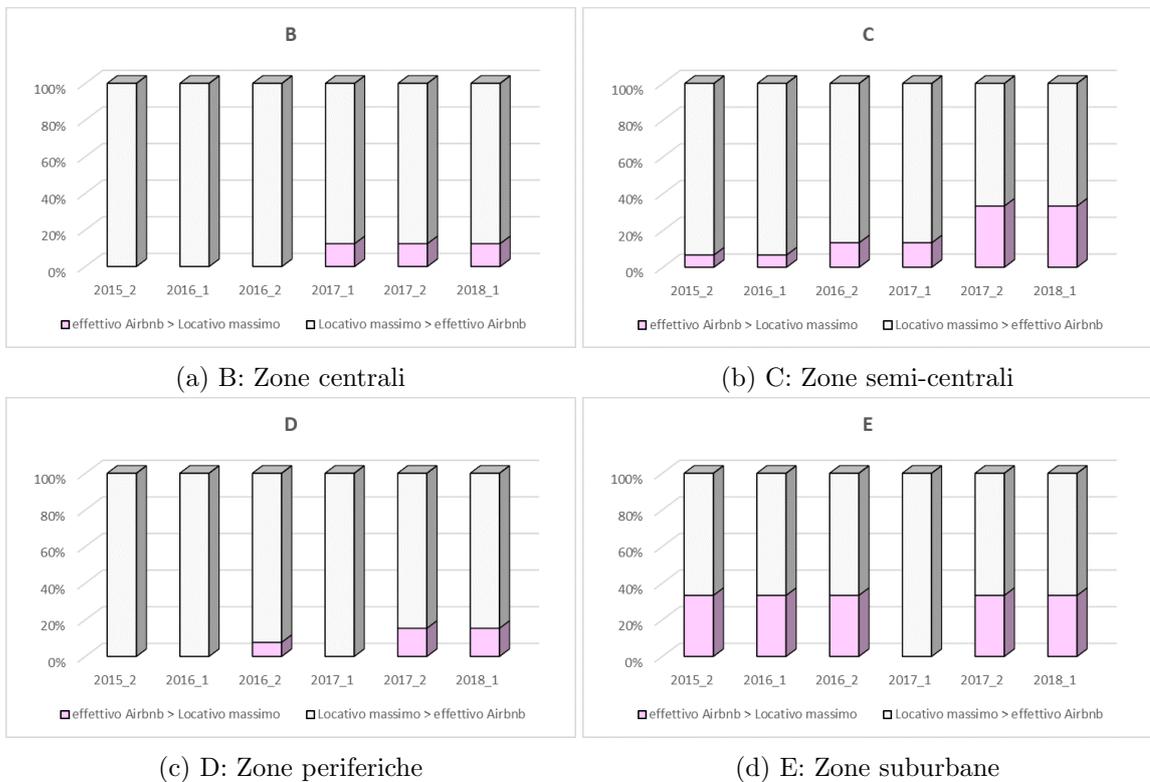


Figura 3.17: Confronto guadagno locativo massimo ed Airbnb: Torino

ci fosse una maggiore percentuale di quelle in cui la piattaforma supera gli affitti in termini di guadagni, invece adesso questo avviene solamente nell'ultima metà del

2017.

La fascia semi-centrale invece, (3.18b) sembra che sia quella che abbia perso di meno, poiché si può notare che comunque per metà dei semestri considerati è più alta la percentuale di zone in cui gli affitti sono superati dalla piattaforma, o comunque in quelle aree dove invece ciò non si verifica, non c'è una netta differenza in numero di zone in cui prevale uno piuttosto che l'altro.

Quello che si verifica invece nella fascia periferica e suburbana (3.18c, 3.18d) è che comunque nel tempo, è sempre risultata maggiore la percentuale di zone in cui avere un immobile nel mercato degli affitti tradizionali risulti più profittevole rispetto ad averlo all'interno della piattaforma.

Quindi riassumendo per Napoli, si può affermare che per quanto riguarda le zone centrali, può considerarsi una città molto turistica e che quindi in quelle la piattaforma risulta utile e vantaggiosa; nelle zone fuori dal centro città, non essendo toccate dal turismo, un' appartamento in affitto si delinea come alternativa migliore.

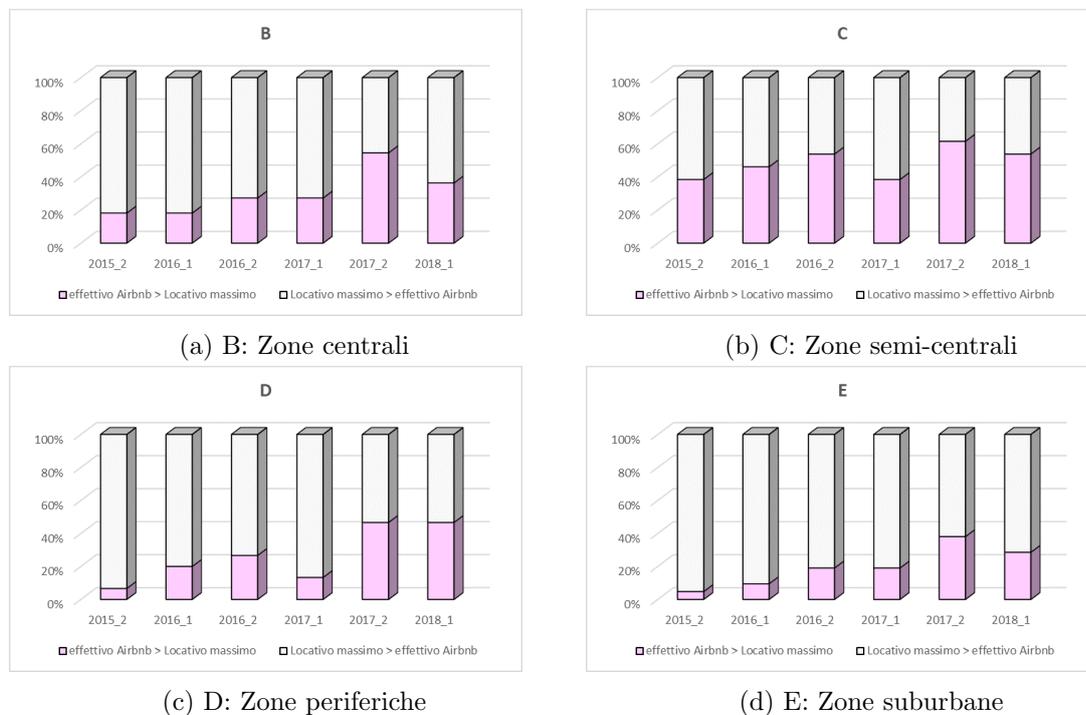


Figura 3.18: Confronto guadagno locativo massimo ed Airbnb: Napoli

L'ultimo punto che si vuole andare ad affrontare riguarda il confronto tra il potenziale che si otterrebbe su Airbnb se ogni inserzione pubblicata fosse noleggiata per tutti i giorni del semestre con quello che si guadagnerebbe invece mettendo l'appartamento nel mercato degli affitti (considerando però il *prezzo locativo massimo*).

Come si può notare in appendice A, in qualsiasi città analizzata, in qualsiasi arco temporale (semestre) e qualsiasi zona venga presa in considerazione, il guadagno potenziale che si otterrebbe su Airbnb risulta nettamente maggiore dei ricavi ottenuti tramite gli affitti; ovviamente bisogna tener conto che lo scenario in cui un inserzione pubblicata sulla piattaforma venga noleggiata per tutti i giorni del semestre sia molto idilliaco e quasi surreale, poiché se così fosse si assisterebbe ad una totale sostituzione con quelli che sono gli immobili presenti nel mercato degli af-

fitti portando alla completa distruzione di quest'ultimo che lascerebbe quindi spazio all'esclusivo uso della piattaforma da parte di chi ha un alloggio sfitto.

Quello che si è fatto, è stato andare a calcolare per ogni città e per ogni sua zona, il rapporto tra il guadagno potenziale che si otterrebbe su Airbnb rispetto al guadagno che si otterrebbe con gli affitti (considerando il prezzo locativo massimo) e come questo si è evoluto nel tempo. Trovato ciò, si è proseguito andando a calcolare per ogni fascia di ognuna delle cinque città (B, C, D ed E), la media e la deviazione standard di questo rapporto per tutti i semestri considerati.

Quello che si è ottenuto per la città di Firenze è quello mostrato in figura 3.19.

B	media	deviazione standard
2015_2	2,13	0,12
2016_1	2,16	0,18
2016_2	2,15	0,14
2017_1	2,33	0,20
2017_2	2,45	0,28
2018_1	2,54	0,26

(a) Fascia centrale: B

C	media	deviazione standard
2015_2	2,07	0,41
2016_1	2,12	0,44
2016_2	2,11	0,43
2017_1	2,31	0,43
2017_2	2,50	0,65
2018_1	2,36	0,54

(b) Fascia semi-centrale: C

D	media	deviazione standard
2015_2	2,33	0,87
2016_1	2,49	1,00
2016_2	2,61	1,06
2017_1	2,53	0,82
2017_2	2,79	1,26
2018_1	2,72	1,05

(c) Fascia periferica: D

E	media
2015_2	1,77
2016_1	1,41
2016_2	1,34
2017_1	1,41
2017_2	1,49
2018_1	1,46

(d) Fascia suburbana: E

Figura 3.19: Firenze: Rapporto potenziale Airbnb e locativo massimo.

A Firenze appunto, nelle zone centrali (fascia B come riportato in figura 3.19a) il guadagno potenziale Airbnb risulta in media più di due volte più grande di quello ottenuto attraverso mercato degli affitti nei vari semestri (due volte e mezzo negli ultimi due), e con una bassa deviazione standard; vale a dire che nel complesso in tutte le zone della fascia centrale il rapporto tra i due guadagni risulta equo e simile e che il guadagno potenziale Airbnb può ritenersi circa costante.

Nella fascia semi-centrale (3.19b) il rapporto si mantiene in media circa uguale a quello della fascia centrale, (quindi con un potenziale più di due volte più grande rispetto al locativo), ma con una dispersione maggiore, quindi vuol dire che c'è una variazione tra le varie zone che costituiscono questa fascia.

La fascia periferica (3.19c) è quella che presenta una media più alta, quindi vuol dire che lì i potenziali Airbnb crescono maggiormente rispetto alle altre zone della città, ma ciò presenta una deviazione standard alta quindi ci saranno aree con il rapporto tra guadagni molto variabili.

Per concludere, per quanto riguarda la fascia suburbana, il data-set riportava solamente una zona, ragion per cui non è stato possibile calcolare la deviazione standard e viene quindi riportata solamente la media per quella determinata area, dove emerge tra l'altro che lì si ha il rapporto più basso rispetto alle altre zone della città e che quindi Airbnb rende meno in zone così molto lontane dal centro.

Passando a Venezia, possiamo notare i suoi andamenti in figura 3.20.

B	media	deviazione standard
2014_2	1,68	0,17
2015_1	1,85	0,18
2015_2	1,87	0,19
2016_1	1,89	0,36
2016_2	1,83	0,29
2017_1	2,03	0,37
2017_2	2,18	0,32
2018_1	2,02	0,44

(a) Fascia centrale: B

E	media
2014_2	1,82
2015_1	1,76
2015_2	1,75
2016_1	1,71
2016_2	1,64
2017_1	1,53
2017_2	1,68
2018_1	1,79

(b) Fascia suburbana: E

Figura 3.20: Venezia: Rapporto potenziale Airbnb e locativo massimo.

C'è da precisare che per Venezia sono state eliminate dall'analisi molte zone dal momento che non si avevano i dati relativi ai prezzi locativi e quindi non è stato possibile effettuare il confronto. Si sono riuscite ad ottenere le misurazioni riguardanti la fascia centrale (3.20a) e solamente una zona della fascia suburbana (3.20b).

Quello che emerge è che nelle zone centrali di Venezia il guadagno potenziale Airbnb arriva ad essere due volte più grande del guadagno locativo negli ultimi anni; quindi l'introito ipotizzabile che si avrebbe con la piattaforma è un pò più basso rispetto a quello ottenibile nel centro di Firenze. La deviazione standard in tale fascia risulta aumentare nel tempo, pertanto c'è una variabilità sempre maggiore nelle varie zone.

La fascia sub-urbana presenta lo stesso andamento di quella di Firenze, che però per Venezia rappresenta un potenziale più alto rispetto a quello che si avrebbe nelle zone centrali. Questo risultato potrebbe però non avere valore poiché è stato ottenuto considerando solamente una zona della fascia e quindi potrebbe sfalsare la media.

Milano, come già emerso nelle analisi precedenti, rispetto a Firenze e Venezia che accoglievano il maggior numero di inserzioni Airbnb nella fascia centrale (B), e avendo constatato un turismo diverso rispetto a queste due, mostra infatti una potenziale Airbnb più alto man mano che ci si discosta dal centro della città; questo può anche essere collegato al fatto che, come si è già detto in precedenza, in città come Milano ed anche poi Torino, si fa un uso della piattaforma più moderato ed in linea con gli obiettivi per cui è stata fondata.

Nella fascia centrale infatti (3.21a), la media del rapporto tra i guadagni è più bassa di quella constatata a Firenze e Venezia e di quella che si ha all'interno della città stessa; inoltre si ha anche una deviazione standard molto piccola, che sta ad indicare un andamento pressoché costante nelle varie zone.

Man mano che ci si allontana dal centro, il potenziale che si otterrebbe con gli affitti su Airbnb tende ad aumentare sempre di più ed effettivamente è massimo nelle zone periferiche e suburbane (3.21c, 3.21d); solo che nella fascia D c'è una deviazione standard minore rispetto a quella presente nella E.

La fascia semi-centrale infine (3.21b) può considerarsi una via di mezzo rispetto alle altre zone della città ma presenta anch'essa un'alta deviazione standard.

Comunque sia però a Milano, i guadagni potenziali ottenuti nelle zone che rendono maggiormente grazie alla piattaforma, risultano alti quanto quelli Firenze e

maggiori di Venezia. Questo può essere spiegato dal fatto che, nonostante a Milano si faccia un uso meno intenso di Airbnb rispetto a città come Firenze e Venezia, l'utilizzo che viene effettivamente fatto però è svolto a prezzi molto alti che quindi portano a guadagni potenziali altrettanto elevati.

B	media	deviazione standard
2014_2	1,38	0,26
2015_1	1,56	0,23
2015_2	1,54	0,26
2016_1	1,66	0,29
2016_2	1,38	0,20
2017_1	1,66	0,21
2017_2	1,52	0,21
2018_1	1,95	0,27

(a) Fascia centrale: B

C	media	deviazione standard
2014_2	1,62	0,69
2015_1	1,72	0,71
2015_2	1,77	0,69
2016_1	1,83	0,76
2016_2	1,51	0,58
2017_1	1,80	0,75
2017_2	1,68	0,66
2018_1	2,12	0,84

(b) Fascia semi-centrale: C

D	media	deviazione standard
2014_2	1,99	0,45
2015_1	2,23	0,34
2015_2	2,31	0,31
2016_1	2,36	0,36
2016_2	1,95	0,31
2017_1	2,30	0,46
2017_2	2,11	0,35
2018_1	2,58	0,40

(c) Fascia periferica: D

E	media	deviazione standard
2014_2	2,49	0,65
2015_1	2,77	0,68
2015_2	2,89	0,22
2016_1	2,79	0,44
2016_2	2,12	0,10
2017_1	2,57	0,54
2017_2	2,32	0,32
2018_1	3,56	1,18

(d) Fascia suburbana: E

Figura 3.21: Milano: Rapporto potenziale Airbnb e locativo massimo.

Spostandosi su Torino quello che viene fuori è quanto riportato in figura 3.22.

B	media	deviazione standard
2015_2	1,46	0,59
2016_1	1,49	0,65
2016_2	1,43	0,57
2017_1	1,54	0,65
2017_2	1,63	0,70
2018_1	1,59	0,61

(a) Fascia centrale: B

C	media	deviazione standard
2015_2	1,90	0,68
2016_1	1,87	0,71
2016_2	1,84	0,66
2017_1	1,95	0,72
2017_2	2,08	0,70
2018_1	2,00	0,73

(b) Fascia semi-centrale: C

D	media	deviazione standard
2015_2	2,00	0,42
2016_1	2,01	0,50
2016_2	1,90	0,49
2017_1	1,95	0,52
2017_2	2,08	0,55
2018_1	2,19	0,68

(c) Fascia periferica: D

E	media	deviazione standard
2015_2	3,91	5,20
2016_1	2,62	2,92
2016_2	2,14	2,13
2017_1	1,99	1,79
2017_2	2,53	2,44
2018_1	3,17	3,04

(d) Fascia suburbana: E

Figura 3.22: Torino: Rapporto potenziale Airbnb e locativo massimo.

Per Torino, vengono fuori i medesimi concetti espressi per Milano; difatti queste due città si sono sempre mostrate pressocchè simili nell'utilizzo della piattaforma. Per tali ragioni, anche qui si trova un potenziale Airbnb maggiore man mano che ci si sposta dal centro, con le stesse motivazioni precedentemente fatte, ovvero che si tratta di una città con un turismo e un utilizzo diverso della piattaforma rispetto a Venezia e Firenze.

Quello che colpisce è l'altissima deviazione standard nella fascia suburbana (3.22d), dove però si raggiunge in media il rapporto tra i guadagni più alto rispetto alle altre zone della città.

Per le tutte le altre zone della città invece, emerge lo stesso andamento e gli stessi risultati trovati e già commentati per Milano.

Per ultimo, andando ad osservare Napoli in figura 3.23, si può notare come già esplicito più volte, che l'andamento di tale città si trovi al centro tra Firenze e Venezia da una parte e Milano e Torino dall'altra; infatti anche qui il maggior guadagno potenziale si è riscontrato nelle zone centrali e semi-centrali (3.23a, 3.23b), con la differenza però (rispetto a Firenze e Venezia) che tale rapporto presenti una deviazione standard più alta e quindi sia molto variabile tra le varie zone delle fasce considerate.

La media scende, e con lei quindi anche l'ipotetico guadagno, man mano che ci si allontana dal centro della città; tale comportamento è connesso alla turisticità della città e all'uso che viene fatto della piattaforma, che sicuramente è più intenso rispetto a città come Milano e Torino.

In generale però si può affermare che la variabilità dei guadagni a Napoli è alta in qualsiasi zona della città venga considerata; mentre se si guardano Torino e Milano, le fasce con più alte deviazioni sono quelle lontane dal centro e dove si manifesta un maggior rapporto tra i guadagni; infine per le città di Firenze e Venezia invece si ha una più alta deviazione standard sempre nelle zone più lontane dal centro che coincidono però con quelle portano a dei guadagni potenziali più bassi.

B	media	deviazione standard
2015_2	2,16	0,73
2016_1	2,17	0,69
2016_2	2,14	0,73
2017_1	2,17	0,67
2017_2	2,35	0,76
2018_1	2,29	0,70

(a) Fascia centrale: B

C	media	deviazione standard
2015_2	2,74	1,05
2016_1	3,12	1,36
2016_2	2,77	0,94
2017_1	2,85	1,16
2017_2	3,01	1,08
2018_1	2,89	0,94

(b) Fascia semi-centrale: C

D	media	deviazione standard
2015_2	1,92	1,20
2016_1	1,94	1,53
2016_2	2,08	1,59
2017_1	2,36	1,38
2017_2	3,13	1,47
2018_1	2,35	1,43

(c) Fascia periferica: D

E	media	deviazione standard
2015_2	2,25	2,98
2016_1	4,34	3,42
2016_2	4,60	5,60
2017_1	4,33	5,86
2017_2	3,50	2,41
2018_1	2,75	2,28

(d) Fascia suburbana: E

Figura 3.23: Napoli: Rapporto potenziale Airbnb e locativo massimo.

Capitolo 4

Analisi Econometrica

Nel seguente capitolo si arriva all'analisi econometrica che sarà suddivisa in tre diversi momenti. In primo luogo nel paragrafo 4.1 verrà analizzato il mercato degli affitti tradizionali e quindi si porrà l'attenzione sulle varie zone delle città considerate grazie all'uso dei dati catastali. Nel paragrafo 4.2 invece si studierà la piattaforma Airbnb ed infine nella sezione 4.3 si farà il match tra i due paragrafi appena enunciati e quindi si procederà con un'analisi congiunta che ha come obiettivo quello di stimare l'impatto dovuto all'incremento dell'intensità d'uso di Airbnb nelle varie zone delle città sul prezzo dell'affitto.

4.1 Analisi Econometrica sul mercato tradizionale degli affitti

L'analisi che sarà a breve presentata in questo paragrafo pone l'attenzione alle caratteristiche delle varie zone OMI di ognuna delle cinque città di riferimento.

Nello specifico, è stato utilizzato il database semestrale descritto nella sezione 3.1.2 ovvero dove ogni riga di tale banca dati rappresenta una determinata zona di una città ed ognuna di essa è caratterizzata dai seguenti parametri: semestre (semester), città (comune_descrizione), fascia (B=centrale, C=semi-centrale, D=periferica, E=suburbana), zona, il codice della tipologia di abitazioni presenti (cod_tip), il tipo di abitazioni presenti (descr_tipologia) come ad esempio abitazioni civili, abitazioni di tipo economico etc..ed il codice della categoria corrispondente ad ogni tipo di immobile (categoria) . Inoltre vengono anche riportate le condizioni in cui si trovano le abitazioni (stato) che possono essere "NORMALE, OTTIMO e PESSIMO", lo stato prevalente degli immobili in quella zona (stato_prev), il valore di mercato minimo e massimo in quella determinata zona espresso in €/m² (compr_min e compr_max) ed infine il valore locativo minimo e massimo espresso in €/m² al mese (loc_min e loc_max); di quest'ultimi due parametri presentati sono stati calcolati i valori medi ovvero il locativo medio e il valore di compravendita medio (locativoMedio e compravenditeMedia).

A questo dB si sono unite altre due variabili caratterizzanti ogni zona ovvero la "metropolitana" e la "stazioneFerroviaria"; quest'ultime erano presenti in un'altra banca dati composta dalle seguenti colonne:

- comune_descrizione: città

- zona: codice della zona OMI
- metropolitana: variabile con valore "SI" se nella zona considerata risultava la presenza di fermate metropolitane, "NO" altrimenti.
- stazioneFerroviaria: variabile con valore "SI" se nella zona considerata risultava la presenza di stazioni ferroviarie, "NO" altrimenti.

L'unione è stata possibile grazie ad un match su Stata tramite le chiavi "comune_descrizione, zona".

Infine, per rendere ancora più esaustivo il database, si sono andate ad aggiungere altre due variabili di fondamentale importanza per l'analisi: "numeroImmobili" e "metri2medi". La prima indica appunto il numero di strutture/immobili presenti in ogni determinata zona e questo valore è stato reperito andando a fare un match m:1 attraverso i parametri "zona, comune_descrizione e categoria" con il dB contenente informazioni del numero di alloggi per ogni zona di ogni città e per ogni categoria di appartamento negli anni 2016, 2017 e 2018; inoltre nel momento dell'unione dei due database si è impostato per i semestri relativi agli anni 2014 e 2015, dal momento che non si hanno per questi i dati relativi al numero di immobili presenti, di supporli uguali a quelli pervenuti nel 2016 poiché si parla comunque di un mercato poco dinamico nel tempo (come lo si è anche notato dalla piccolissima variazione del numero di unità negli anni che invece si avevano a disposizione). Infine il parametro relativo ai metri quadri medi è stato calcolato andando misurare per ogni tipologia di immobile di una determinata città presente nella banca dati, il rapporto tra la superficie in metri quadri e il numero di unità abitative presenti. C'è da precisare però, che tale dato sia calcolato a livello di città e non a livello di zona e che rappresenta un'approssimazione di quella che in realtà possa essere la vera dimensione dell'immobile presente all'interno del dB; infatti questa misura non rappresenta la dimensione media degli immobili in una determinata zona ma bensì la grandezza media di ogni tipologia di abitazione in una determinata città. Per spiegarlo ancora meglio ad esempio si conoscono i m² di un'abitazione signorile o di un ufficio a Firenze o a Torino.

Con quest'ultime due variabili si è completato il database usato per l'analisi econometrica di questa sezione nonostante i dati che si hanno a disposizione non siano tantissimi. Prima di procedere con l'analisi si è inoltre buttato via da questi dati le informazioni relative a tipologie di immobili che avrebbero potuto distorcerla, ovvero si sono tenuti solamente come immobili quelli caratterizzati dai codici "1, 6, 19, 20 e 21" cioè uffici, ville e villini, abitazioni di tipo economico, abitazioni civili ed abitazioni signorili scartando invece box auto, parcheggi esterni ed interni, autorimesse, capannoni e magazzini.

Passando adesso all'analisi vera e propria, si è andata a studiare la relazione esistente tra il prezzo locativo medio (variabile dipendente) e le altre variabili sopra menzionate, scelte come regressori. Per prima cosa si sono andati a calcolare i logaritmi delle varie variabili: quello per variabile dipendente (`log_locativoMedio`), quello per il numero di immobili (`log_numeroImmobili`) ed infine quello dei m² (`log_m2medi`). Si è deciso di applicare appunto le trasformazioni logaritmiche dal momento che quest'ultime permettono di modellare le relazioni in termini "percentuali" e la regressione diventa inoltre di tipo lineare. Fatto ciò, si sono eseguite

quattro regressioni "incrementali", ognuna delle quali si differenzia dalla precedente per la cattura di un effetto fisso in più da tenere in considerazione e che potrebbe portare a delle variazioni nelle relazioni tra le variabili.

Sono riportate qui di seguito le quattro regressioni svolte:

- (1) *regress log_locativoMedio log_numeroImmobili log_m2medi metropolitana_n stazioneFerroviarie_n i.semester_dum b3.comunedescrizione_dum b4.fascia_dum i.descrtipologia_dum, robust*
- (2) *regress log_locativoMedio log_numeroImmobili log_m2medi metropolitana_n stazioneFerroviarie_n i.semester_dum b3.comunedescrizione_dum b4.fascia_dum i.descrtipologia_dum i.fascia_dum#i.semester_dum, robust*
- (3) *regress log_locativoMedio log_numeroImmobili log_m2medi metropolitana_n stazioneFerroviarie_n i.semester_dum b3.comunedescrizione_dum b4.fascia_dum i.descrtipologia_dum i.fascia_dum#i.semester_dum i.descrtipologia_dum#i.fascia_dum, robust*
- (4) *regress log_locativoMedio log_numeroImmobili log_m2medi metropolitana_n stazioneFerroviarie_n i.semester_dum b3.comunedescrizione_dum b4.fascia_dum i.descrtipologia_dum i.fascia_dum#i.semester_dum i.descrtipologia_dum#i.fascia_dum i.descrtipologia_dum#i.semester_dum, robust*

La prima regressione (1), è la più semplice ovvero quella in cui viene calcolata la correlazione tra la y ed i regressori senza l'aggiunta di nessuna interazione tra le variabili. Viene posta come variabile dipendente il prezzo locativo medio e come regressori (variabili indipendenti) il numero di immobili presenti in una certa zona, i m^2 medi di un immobile stimati in base alla città in cui si trova una certa tipologia di appartamento, la presenza o meno della metropolitana e della stazione ferroviaria (variabili dummy) in una determinata zona, ed infine altre dummy di controllo come il semestre, la città, la fascia (centrale, semi-centrale, periferica e suburbana) e la tipologia di appartamento considerato.

Le regressioni (2), (3) e (4) non fanno altro che aggiungere man mano alla (1) un' interazione tra le variabili, con l'obiettivo di andare a catturare più effetti fissi possibili così da rendere le stime sempre meno distorte.

La seconda regressione (2) in particolare, aggiunge come controllo l'interazione tra la variabile fascia e la variabile semestre; questo per andare a controllare e a catturare gli effetti fissi dovuti alla variazione nel tempo e nelle varie macro-zone della città, del locativo medio.

Nella (3) si aggiunge rispetto alla (2), il controllo dovuto all'interazione tra la tipologia di immobile e la fascia della città. Ciò è stato fatto per andare a vedere come si modificano le correlazioni già presenti nel momento in cui si va ad osservare la variazione del prezzo locativo medio in base alla tipologia di appartamento ed in base alla zona (fascia) in cui si trova.

Infine nella (4) si va ad aggiungere alla terza regressione il controllo dovuto alla variazione della y rispetto alla tipologia di appartamento considerato e al passare del tempo.

4.1: Analisi Econometrica sul mercato tradizionale degli affitti

C'è da precisare che quelle riportate nelle regressioni (2), (3) e (4) sono solamente alcune delle possibili interazioni e quindi controlli che sono stati effettuati in tale analisi. Per questioni di spazio e di leggibilità di output si è deciso di riportarne solo alcune di queste.

L'output finale è quello mostrato in figura 4.1.

	(1) log locativoMedio	(2) log locativoMedio	(3) log locativoMedio	(4) log locativoMedio
log_numeroImmobili	0.0229*** (0.00280)	0.0229*** (0.00281)	0.0244*** (0.00300)	0.0244*** (0.00301)
log_m2medi	0.372*** (0.0506)	0.373*** (0.0507)	0.424*** (0.0498)	0.425*** (0.0499)
metropolitana	0.0399*** (0.00824)	0.0399*** (0.00826)	0.0402*** (0.00829)	0.0402*** (0.00831)
stazioni Ferroviarie	-0.0788*** (0.00709)	-0.0788*** (0.00711)	-0.0802*** (0.00705)	-0.0802*** (0.00707)
Semestre: 2014_2 (rif)	0 (.)	0 (.)	0 (.)	0 (.)
Semestre: 2015_1	-0.0132 (0.0123)	-0.0145 (0.0297)	-0.0148 (0.0278)	-0.0142 (0.0308)
Semestre: 2015_2	-0.0252* (0.0122)	-0.0231 (0.0295)	-0.0234 (0.0275)	-0.0229 (0.0304)
Semestre: 2016_1	-0.0347** (0.0122)	-0.0322 (0.0291)	-0.0325 (0.0272)	-0.0297 (0.0302)
Semestre: 2016_2	-0.0462*** (0.0122)	-0.0429 (0.0290)	-0.0431 (0.0270)	-0.0354 (0.0300)
Semestre: 2017_1	-0.0515*** (0.0123)	-0.0483 (0.0286)	-0.0485 (0.0265)	-0.0417 (0.0296)
Semestre: 2017_2	-0.0478*** (0.0123)	-0.0443 (0.0286)	-0.0445 (0.0265)	-0.0408 (0.0296)
Semestre: 2018_1	-0.0464*** (0.0123)	-0.0442 (0.0285)	-0.0444 (0.0264)	-0.0386 (0.0295)
Città: FIRENZE	0.572*** (0.00945)	0.572*** (0.00947)	0.571*** (0.00975)	0.571*** (0.00977)
Città: MILANO	0.614*** (0.00999)	0.614*** (0.0100)	0.605*** (0.0101)	0.605*** (0.0102)
Città: NAPOLI (rif)	0 (.)	0 (.)	0 (.)	0 (.)
Città: TORINO	0.269*** (0.0107)	0.269*** (0.0107)	0.267*** (0.0108)	0.267*** (0.0108)
Città: VENEZIA	0.619*** (0.0157)	0.619*** (0.0157)	0.627*** (0.0148)	0.627*** (0.0149)
Fascia: B	0.780*** (0.0116)	0.782*** (0.0288)	0.685*** (0.0293)	0.684*** (0.0302)
Fascia: C	0.455*** (0.0111)	0.469*** (0.0282)	0.437*** (0.0292)	0.435*** (0.0291)
Fascia: D	0.220*** (0.0103)	0.214*** (0.0259)	0.190*** (0.0262)	0.189*** (0.0263)
Fascia: E (rif)	0 (.)	0 (.)	0 (.)	0 (.)
TipImmobile: Abit. Civil (rif)	0 (.)	0 (.)	0 (.)	0 (.)
TipImmobile: Abi. economic	-0.135*** (0.0168)	-0.135*** (0.0168)	-0.249*** (0.0195)	-0.247*** (0.0280)
TipImmobile: Abit. signorili	0.0113 (0.0359)	0.0112 (0.0360)	0.334*** (0.0362)	0.343*** (0.0658)
TipImmobile: Uffici	-0.0766*** (0.0162)	-0.0766*** (0.0162)	-0.110** (0.0336)	-0.0985* (0.0393)
TipImmobile: Ville e Villini	-0.0932 (0.0496)	-0.0933 (0.0497)	-0.129* (0.0548)	-0.116 (0.0625)
Fascia#semestre	NO	SI	SI	SI
TipologiaImmobile#fascia	NO	NO	SI	SI
TipologiaImmobile#semestre	NO	NO	NO	SI
Constant	-0.520* (0.252)	-0.522* (0.253)	-0.738** (0.247)	-0.744** (0.248)
Observations	5405	5405	5405	5405
R ²	0.776	0.776	0.784	0.784

Standard errors in parentheses
* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$

Figura 4.1: Analisi del mercato tradizionale degli affitti

I risultati che emergono da codesta analisi mostrano una relazione tra il numero di immobili presenti in una determinata zona ed il prezzo locativo medio positiva ed

anche molto significativa; questa relazione permane in tutte le regressioni effettuate ed in particolare nell'ultima si evince che ad un aumento dell'1% del numero di immobili corrisponde un incremento dello 0.0244% del prezzo locativo medio. Nel complesso quindi questa correlazione dimostra che all'aumentare del numero di alloggi/strutture in una determinata area porta all'aumento del prezzo locativo medio; questo vorrebbe poter significare che più in una certa zona aumentano il numero di immobili, più questa sia sempre di più apprezzata e rivalutata ed assumerà come conseguenza un maggior valore che si rifletterà in un maggior costo locativo.

Anche i metri quadri medi risultano in tutte le regressioni molto significativi e correlati positivamente con la variabile dipendente, relazione molto intuitiva poiché tendenzialmente più una struttura è grande, più questo è sinonimo di alto valore e quindi più sarà alto il prezzo con cui viene offerta nel mercato degli affitti. Nella (5) infatti viene mostrato come ad aumento dell'1% dei metri quadri, aumenterà dello 0.425% il prezzo locativo.

La presenza della metropolitana risulta molto significativa in tutte le analisi effettuate e positivamente correlata con la variabile y . Ovviamente è noto come le zone in cui è presente una fermata della linea metropolitana siano molto gettonate e presentino un valore più alto (proprio dovuto all'estrema comodità apportata da essa) e per tale ragione anche i prezzi degli affitti non sono da meno. Il discorso opposto invece emerge analizzando la presenza delle stazioni ferroviarie; infatti dall'analisi questa variabile risulta molto significativa ma inversamente correlata con il prezzo locativo medio. Questo può portare a pensare che le zone limitrofe alle stazioni o proprio quelle in cui esse sono localizzate, solitamente non siano tra gli ambienti più decorosi e quindi anche i prezzi locativi delle case nei dintorni tende a diminuire.

Andando adesso ad osservare gli effetti catturati dalle città, si nota come i prezzi locativi più alti caratterizzino nell'ordine le città di Venezia, Milano, Firenze, Torino ed infine Napoli (che nell'analisi viene presa come città di riferimento e quindi omessa). Risultati che in gran parte ci si aspettava avendo una minima idea dei prezzi degli affitti di queste grandi città, e per tutte inoltre i corrispettivi coefficienti risultano molto significativi.

Se si scende ancora di più nel dettaglio e si va ad osservare l'andamento che ha il prezzo locativo all'interno delle varie fasce della città, emerge che gli affitti medi risultano più alti nelle zone centrali (fascia B), seguono quelle semi-centrali (C), ed infine le periferiche (E) e le suburbane (D, prese come riferimento nell'analisi); anche la variabile fascia, come la città, è molto significativa ed anche queste conclusioni sono quelle che ci si aspettava poiché tendenzialmente un alloggio assume sempre più valore man mano che ci si avvicini nel cuore della città.

Infine, se si va ad osservare l'effetto che le varie tipologie di immobili hanno sul prezzo di affitto medio, si nota come esse abbiano correlazioni diverse con la variabile y . Infatti si scorge che i prezzi locativi più alti sono quelli che caratterizzano le abitazioni signorili (ed anche con una correlazione molto significativa nelle analisi (3) e (4)), poi seguono le abitazioni civili (prese come riferimento), gli uffici, le ville e villini e per ultimo le abitazioni di tipo economico (che già dalla classificazione fanno intuire che siano le più economiche in confronto alle altre). Quello che potrebbe sorprendere è il fatto che edifici come uffici possano avere prezzi locativi più alti di ville e villini; ciò però, riflettendoci bene non stupisce poi più di tanto, poiché solitamente uffici o altre tipologie di immobili non destinate ad un uso abitativo

presentano dei prezzi locativi al metro quadro più alti rispetto invece ad alloggi che sono destinati ad un uso abitativo.

Quello che invece potrebbe risultare non di immediata comprensione è l'andamento nel tempo della variabile dipendente; infatti emerge in tutte le regressioni effettuate che i prezzi medi nel mercato degli affitti diminuiscano dal secondo semestre del 2014 fino al primo semestre del 2017, per poi aumentare nel secondo semestre del 2017 fino all'inizio del 2018; Tali andamenti risultano allineati con quello dell'indice ISTAT dei prezzi al consumo per le famiglie di operai e impiegati (FOI) [25], utilizzato come parametro per l'aggiornamento dei canoni locativi a livello nazionale. Però c'è anche da precisare che la variazione nel tempo dei prezzi locativi medi non risulta significativa nelle varie regressioni, ad esclusione della (1); questo è dovuto al fatto che comunque si tratta di dati poco dinamici nel tempo dal momento che infatti tra un semestre ed un altro non ci si aspetta una variazione dei prezzi, anzi questi variano in percentuali piccolissime con il passare del tempo.

4.2 Analisi Econometrica Airbnb

In questo paragrafo si procederà con lo studio della piattaforma di Airbnb, e verranno affrontate tre tipi di analisi differenti: la prima riguardante il lato *offerta* di Airbnb, misurata attraverso la variabile disponibilità, ovvero quei giorni in cui un host rende disponibile per essere affittato il proprio appartamento attraverso la piattaforma; quindi ciò andrà a stimare tutta l'offerta che caratterizza la piattaforma; la altre due invece caratterizzano il lato *domanda* e quest'ultima viene rappresentata dai parametri che misurano il prezzo medio per notte e il guadagno che si ricava nell'essere un host all'interno della piattaforma grazie alla domanda dei guests.

Il tipo di database usato in questa sezione è quello raggruppato semestralmente e contenente tutte le variabili presentate nell'elenco puntato del paragrafo 3.1.1; quindi ogni riga del dB rappresenta un'inserzione presente all'interno della piattaforma, con le seguenti informazioni raccolte su base semestrale: identificativo dell'inserzione (propertyId), il tipo di inserzione (appartamento, stanza privata o condivisa), la localizzazione di tale inserzione resa nota grazie al parametro ID che identifica in modo univoco la zona della città in cui si trova, il guadagno semestrale (in euro ed in dollari), i giorni disponibili ma non affittati di tale alloggio, quelli bloccati, quelli effettivamente prenotati e il corrispettivo numero di prenotazioni, il numero di recensioni, il numero di camere e di bagni, il massimo numero di guests ospitabili (a discrezione dell'host), la percentuale di volte in cui un host risponde alle richieste di potenziali ospiti entro 24 ore dalla richiesta (response Rate), i minuti medi necessari ad un host per rispondere ad una richiesta (response time), se si tratta di un superhost o meno, le politiche di cancellazione (più o meno flessibili), il deposito cauzionale, le tasse di pulizia, i giorni minimi prenotabili per ogni prenotazione, il numero di foto, la valutazione complessiva rilasciata dai guests, e la variabile che indica se la struttura soddisfa i requisiti per ospitare gente che viaggia per lavoro.

Da queste molteplici variabili presenti nel database, si è andato a ricavare il prezzo medio per notte relativo ad un inserzione, e la disponibilità di ognuna di essa. Inoltre come quanto avvenuto per le analisi precedenti, si sono inserite anche qui le due variabili *metropolitana* e *stazione Ferroviaria*.

Prima di iniziare l'analisi si sono trasformate infine le variabili in logaritmi così da poter modellare le relazioni in termini "percentuali" e far diventare la regressione di tipo lineare.

4.2.1 Analisi lato offerta: disponibilità

Per stimare l'offerta della piattaforma si è pensato di usare come parametro che ne stimi la bontà, la disponibilità totale con cui un host mette a disposizione il proprio alloggio/stanza. Così che se si considerano tutte le disponibilità di tutti gli host che sono iscritti su Airbnb, si può avere una stima dell'offerta totale della piattaforma nelle cinque città di interesse.

Per tale ragionare questa analisi è stata impostata nel seguente modo: come variabile dipendente si è appunto usata la disponibilità; come regressori invece si sono usati diversi parametri come il prezzo medio per notte, i giorni disponibili ma non prenotati, il numero di prenotazioni, il numero di stanze, il numero massimo di guests ospitabili e la cauzione; si sono aggiunti inoltre come regressori anche i giorni minimi prenotabili, il numero di foto, il superhost, le politiche di cancellazione, il parametro che indica se un'inserzione può ospitare lavoratori, la metropolitana e le stazioni ed infine le dummy riguardanti il tempo, la tipologia di listing ,la città e la fascia.

Sono state svolte le cinque regressioni riportate qui di seguito:

- (1) **regress** *log_disponibilità* *l.log_prezzoMedioPerNotte* *l.log_dispMaNonAffittate* *l.log_numreservations* *log_bedrooms* *log_maxguests* *log_securitydepositusd* *log_minimumstay* *log_numberofphotos* *cancellationpolicy_dum* *superhost_dum* *businessready_dum* *metropolitana_dum* *stazioniFerroviarie_dum* *i.semester_dum* *i.comunedescrizione_dum* *b4.fascia_dum* *b3.listingtype_dum* *c.log_prezzoMedioPerNotte#i.semester_dum*, **cluster(propertyid)**
- (2) **regress** *log_disponibilità* *l.log_prezzoMedioPerNotte* *l.log_dispMaNonAffittate* *l.log_numreservations* *log_bedrooms* *log_maxguests* *log_securitydepositusd* *log_minimumstay* *log_numberofphotos* *cancellationpolicy_dum* *superhost_dum* *businessready_dum* *metropolitana_dum* *stazioniFerroviarie_dum* *i.semester_dum* *i.comunedescrizione_dum* *b4.fascia_dum* *b3.listingtype_dum* *c.log_prezzoMedioPerNotte#i.semester_dum* *c.log_prezzoMedioPerNotte#i.comunedescrizione_dum*, **cluster(propertyid)**
- (3) **regress** *log_disponibilità* *l.log_prezzoMedioPerNotte* *l.log_dispMaNonAffittate* *l.log_numreservations* *log_bedrooms* *log_maxguests* *log_securitydepositusd* *log_minimumstay* *log_numberofphotos* *cancellationpolicy_dum* *superhost_dum* *businessready_dum* *metropolitana_dum* *stazioniFerroviarie_dum* *i.semester_dum* *i.comunedescrizione_dum* *b4.fascia_dum* *b3.listingtype_dum* *c.log_prezzoMedioPerNotte#i.semester_dum* *c.log_prezzoMedioPerNotte#i.comunedescrizione_dum* *i.fascia_dum#i.comunedescrizione_dum*, **cluster(propertyid)**
- (4) **regress** *log_disponibilità* *l.log_prezzoMedioPerNotte* *l.log_dispMaNonAffittate* *l.log_numreservations* *log_bedrooms* *log_maxguests* *log_securitydepositusd* *log_minimumstay* *log_numberofphotos* *cancellationpolicy_dum* *superhost_dum* *businessready_dum* *metropolitana_dum* *stazioniFerroviarie_dum* *i.semester_dum*

```

i.comunedescrizione_dum b4.fascia_dum b3.listingtype_dum
c.log_prezzoMedioPerNotte#i.semester_dum
c.log_prezzoMedioPerNotte#i.comunedescrizione_dum
i.fascia_dum#i.comunedescrizione_dum i.listingtype_dum#i.fascia_dum,
cluster(propertyid)

```

(5) **regress** log_disponibilità l.log_prezzoMedioPerNotte l.log_dispMaNonAffittate
l.log_numreservations log_bedrooms log_maxguests log_securitydepositusd
log_minimumstay log_numberofphotos cancellationpolicy_dum superhost_dum
businessready_dum metropolitana_dum stazioniFerroviarie_dum i.semester_dum
i.comunedescrizione_dum b4.fascia_dum b3.listingtype_dum
c.log_prezzoMedioPerNotte#i.semester_dum
c.log_prezzoMedioPerNotte#i.comunedescrizione_dum
i.fascia_dum#i.comunedescrizione_dum i.listingtype_dum#i.fascia_dum
i.comunedescrizione_dum#i.semester_dum, **cluster(propertyid)**

Come si può notare, in tutte le analisi è stato effettuato il cluster sul parametro `propertyid` (ovvero quello che va ad identificare un'inserzione univocamente), invece del `robust` (come si è usato nella precedente analisi). Tutto ciò perché si va a considerare un altro tipo di eteroschedasticità ovvero quella all'interno di una stessa inserzione, che ha lo scopo di ripulire al massimo gli effetti fissi per alloggio.

La prima regressione (1) è stata effettuata con tutte le variabili elencate precedentemente ed in più è stata inserita la prima iterazione che vede come varia la disponibilità in base al prezzo medio per notte nel tempo.

La (2) aggiunge alla prima un ulteriore controllo sempre riguardante il variare del prezzo medio per notte ma questa volta nelle varie città con l'obiettivo di andare a capire come influisce sulla disponibilità con cui un host mette a disposizione il proprio alloggio/stanza.

La regressione (3) inserisce il comando necessario per vedere anche la fascia di una determinata città condizioni la disponibilità.

La (4) aggiunge alle (3) l'interazione riguardanti la variazione della disponibilità considerando la relazione tra la tipologia di inserzione in una determinata fascia della città.

Infine l'ultima regressione (5), pone come ultimo controllo il variare della disponibilità nelle varie città nel tempo.

In quest'analisi inoltre, nella variabili riguardanti i giorni disponibili ma non affittati, il prezzo medio per notte ed il numero di prenotazioni è stato inserito un lag di un semestre; ovvero si è andato ad osservare come la disponibilità di un inserzione al semestre t sia stata condizionata dal numero di giorni disponibili ma che non sono stati affittati, dal prezzo medio per notte e dalle prenotazioni nel semestre $t-1$. Ciò permette di aggiustare l'offerta di oggi tenendo conto di quella di ieri. Per poter eseguire ciò si è dovuto settare il `dB` per il `propertyid` (identificativo univoco di ogni inserzione) e nel tempo.

L'output delle seguenti regressioni appena presentate è quello riportato in figura 4.2.

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
	log disponibilità				
L.log_prezzoMedioPerNotte	0.0828*** (0.0147)	0.0861*** (0.0148)	0.0869*** (0.0148)	0.0877*** (0.0148)	0.0870*** (0.0151)
L.log_dispMaNonAffittati	0.181*** (0.00461)	0.180*** (0.00461)	0.180*** (0.00462)	0.180*** (0.00463)	0.181*** (0.00465)
L.log_numreservations	0.103*** (0.00289)	0.103*** (0.00289)	0.103*** (0.00290)	0.103*** (0.00290)	0.101*** (0.00292)
log_bedrooms	-0.0545*** (0.00987)	-0.0525*** (0.00990)	-0.0522*** (0.00992)	-0.0530*** (0.00994)	-0.0540*** (0.00993)
log_maxguests	0.0256** (0.00957)	0.0251** (0.00956)	0.0250** (0.00957)	0.0255** (0.00958)	0.0279** (0.00958)
log_securitydepositusd	-0.000642 (0.00588)	-0.000879 (0.00588)	-0.000502 (0.00588)	-0.000282 (0.00588)	-0.000188 (0.00588)
log_minimumstay	-0.0936*** (0.00605)	-0.0932*** (0.00606)	-0.0932*** (0.00606)	-0.0931*** (0.00606)	-0.0937*** (0.00603)
log_numberofphotos	0.0330*** (0.00548)	0.0331*** (0.00548)	0.0330*** (0.00549)	0.0332*** (0.00549)	0.0337*** (0.00547)
cancellationpolicy_dum	0.00761 (0.00617)	0.00789 (0.00618)	0.00766 (0.00618)	0.00771 (0.00618)	0.00964 (0.00617)
Superhost	0.0739*** (0.00648)	0.0736*** (0.00648)	0.0734*** (0.00649)	0.0731*** (0.00648)	0.0743*** (0.00647)
Business Ready	-0.0818*** (0.0193)	-0.0815*** (0.0193)	-0.0814*** (0.0193)	-0.0809*** (0.0193)	-0.0867*** (0.0192)
metropolitana	0.0365*** (0.00906)	0.0357*** (0.00909)	0.0419*** (0.00933)	0.0417*** (0.00933)	0.0413*** (0.00934)
stazioni Ferroviarie	0.0102 (0.00643)	0.00984 (0.00645)	0.0116 (0.00682)	0.0117 (0.00682)	0.0113 (0.00681)
Semestre	SI	SI	SI	SI	SI
Città	SI	SI	SI	SI	SI
Fascia	SI	SI	SI	SI	SI
TipologiaInserzione	SI	SI	SI	SI	SI
PrezzoPerNotte#semestre	SI	SI	SI	SI	SI
PrezzoPerNotte#città	NO	SI	SI	SI	SI
Fascia#città	NO	NO	SI	SI	SI
TipologiaInserzione#fascia	NO	NO	NO	SI	SI
Città#semestre	NO	NO	NO	NO	SI
Constant	4.595*** (0.124)	4.797*** (0.135)	4.961*** (0.143)	4.938*** (0.159)	4.294*** (0.169)
Observations	55233	55233	55233	55233	55233
R ²	0.138	0.138	0.138	0.139	0.145

Standard errors in parentheses
* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$

Figura 4.2: Analisi Airbnb: Disponibilità

Gli esiti ottenuti mostrano come la disponibilità al tempo t è positivamente e significativamente correlata al prezzo medio per notte al tempo $t-1$ ed all'aumentare dell'1% di tale parametro salirà dello 0.0870% anche la disponibilità. Questo vuol dire che un host nel momento in cui deve decidere il numero di giorni in cui mettere a disposizione la sua proprietà, più si accorge che il prezzo medio per notte è stato alto nel mese precedente, e più sarà invogliato ad aumentare la sua disponibilità con la speranza di un guadagno maggiore.

Lo stesso discorso vale per il numero di prenotazioni; dal momento in cui ci si accorge che nel semestre passato il numero di prenotazioni è stato sufficientemente alto, questo spinge sempre di più a fare un maggior uso della piattaforma e quindi aumentare sempre di più l'offerta. Nello specifico, questa aumenta in percentuale dello 0.101, all'incremento sempre percentuale del parametro "numreservations".

Un po' meno intuitiva può risultare la correlazione positiva fra la variabile dipendente ed il numero di giorni disponibili ma non affittati nel periodo precedente. Infatti, ci si aspetta che nel momento in cui ci si accorge che l'offerta nel semestre precedente non sia stata domandata, questo possa portare quindi a diminuirla nel periodo successivo. Questo invece non accade, anzi avviene l'esatto contrario, invogliando comunque ad aumentare l'offerta con la speranza che questo possa essere apprezzato e ritenuto conveniente da parte dei potenziali guests.

Per quanto riguarda il numero di stanze, quello che emerge che anch'esse risultano significative per la decisione che deve sostenere l'host e con una correlazione inversa.

All'aumentare dell'1% del numero massimo di ospiti che possono essere accolti in una determinata struttura risulta crescere dello 0.0279% della disponibilità. Quindi più ospiti sono accettati, più sarà grande l'appartamento e più alta sarà la disponibilità. Ciò conferma quanto affermato nelle analisi di tipo descrittive svolte nel capitolo 3, in cui risultava infatti che la maggior parte delle inserzioni in una città fossero relative ad appartamenti interi.

Variabili come la cauzione e le politiche di cancellazione (flessibili o meno) non risultano significative in tale analisi.

Per quanto riguarda il numero minimo di giorni prenotabili, al loro diminuire dell'1% la disponibilità sale dello 0.0937%. Questo vuol dire che meno un host pone dei vincoli sul numero di notti per prenotazioni e più vorrà aumentare la sua offerta.

Il numero di fotografie, può dar l'idea di un parametro poco significativo ma in realtà così non è; infatti più un host mette in mostra il proprio appartamento/stanza più vorrà dire che ci tiene a questa tipologia di business e che quindi vuole che i potenziali guests attraverso le foto abbiano un'idea bene chiara di quello che gli viene offerto. Tutto questo fa sì che la variabile dipendente aumenti dello 0.0337% all'incremento percentuale di tale parametro.

Se si passa ad osservare il parametro del super Host invece, anche questo risulta significativamente correlato alla disponibilità. Sicuramente un host a cui è stato riconosciuto tale premio sarà molto attivo all'interno della piattaforma, e avrà ricevuto tante prenotazioni con esiti più che positivi che quindi portano a pensare che anche l'offerta relativa a quell'alloggio sia stata elevata. Per la precisione l'offerta sale dello 0.0743% con l'incremento percentuale di tale parametro.

Se si affronta invece la questione su un determinato host (e quindi anche la sua inserzione) disposto ad accogliere o meno guests in viaggio per questioni lavorative, la situazione cambia. Infatti da tale analisi risulta che le disponibilità più alte siano quelle riferite ad alloggi/inserzioni che non siano "business ready". Questo può portare a pensare che la maggior parte di host presenti nella piattaforma non riesce a dedicare tantissimo tempo a questo tipo di business che richiederebbe sicuramente un maggiore sforzo e dedizione e a sua volta il numero di giorni disponibili decresce nel caso questa dummy sia vera.

Infine se si vanno ad osservare le variabili relative ai servizi presenti in una determinata zona, come la metropolitana e la stazione ferroviaria risulta che la metropolitana sia molto significativa e che quindi la disponibilità di alloggi situati nei pressi di fermate della metro aumenti in modo significativo poiché si sa che per un turista che deve scegliere un determinato tipo di alloggio piuttosto che un altro, sicuramente la vicinanza alla metro risulta un grosso vantaggio e di gran valore per la scelta grazie alla sua comodità. Lo stesso non si può dire invece delle stazioni ferroviarie che risultano non significativamente correlate rispetto alla variabile dipendente.

Per quanto riguarda invece la relazione tra le variabili di controllo e la variabile dipendente è risultato che le città con un più alto numero di giorni disponibili risultano nell'ordine Milano, Firenze, Venezia, Napoli e Torino. Ciò risulta molto in linea con i risultati emersi dalle analisi descrittive del capitolo precedente, ovvero che le città che si è detto essere più turistiche e che facciano un uso più ampio della piattaforma (Firenze, Venezia e Napoli) risultano coerentemente quelle che offrono una maggiore offerta. Milano viene messa al primo posto in quanto comunque l'offerta risulta proporzionata alla grandezza della città e quindi al numero di inserzioni

presenti, ma si ricorda che in ogni caso Milano e Torino rimangono le città con un turismo molto diverso dalle precedenti e con un altrettanto uso della piattaforma moderato.

L'offerta invece risulta distribuita nelle varie fasce della città nel seguente ordine: al primo posto le aree suburbane, seguono poi le centrali, le semi-centrali e le periferiche. Può stranire la prima posizione ma in realtà ciò è spiegato dalla numerosità di alloggi tra una zona suburbana ed una strettamente centrale. E' chiaro che più ci si allontana dal centro e più aumenteranno le concentrazioni di immobili e quindi di inserzioni e infine anche dell'offerta.

4.2.2 Analisi lato domanda: guadagni

Per quanto riguarda l'analisi lato domanda, si è deciso di usare come proxy di questa misura il guadagno che un host ottiene grazie all'uso della piattaforma e che risulta quindi strettamente in relazione con la domanda ricevuta.

In questa analisi è stata scelta quindi come variabile dipendente (y) il guadagno e come regressori i seguenti parametri: la disponibilità, i giorni disponibili ma non prenotati, il numero di prenotazioni, il numero di reviews e di stanze, il numero massimo di guests ospitabili, l'efficienza di un host nel rispondere ai potenziali ospiti (misurata come % di volte in cui un host risponda ad una richiesta in meno di 24 ore), la cauzione; si sono aggiunti inoltre come regressori anche i giorni minimi prenotabili, il numero di foto, le votazioni dei guests, il superhost, le politiche di cancellazione, il parametro che indica se un'inserzione può ospitare lavoratori, la metropolitana e le stazioni ed infine le dummy riguardanti il tempo, la tipologia di listing, la città, la fascia e la zona.

Le regressioni che sono state svolte sono cinque e sono le seguenti:

- (1) **regress** *log_revusd log_disponibilità log_numreservations log_available log_numberofreviews log_bedrooms log_maxguests log_responserate log_securitydepositusd log_minimumstay log_numberofphotos log_overallrating superhost_dum cancellationpolicy_dum businessready_dum metropolitana_dum stazioniFerroviarie_dum i.semester_dum b3.listingtype_dum i.comunedescrizione_dum b4.fascia_dum i.linkzona_dum, cluster(linkzona)*
- (2) **regress** *log_revusd log_disponibilità log_numreservations log_available log_numberofreviews log_bedrooms log_maxguests log_responserate log_securitydepositusd log_minimumstay log_numberofphotos log_overallrating superhost_dum cancellationpolicy_dum businessready_dum metropolitana_dum stazioniFerroviarie_dum i.semester_dum b3.listingtype_dum i.comunedescrizione_dum b4.fascia_dum i.linkzona_dum i.listingtype_dum#i.semester_dum, cluster(linkzona)*
- (3) **regress** *log_revusd log_disponibilità log_numreservations log_available log_numberofreviews log_bedrooms log_maxguests log_responserate log_securitydepositusd log_minimumstay log_numberofphotos log_overallrating superhost_dum cancellationpolicy_dum businessready_dum metropolitana_dum stazioniFerroviarie_dum i.semester_dum b3.listingtype_dum*

```

i.comunedescrizione_dum b4.fascia_dum i.linkzona_dum
i.listingtype_dum#i.semester_dum
c.log_numreservations#i.listingtype_dum, cluster(linkzona)

```

```

(4) regress log_revusd log_disponibilità log_numreservations log_available
log_numberofreviews log_bedrooms log_maxguests log_responserate
log_securitydepositsd log_minimumstay log_numberofphotos log_overallrating su-
perhost_dum cancellationpolicy_dum businessready_dum metropolitana_dum sta-
zioniFerrovie_dum i.semester_dum b3.listingtype_dum
i.comunedescrizione_dum b4.fascia_dum i.linkzona_dum
i.listingtype_dum#i.semester_dum
c.log_numreservations#i.listingtype_dum i.fascia_dum#i.semester_dum,
cluster(linkzona)

```

Come si può notare, in questa analisi, a differenza della precedente, è stato effettuato il cluster non più su "propertyid" ma sul parametro "linkzona"; questo perché nel voler andare a calcolare i guadagni ottenuti da un host si è deciso di andare a catturare l'eteroschedasticità all'interno di una determinata zona, con lo scopo di catturare il più possibile gli effetti fissi dovuti al posizionamento in una determinata area.

La prima regressione effettuata (1) è quella più semplice in cui si è impostata la variabile dipendente e tutti i regressori sopra citati, comprese le dummy di controllo sul tempo, sulla tipologia dell'inserzione, sulla città, sulla fascia ed infine anche sulla zona. Dalla seconda regressione in poi sono stati aggiunti un'interazione alla volta con l'obiettivo di andare a catturare più effetti fissi possibili. Per ovvie ragioni più interazioni vengono aggiunte, più effetti vengono catturati e più le stime sono precise, ma non potendo riportare un'analisi con infinite interazioni poiché poco leggibile, se sono scelte solamente quattro.

In particolare nella (2) si è deciso di andare a controllare la variazione dei guadagni in base alla tipologia di inserzione pubblicata nel tempo; quindi è stata aggiunta alla (1) l'interazione: "i.listingtype_dum#i.semester_dum".

Nella (3) si è aggiunto alla precedente il controllo sul numero di prenotazioni per tipologia di inserzioni, si è andato dunque ad osservare come cambiasse la relazione tra la y e gli altri regressori nel momento in cui si tiene in considerazione la variazione del guadagno in base alle prenotazioni di un determinato tipo di alloggio.

Infine nella (4) viene unito alle (3) il comando "i.fascia_dum#i.semester_dum" per andare a calcolare quanto il guadagno cambi in relazione al suo posizionamento in una determinata fascia della città e nel tempo.

L'output ottenuto è il seguente:

Capitolo 4: Analisi Econometrica

	(1)	(2)	(3)	(4)
	log_revenue	log_revenue	log_revenue	log_revenue
log_disponibilit�	0.725*** (0.0251)	0.725*** (0.0251)	0.725*** (0.0253)	0.725*** (0.0253)
log_numreservations	0.704*** (0.0106)	0.704*** (0.0106)	0.686*** (0.0488)	0.686*** (0.0489)
log_dispMaNonAffittati	-0.352*** (0.0203)	-0.352*** (0.0203)	-0.352*** (0.0204)	-0.351*** (0.0203)
log_numberofreviews	-0.0726*** (0.00344)	-0.0726*** (0.00343)	-0.0726*** (0.00343)	-0.0723*** (0.00344)
log_bedrooms	0.390*** (0.0147)	0.390*** (0.0147)	0.390*** (0.0148)	0.390*** (0.0147)
log_maxguests	0.133*** (0.0136)	0.133*** (0.0136)	0.133*** (0.0137)	0.133*** (0.0137)
log_responserate	0.0750*** (0.0180)	0.0750*** (0.0179)	0.0751*** (0.0180)	0.0746*** (0.0180)
log_securitydepositusd	0.182*** (0.0104)	0.182*** (0.0104)	0.182*** (0.0104)	0.182*** (0.0105)
log_minimumstay	0.152*** (0.0129)	0.152*** (0.0129)	0.152*** (0.0129)	0.152*** (0.0129)
log_numberofphotos	0.0852*** (0.00881)	0.0852*** (0.00878)	0.0852*** (0.00881)	0.0851*** (0.00876)
log_overallrating	0.509*** (0.0490)	0.509*** (0.0490)	0.509*** (0.0490)	0.510*** (0.0490)
Superhost	0.0343** (0.0104)	0.0343** (0.0104)	0.0343** (0.0104)	0.0346** (0.0104)
cancellationpolicy_dum	-0.0145 (0.00928)	-0.0145 (0.00930)	-0.0144 (0.00925)	-0.0139 (0.00923)
Business Ready	-0.0166 (0.0230)	-0.0163 (0.0231)	-0.0162 (0.0230)	-0.0154 (0.0229)
metropolitana	0.679*** (0.0185)	0.675*** (0.0195)	0.669*** (0.0268)	0.669*** (0.0261)
stazioni Ferroviarie	-0.0870*** (0.0141)	-0.0843*** (0.0144)	-0.0822*** (0.0142)	-0.0861*** (0.0155)
2014_2	0 (.)	0 (.)	0 (.)	0 (.)
2015_1	0.0543 (0.0314)	0.207 (0.117)	0.218 (0.131)	0.426* (0.171)
2015_2	0.0466 (0.0338)	0.236 (0.157)	0.250 (0.176)	0.471* (0.206)
2016_1	0.0448 (0.0330)	0.129 (0.145)	0.137 (0.152)	0.282 (0.170)
2016_2	-0.0459 (0.0378)	0.0359 (0.139)	0.0462 (0.147)	0.364* (0.172)
2017_1	0.0595 (0.0362)	0.0356 (0.177)	0.0426 (0.182)	0.198 (0.207)
2017_2	0.0914 [†] (0.0385)	0.219 (0.196)	0.226 (0.198)	0.456* (0.214)
2018_1	0.125*** (0.0315)	0.322* (0.151)	0.331* (0.155)	0.431* (0.186)
TipInserzione: Entire home	0.746*** (0.0574)	0.850*** (0.123)	0.835*** (0.136)	0.991*** (0.130)
TipInserzione: Private room	0.372*** (0.0580)	0.528*** (0.123)	0.508*** (0.135)	0.594*** (0.137)
TipInserzione: Shared room	0 (.)	0 (.)	0 (.)	0 (.)
Citt�: FIRENZE	0 (.)	0 (.)	0 (.)	0 (.)
Citt�: MILANO	-0.0980*** (0.0144)	-0.0995*** (0.0141)	-0.101*** (0.0144)	-0.0908*** (0.0154)
Citt�: NAPOLI	-0.341*** (0.00868)	-0.343*** (0.00850)	-0.344*** (0.00850)	-0.336*** (0.00967)
Citt�: TORINO	-0.227*** (0.0122)	-0.225*** (0.0125)	-0.224*** (0.0127)	-0.226*** (0.0142)
Citt�: VENEZIA	0.0556*** (0.00787)	0.0530*** (0.00800)	0.0522*** (0.00802)	0.0630*** (0.00918)
Fascia: B (centrale)	0.588*** (0.0154)	0.592*** (0.0159)	0.594*** (0.0151)	0.536*** (0.100)
Fascia: C (semi-centrale)	0.199*** (0.0142)	0.198*** (0.0140)	0.197*** (0.0141)	0.347** (0.108)
Fascia: D (periferica)	-0.727*** (0.0201)	-0.724*** (0.0217)	-0.718*** (0.0258)	-0.506*** (0.125)
Fascia: E (suburbana)	0 (.)	0 (.)	0 (.)	0 (.)
Zona	SI	SI	SI	SI
Semestre#tipInserzione	NO	SI	SI	SI
NumPrenotaz#tipInserzione	NO	NO	SI	SI
Fascia#semestre	NO	NO	NO	SI
Constant	0.348 (0.176)	0.238 (0.199)	0.254 (0.205)	0.0610 (0.227)
Observations	72738	72738	72738	72738
R ²	0.808	0.808	0.808	0.809

Standard errors in parentheses
^{*} $p < 0.05$, ^{**} $p < 0.01$, ^{***} $p < 0.001$

Figura 4.3: Analisi Airbnb: Guadagni

Quello che emerge da tale analisi è che gli introiti ottenuti grazie all'uso della piattaforma siano significativamente correlati con la disponibilità con la quale le inserzioni vengono messe a disposizione e ovviamente con il numero di prenotazioni effettivamente avvenute. Infatti è semplice intuire come più un alloggio sia reso disponibile in termini di giorni all'interno della piattaforma, e più c'è la possibilità che questo venga poi prenotato e che quindi porti ad un aumento del guadagno per l'host. Si nota infatti come l'aumento dell'1% del numero di prenotazioni e dei giorni disponibili porterà ad un incremento dell'0.7% circa dei guadagni.

Anche il numero di giorni che sono messi a disposizione ma che in realtà non sono stati prenotati è significativamente diverso da zero, e accade che il guadagno diminuisca dello 0.35% all'aumento percentuale di tale parametro.

Desti una nota di curiosità la correlazione inversa che risulta tra la variabile dipendente e il numero di reviews lasciate dai guests; infatti da tale analisi emerge che al diminuire del numero di recensioni aumenti il guadagno ottenuto. A questo può essere data una spiegazione poichè solitamente gli alloggi/inserzioni con meno reviews sono quelli più prestigiosi e di alto livello e che naturalmente sono quelli che portano un guadagno più alto.

Il numero di stanze da letto e il numero massimo di guests ospitabili sono entrambe variabili che più sono grandi e più portano maggiori ricavi per un host, e sono significativamente diverse da zero. All'aumento percentuale della prima in particolare, corrisponde un aumento dello 0.4% dei ricavi e dello 0.13% per la seconda.

Anche l'efficienza di un host è collegata positivamente ai guadagni, infatti in tale analisi sono due le variabili che possono essere una misura di questo valore e sono "superHost" e "responseRate". La prima è una variabile dummy, poiché un host iscritto alla piattaforma può essere considerato o meno super host se risponde ai requisiti elencati nel paragrafo 1.2.4 e risulta che esserlo può portare a dei maggiori guadagni poiché nel momento in cui un potenziale guests deve scegliere un appartamento da prenotare, l'etichetta di superhost da sicurezza e sprona maggiormente alla scelta. Il response rate invece indica la percentuale di volte in cui un host riesce a rispondere ad una richiesta da parte di un potenziale ospite in meno di 24 ore; questo essere così celere può far sì che le prenotazioni vadano a buon fine e che quindi i guadagni accrescano. Nello specifico l'aumento di un punto % di questa variabile porti allo 0.075% in più negli introiti.

Il deposito cauzionale può essere anch'esso fonte di una maggiore entrata nel momento in cui viene effettivamente trattenuto da parte dell'host in caso di problemi.

Il "minimum stay" rappresenta invece il numero di giorni minimi prenotabili per ogni inserzione ed è un parametro deciso dal singolo host. Più tale variabile è alta e più vuol dire che gli affitti che vengono effettivamente scelti abbiano una durata più grande e quindi per tale ragione possono portare all'aumento della variabile y . Tale parametro è significativo e a porta un guadagno in più dello 0.152% all'aumento percentuale dell'1% di questo.

Anche il numero di foto risulta correlato al guadagno; tale relazione potrebbe risultare superflua ma così non è poiché se un inserzione è caratterizzata da un numero non indifferente di foto, con molta probabilità si tratterà di un host maggiormente attendibile e sicuramente colui che deve andare a scegliere una sistemazione sarà più incentivato a preferire quelle inserzioni che siano più complete possibili ed il numero di foto è quel parametro che rispecchia maggiormente un tipo di inserzione.

Come si era precedentemente parlato nella sezione 1.2.3, il meccanismo di rating

è molto importante all'interno della piattaforma e viene usato con l'obiettivo di creare fiducia e massimizzare la probabilità di una prenotazione di successo. Per tale motivo più questo parametro è alto e più significa che quel tipo di soggiorno è stato considerato da chi ne ha già usufruito uno dei più completi e funzionanti; ciò porta coloro che devono effettuare una scelta tra più tipologie di appartamenti a scegliere quelli che hanno una valutazione complessiva più alta possibile da parte degli altri ospiti. Quindi più questa variabile risulta positiva e significativa e più porterà ad un maggiore ricavo, in particolar modo all'aumento percentuale di tale valore, aumenterà dello 0.5% il guadagno di un host.

Variabili come la flessibilità o meno delle politiche di cancellazione o la predisposizione ad offrire soggiorni a lavoratori non risultano essere significativi in termini di guadagno.

Lo stesso non si può dire invece per la metropolitana o la stazione ferroviaria; infatti la presenza di una fermata metropolitana nei pressi di un determinato alloggio messo a disposizione nella piattaforma può far sì che un turista sia più incentivato a sceglierlo grazie proprio alla comodità che questa comporta dal momento che comunque i soggiorni caratterizzanti Airbnb siano di breve durata e a scopo turistico. Avere quindi una metropolitana sotto casa facilita gli spostamenti in una città sconosciuta e inoltre ottimizza i tempi così da sfruttare a pieno i giorni limitati di vacanza. Quindi la presenza di una stazione metropolitana porta a più probabilità di prenotazioni e quindi a maggiori guadagni. Tale significatività vale anche quando si parla di stazioni ferroviarie solo che la relazione questa volta diventa inversa; ciò potrebbe essere dovuto al fatto che da una parte è anche vero che sistemazioni nei pressi delle stazioni possono essere ritenute da una parte comode per un turista, ma dall'altra parte però zone proprio limitrofe a ciò sono rinomate per non essere quartieri tranquillissimi e quindi si preferisce piuttosto la tranquillità di una zona in cui è vicina una metropolitana che può comodamente portare anche in tempi veloci alle stazioni ferroviarie, piuttosto che soggiornare proprio nei pressi di una stazione.

Queste relazioni appena presentate sono quelle fondamentali legate chi in modo più significativo e chi meno alla variabile dipendente.

Se invece si vanno ad analizzare le correlazioni esistenti tra i guadagni e le relative dummy che vanno a catturare il più possibile gli effetti fissi emerge che i semestri non risultano significativi e ciò potrebbe essere dovuto al fatto che trattandosi appunto di semestri la variazione del guadagno tra uno ed il successivo non è poi così differente.

Mentre guardando le tipologie di inserzioni presenti all'interno della piattaforma, quelle che portano ad un maggior guadagno sono gli interi appartamenti, seguono le stanze private ed infine le condivise. Ciò è abbastanza intuitivo poiché più è grande la dimensione di un appartamento e più sicuramente sarà alto il prezzo per notte con cui verrà affittato e quindi si avrà un maggior ricavo dalla prenotazione. Tutte e tre le tipologie risultano significative e correlate positivamente con la variabile dipendente.

Analizzando invece le città e le sue fasce, si arriva alle medesime conclusioni fatte in questo lavoro di tesi ovvero che i maggiori guadagni ottenuti tramite Airbnb si hanno, nell'ordine, a Venezia, Firenze, Milano, Torino e Napoli. Quindi le due città che come si è detto, facciano un uso molto sviluppato della piattaforma sono ai primi due posti in termini di guadagni; seguono poi Milano e Torino, nonostante si è detto siano meno turistiche e con uso più contenuto di Airbnb rispetto a Napoli, poiché comunque in generale i prezzi con cui vengono offerti in affitto gli alloggi

nelle regioni del nord tendono ad essere sempre più elevati rispetto a quelli del sud e quindi anche i guadagni seguono questo andamento. I guadagni in tutte le città risultano comunque significativi e questo è dovuto all'utilizzo sempre più intenso della piattaforma che fa sì che i ricavi accrescano sempre di più. Per quanto riguarda le fasce all'interno della città più profittevoli invece, risultano nell'ordine le centrali, le semi-centrali, le suburbane ed infine le periferiche.

4.2.3 Analisi lato domanda: prezzo medio per notte

Un'ulteriore analisi lato domanda, oltre a quella appena vista, è quella riguardante il prezzo medio per notte; quest'ultimo parametro infatti dipende dalla decisione dell'host in base alla stima che lui si fa sulla domanda ipotetica che la sua inserzione potrebbe avere.

In quest'ultima regressione riguardante Airbnb, la variabile dipendente è rappresentata appunto dal prezzo medio per notte ed i regressori sono la disponibilità, i giorni disponibili ma non prenotati, il numero di prenotazioni, il numero di reviews, di stanze e di bagni, il numero massimo di guests ospitabili, l'efficienza di un host nel rispondere ai potenziali ospiti (misurata come % di volte in cui un host risponda ad una richiesta in meno di 24 ore) e la cauzione; si sono aggiunti inoltre come regressori anche i giorni minimi prenotabili, il numero di foto, le votazioni dei guests, il superhost, le politiche di cancellazione, il parametro che indica se un'inserzione può ospitare lavoratori, la metropolitana e le stazioni ed infine le dummy riguardanti il tempo, la tipologia di listing, la città, la fascia e la zona.

Le regressioni che sono state effettuate sono le seguenti, ed anche queste clusterizzate come la precedente per "linkzona" poichè anche per il calcolo del prezzo medio per notte si è voluto tener conto dell'eteroschedasticità all'interno di una area:

- (1) **regress** *log_prezzoMedioPerNotte log_disponibilità log_available log_numreservations log_numberofreviews log_bedrooms log_bathrooms log_maxguests log_responserate log_securitydepositusd log_minimumstay log_numberofphotos log_overallrating superhost_dum cancellationpolicy_dum businessready_dum metropolitana_dum stazioniFerroviarie_dum i.semester_dum i.comunedescrizione_dum b3.listingtype_dum b4.fascia_dum i.linkzona_dum, cluster(linkzona)*
- (2) **regress** *log_prezzoMedioPerNotte log_disponibilità log_available log_numreservations log_numberofreviews log_bedrooms log_bathrooms log_maxguests log_responserate log_securitydepositusd log_minimumstay log_numberofphotos log_overallrating superhost_dum cancellationpolicy_dum businessready_dum metropolitana_dum stazioniFerroviarie_dum i.semester_dum i.comunedescrizione_dum b3.listingtype_dum b4.fascia_dum i.linkzona_dum i.semester_dum#i.listingtype_dum, cluster(linkzona)*
- (3) **regress** *log_prezzoMedioPerNotte log_disponibilità log_available log_numreservations log_numberofreviews log_bedrooms log_bathrooms log_maxguests log_responserate log_securitydepositusd log_minimumstay log_numberofphotos log_overallrating superhost_dum cancellationpolicy_dum businessready_dum metropolitana_dum stazioniFerroviarie_dum i.semester_dum i.comunedescrizione_dum b3.listingtype_dum b4.fascia_dum i.linkzona_dum*

i.semester_dum#i.listingtype_dum i.fascia_dum#i.semester_dum,
cluster(linkzona)

(4) **regress** *log_prezzoMedioPerNotte log_disponibilità log_available*
log_numreservations log_numberofreviews log_bedrooms log_bathrooms
log_maxguests log_responserate log_securitydepositusd log_minimumstay
log_numberofphotos log_overallrating superhost_dum cancellationpolicy_dum bu-
sinessready_dum metropolitana_dum stazioniFerroviarie_dum i.semester_dum
i.comunedescrizione_dum b3.listingtype_dum b4.fascia_dum i.linkzona_dum
i.semester_dum#i.listingtype_dum i.fascia_dum#i.semester_dum
i.semester_dum#c.log_available , cluster(linkzona)

La prima regressione presentata (1) è la più semplice, ovvero quella che va a stimare la correlazione che c'è tra la variabile dipendente e tutti i regressori prima elencati con l'aggiunta delle dummy riguardanti il tempo, la tipologia di inserzione, la città, la fascia e la zona.

Dalla seconda in poi invece, come è stato fatto in tutti gli studi precedenti, si sono andate ad aggiungere delle interazioni con lo scopo di catturare più effetti fissi possibili così da rendere meno distorta l'analisi. Nella (2) infatti si è andato a vedere come possa essere cambiato il prezzo medio per notte nel momento in cui si consideri la tipologia di inserzioni e come variano nel tempo.

Nella (3), viene aggiunto alla (2) il controllo che tiene conto della variazione del prezzo medio notte in base alla fascia della città presa in considerazione e nel tempo.

Infine nella (4), si è aggiunta come ultima interazione quella che controlla il variare della y in base al numero di giorni disponibili ma non affittati nel tempo.

L'output ottenuto è il seguente:

	(1) log_prezzoMedioPer Notte	(2) log_prezzoMedioPer Notte	(3) log_prezzoMedioPer Notte	(4) log_prezzoMedioPer Notte
log_disponibilit�	0.0385*** (0.00632)	0.0385*** (0.00628)	0.0377*** (0.00627)	0.0361*** (0.00627)
log_dispMaNonAffittate	0.0524*** (0.00322)	0.0522*** (0.00319)	0.0527*** (0.00321)	0.00596 (0.0131)
log_numreservations	-0.0384*** (0.00442)	-0.0385*** (0.00440)	-0.0389*** (0.00443)	-0.0386*** (0.00443)
log_numberofreviews	-0.0577*** (0.00213)	-0.0576*** (0.00213)	-0.0573*** (0.00212)	-0.0572*** (0.00212)
log_bedrooms	0.202*** (0.0119)	0.202*** (0.0119)	0.202*** (0.0119)	0.203*** (0.0119)
log_bathrooms	0.333*** (0.0126)	0.333*** (0.0126)	0.333*** (0.0126)	0.333*** (0.0126)
log_maxguests	0.209*** (0.00891)	0.209*** (0.00890)	0.209*** (0.00890)	0.209*** (0.00885)
log_responserate	0.0451*** (0.0118)	0.0452*** (0.0117)	0.0447*** (0.0117)	0.0447*** (0.0118)
log_securitydeposited	0.136*** (0.00875)	0.136*** (0.00874)	0.136*** (0.00880)	0.136*** (0.00882)
log_minimumstay	-0.0151* (0.00588)	-0.0151* (0.00588)	-0.0151* (0.00586)	-0.0152** (0.00584)
log_numberofphotos	0.0826*** (0.00633)	0.0824*** (0.00631)	0.0824*** (0.00631)	0.0824*** (0.00631)
log_overallrating	0.269*** (0.0312)	0.269*** (0.0312)	0.269*** (0.0311)	0.268*** (0.0310)
Superhost	0.0378*** (0.00775)	0.0377*** (0.00774)	0.0379*** (0.00780)	0.0379*** (0.00775)
cancellationpolicy_dum	-0.0126 (0.00746)	-0.0125 (0.00744)	-0.0124 (0.00743)	-0.0124 (0.00737)
Business Ready	-0.0544*** (0.0137)	-0.0539*** (0.0136)	-0.0531*** (0.0134)	-0.0527*** (0.0133)
metropolitana	0.228*** (0.0126)	0.220*** (0.0133)	0.218*** (0.0139)	0.219*** (0.0137)
stazioni Ferroviarie	-0.105*** (0.00912)	-0.0991*** (0.00964)	-0.0964*** (0.0102)	-0.0986*** (0.0101)
2014_2	0 (.)	0 (.)	0 (.)	0 (.)
2015_1	-0.0105 (0.0133)	0.0581 (0.111)	0.121 (0.115)	-0.0320 (0.132)
2015_2	0.00984 (0.0159)	-0.0630 (0.136)	-0.00276 (0.141)	-0.281 (0.155)
2016_1	-0.0275 (0.0161)	-0.152 (0.140)	-0.150 (0.145)	-0.411* (0.169)
2016_2	-0.103*** (0.0196)	-0.249 (0.135)	-0.157 (0.142)	-0.323* (0.162)
2017_1	-0.0153 (0.0174)	-0.206 (0.125)	-0.209 (0.131)	-0.361* (0.152)
2017_2	0.00130 (0.0193)	-0.186 (0.137)	-0.0895 (0.145)	-0.241 (0.163)
2018_1	0.0569*** (0.0146)	-0.0991 (0.139)	-0.127 (0.140)	-0.331* (0.156)
Citt�: FIRENZE	0 (.)	0 (.)	0 (.)	0 (.)
Citt�: MILANO	-0.196*** (0.0117)	-0.194*** (0.0116)	-0.194*** (0.0124)	-0.193*** (0.0125)
Citt�: NAPOLI	-0.531*** (0.00861)	-0.532*** (0.00853)	-0.531*** (0.00917)	-0.530*** (0.00923)
Citt�: TORINO	-0.398*** (0.00881)	-0.392*** (0.00910)	-0.387*** (0.00974)	-0.389*** (0.00974)
Citt�: VENEZIA	0.0616*** (0.00749)	0.0612*** (0.00743)	0.0634*** (0.00806)	0.0653*** (0.00810)
TipInserzione: Entire home	0.717*** (0.0485)	0.576*** (0.145)	0.639*** (0.141)	0.620*** (0.145)
TipInserzione: Private room	0.406*** (0.0474)	0.320* (0.140)	0.352* (0.136)	0.334* (0.140)
TipInserzione: Shared room	0 (.)	0 (.)	0 (.)	0 (.)
Fascia: B (centrale)	0.609*** (0.0108)	0.616*** (0.0113)	0.553*** (0.0477)	0.546*** (0.0465)
Fascia: C (semi-centrale)	0.198*** (0.0102)	0.199*** (0.0101)	0.213*** (0.0489)	0.198*** (0.0494)
Fascia: D (periferica)	-0.173*** (0.0165)	-0.165*** (0.0172)	-0.119* (0.0503)	-0.133** (0.0495)
Fascia: E (suburbana)	0 (.)	0 (.)	0 (.)	0 (.)
Zona	SI	SI	SI	SI
Semestre#TipoInserzione	NO	SI	SI	SI
Fascia#semestre	NO	NO	SI	SI
DispMaNonAffittati#semestr	NO	NO	NO	SI
Constant	1.408*** (0.0999)	1.538*** (0.165)	1.500*** (0.168)	1.696*** (0.182)
Observations	72488	72488	72488	72488
R ²	0.683	0.683	0.684	0.684

Standard errors in parentheses
* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$

Figura 4.4: Analisi Airbnb: Prezzo medio per notte

I risultati dimostrano che il prezzo medio per notte   positivamente correlato

ed anche in modo significativo con la disponibilità con cui un host decide di mettere a disposizione la propria stanza/appartamento sulla piattaforma, e all'aumento dell'1% della disponibilità il prezzo medio per notte sale dello 0.036%.

Il numero di giorni disponibili ma non affittati, nell'ultima regressione (4), la più completa, non risulta significativa in relazione al guadagno, mentre nelle altre regressioni risulta la relazione che all'aumentare del prezzo medio per notte aumenteranno anche giorni disponibili ma non affittati. Ciò non si può dire invece per quanto riguarda il numero di prenotazioni, che non solo risultano molto significative ma anche negativamente correlate; ovvero si assiste ad una diminuzione percentuale dello 0.057% del prezzo medio per notte all'aumentare dell'1% del numero delle prenotazioni. In altre parole, più prenotazioni si hanno e più i prezzi diventano competitivi.

Il numero di reviews segue lo stesso ragionamento fatto nell'analisi precedente, ed anche qui tale parametro risulta significativo e correlato negativamente con la variabile dipendente; infatti si ritrovano un numero minore di reviews in quelli che sono considerati appartamenti di livello medio-alto e che quindi presentano un prezzo per notte più alto.

Il numero di stanze da letto, di bagni ed il numero massimo di guests accettati da un host sono variabili che vanno a stimare la grandezza di un appartamento e che quindi sono positivamente relazionate al prezzo medio per notte poiché più si ha a che fare con un immobile grande e più salirà il suo prezzo con la quale viene affittato.

Anche il numero minimo di giorni per prenotazione risulta significativo in relazione alla y considerata; ciò può essere dovuto al fatto che più corte (in termini di giorni) risultano le prenotazioni e più salirà il prezzo. Non sorprende infatti che solitamente man mano che aumentano le notti prenotate più il prezzo per singola notte scende. In tale analisi ciò è dimostrato dal fatto che al diminuire dell'1% di tale parametro, la variabile dipendente sale dello 0.015%.

Il deposito cauzionale, che può essere richiesto o meno in una prenotazione, fa sì che nel momento in cui viene domandato rappresenti un esborso aggiuntivo iniziale maggiore per l'ospite e quindi questo si riflette nel pagamento di un maggior prezzo per notte.

Anche il numero di foto viene correlato positivamente e significativamente alla variabile di interesse; infatti più foto vengono pubblicate relative ad un inserzione, più vuol dire che l'host ci tenga in modo particolare a far vedere il valore del suo appartamento che quindi si riverserà nell'aver un prezzo di prenotazione per notte relativamente alto, dovuto appunto al valore che secondo l'host ha la sua proprietà.

La media delle valutazioni che vengono lasciate dagli ospiti è un altro valore che più è alto e più sta a significare che si tratti di un appartamento/stanza di un determinato valore e che quindi potrà avere un prezzo medio per notte alto; infatti all'aumento di un punto percentuale di tale parametro sale dello 0.268% la variabile dipendente. Stesso discorso vale per la dummy "super host". Se un determinato host ha ricevuto questo titolo, vorrà dire che il suo appartamento rispetta certi criteri che ne indicano l'elevata qualità e che quindi portano ad avere un prezzo medio per notte più alto.

Anche in questa analisi come nella precedente la flessibilità delle politiche di cancellazione non risultano rilevanti.

La metropolitana e la stazione ferroviaria, sono invece dei parametri molto correlati e significativi rispetto al prezzo medio per notte; in particolare la metro, da un valore aggiunto se presente vicino un determinato appartamento dal momento che crea una grande comodità per chi ne usufruisce. Per tale ragione i prezzi a notte in tali zone risultano essere più alti. Per quanto riguarda la stazione ferroviaria invece, la relazione è inversa, ma sempre significativa, poiché aree situate proprio nei pressi di quest'ultime non assumono un valore altissimo poiché ritenute poco tranquille.

Se si passa ad osservare il legame che esiste tra il prezzo medio per notte e quelle variabili dummy che sono servite per catturare gli effetti fissi di tale analisi si scopre che i prezzi a notte più elevati si hanno, in ordine, nelle città di Venezia, Firenze, Milano, Torino e Napoli. Stesso ordinamento ottenuto precedentemente nell'analisi dei guadagni, dal momento che più alti sono i prezzi a notte e più alti saranno i relativi guadagni. Quindi anche qui, le città che sono caratterizzate da un forte turismo e di conseguenza da un forte uso di Airbnb come Firenze e Venezia, presentano dei prezzi molto più alti legati al fatto che la maggior parte degli host che entrano in questo business lo fa per motivi prima di tutto commerciali; nelle città come Torino e Milano i prezzi sono più bassi delle precedenti ma superano comunque quelle di Napoli ma per la questione del costo della vita nelle aree del nord a dispetto di quelle del sud.

Scendendo più nel dettaglio e quindi addentrandosi nelle varie macro fasce per cui è divisa ogni città, è mostrato in modo significativo che si hanno dei prezzi a notte maggiori man mano che si avvicina nelle zone centrali della città, come viene naturale pensare.

Per concludere, visualizzando la tipologia delle inserzioni, si scopre che appartamenti interi presentano prezzi maggiori rispetto alle stanze singole, e quest'ultime rispetto alle stanze condivise. Tutto questo è semplicemente spiegato dal fatto che il costo di mantenimento di un intero immobile è diverso sicuramente ed anche maggiore rispetto ad una stanza e ciò si riflette nel prezzo con cui viene offerto nella piattaforma. Inoltre gli interi appartamenti sono correlati in modo molto più significativo rispetto alle stanze private.

4.3 Analisi Econometrica sull'impatto di Airbnb nel mondo degli affitti

Quest'ultima sezione rappresenta il cuore di questo lavoro di tesi poiché si andrà ad effettuare un'analisi mirata a rispondere alla seguente domanda empirica: "*Esiste un impatto dovuto alla sempre più forte penetrazione di Airbnb sul quello che è il prezzo nel mercato degli affitti?*". Inoltre si vuole anche andare a constatare se effettivamente si verifichi il fenomeno della sostituzione degli immobili collocati sul mercato tradizionale degli affitti con quelli presenti nella piattaforma.

Per questo tipo di analisi si è usato un tipo di database diverso da tutti quelli usati fino ad ora nelle varie ricerche; infatti questo è stato ottenuto accorpando i dati usati nelle analisi econometriche precedenti. Si è partiti dal database usato per l'analisi della piattaforma Airbnb (4.2) e come prima cosa si sono tenute solamente quelle che erano le inserzioni relative ad *interi appartamenti*, (buttando così le stanze

sia singole che private), poiché sono quelli che possono essere considerati come veri sostituti rispetto agli immobili presenti nel mercato degli affitti, ed inoltre così viene effettuato un confronto equo tra gli interi appartamenti messi a disposizione sulla piattaforma e quelli disponibili nel mercato degli affitti. Fatto ciò, questo tipo di dB è stato aggregato in modo tale che ogni riga non rappresentasse più un inserzione Airbnb, ma bensì una determinata zona di una città in un determinato periodo di tempo (semestre) e ad esse si sono associate le informazioni riguardanti il numero di inserzioni totali presenti nella zona considerata, il numero di giorni totali in cui tutti gli appartamenti in quella zona fossero resi disponibili, quanto sono stati invece affittati, o bloccati oppure disponibili ma comunque non prenotati; si è inoltre aggregato il guadagno ottenuto dalle inserzioni in ogni zona, il numero di prenotazioni totali, la media delle reviews e delle tasse di pulizia relative agli appartamenti della zona, il numero medio di stanze e di bagni ed infine l'efficienza media degli host della zona nel rispondere ai potenziali guests. A questo è stato quindi poi unito il dB riguardante le zone OMI (anch'esso già rappresenta ogni riga una determinata zona di una città in un dato semestre) così che si sono aggiunte le informazioni relative al numero di immobili presenti nel mercato degli affitti, la dimensione in metri quadri medi relativa alla tipologia di abitazioni di una determinata città ed infine la presenza della metropolitana e delle stazioni ferroviarie per ogni zona. Come variabili aggiuntive, mai viste fino ad adesso in nessuno dei dB presentati, si sono andati ad inserire per ogni zona e per ogni semestre di ogni città i guadagni effettivi ottenuti attraverso la piattaforma Airbnb che sono stati stimati nel capitolo precedente e che sono riportati integralmente in appendice A. Per concludere, con l'obiettivo di inserire una variabile come proxy della turisticità delle cinque città presenti nel database, si è andato a stimare il numero di passeggeri, in arrivo e in partenza ¹, negli aeroporti nel raggio di 100 km rispetto alle cinque città. Nello specifico per la città di Milano si sono considerati gli Aeroporti di Malpensa, Linate e Bergamo; per Torino quelli di Caselle e di Cuneo; per Firenze quello appunto di Firenze e Pisa; a Venezia oltre al proprio anche quello di Treviso e per finire, per quanto riguarda Napoli quello di Capodichino.

E' così formato il database usato per quest'ultima analisi, ed anche in questo si sono usate le opportune trasformazioni logaritmiche, sempre per le stesse ragioni viste prima.

Per calcolare l'impatto che lo sviluppo della piattaforma ha avuto nel mercato tradizionale degli affitti si è deciso di assumere come variabile dipendente appunto il prezzo di locazione *massimo* (espresso sempre in €/m² al mese) di un determinato appartamento e si è cercato di vedere come quest'ultimo varia con un utilizzo ed uno sviluppo sempre maggiore della piattaforma Airbnb.

Le variabili che sono state usate invece come regressori si possono dividere in due macro-gruppi: quelle riguardanti Airbnb e quelle riguardanti il mondo degli affitti.

In particolare per quanto riguarda i parametri di Airbnb si è creata una variabile con lo scopo di andare a misurare l'intensità dello sviluppo della piattaforma stessa in una determinata area di interesse. Tale parametro è quello che si trova sotto la voce "log_intensitàAirbnb" ed è stato ricavato andando a definire il rapporto tra il numero di inserzioni Airbnb presenti in una determinata zona della città ed il numero di immobili totali presenti in essa; questo permette di andare a quantificare, in un certo senso, quanto Airbnb sia presente ed influente in una determinata zona

¹Dati resi disponibili dall' Enac: Ente nazionale per l'aviazione civile

e nello stesso tempo quanto sia desiderabile. Quest'ultima misura rappresenta il regressore principale, ma è stata aggiunta anche come variabile che determini una proxy anch'essa della misura e dell'efficienza della piattaforma, il guadagno effettivo che è stato ricavato grazie all'uso della stessa; infine è stato ricavato il parametro "deltaGuadagno" dato dalla differenza tra il guadagno effettivamente ottenuto grazie all'uso della piattaforma in una determinata zona e di quello che invece si andrebbe a guadagnare ponendo l'immobile negli affitti. Tale variabile va a misurare quanto è conveniente o meno fare uso della piattaforma.

A questi, è stato aggiunto come altro regressore riguardante Airbnb, la dimensione dell'appartamento (stimata come una media del numero di bagni e di camere da letto presenti in un intero appartamento in una determinata zona che vanno a dare una stima della grandezza della casa).

Le variabili caratterizzanti gli affitti si possono dividere in due tipologie: quelle che rappresentano le caratteristiche strutturali delle abitazioni come lo stato e la tipologia di immobili presenti in una determinata zona, e quelle che descrivono e catturano i servizi di una determinata zona come la presenza o meno di fermate della metropolitana e di stazioni ferroviarie, ed infine per misurare il tasso turistico della città, si è introdotta la variabile indicante il numero di passeggeri in partenza e in arrivo negli aeroporti che si trovano nel raggio di 100 km dalla città considerata.

Infine, si sono aggiunti i controlli riguardanti il tempo, la città e la fascia, lo stato dell'immobile e la sua tipologia.

Questo tipo di analisi risulta diversa dalle precedenti dal momento che si sta andando ad effettuare un confronto tra un mercato molto stabile e persistente che si muove molto lentamente su un orizzonte di lungo periodo (gli affitti) contro invece una scelta più volatile e di breve periodo (Airbnb). Per tale ragione ci si aspetta che sia un "effetto ritardato" sul prezzo di affitto dovuto allo sviluppo della piattaforma. Per tale ragione si è deciso di inserire in tale analisi alcune variabili ritardate. Nello specifico si è andato ad inserire un lag ritardato di un semestre (scelta arbitraria) nelle seguenti variabili:

- intensitàAirbnb.
- guadagnoEffettivoAirbnb.
- deltaGuadano.
- airportPassengers.

Questo ha permesso di andare ad osservare l'effetto ritardato di un semestre sulla variabile dipendente che hanno avuto i parametri appena presentati. Per poter fare ciò però, si è dovuto identificare ogni zona presente nel database (che corrisponde ad una singola osservazione) in modo univoco e lo si è fatto creando una variabile geografica che comprendesse la zona, lo stato e la tipologia di appartamento. Costruita questa, si è settato il dB per questa variabile e per il semestre.

Vengono riportate qui di seguito le regressioni svolte in questo tipo di analisi.

(1) *regress log_loc_max l.log_intensitàAirbnb l.guadagnoeffettivoairbnb
l.deltaGuadagno log_dimAppartamento l.log_airportPassenger
metropolitana_dum stazioniFerroviarie_dum i.semester_dum*

*b3.comunedescrizione_dum b4.fascia_dum
i.stato_dum##i.descrtipologia_dum i.stato_dum#i.fascia_dum
c.l.log_intensitàAirbnb#i.fascia_dum, robust*

(2) **regress** *log_loc_max l.log_intensitàAirbnb l.guadagnoeffettivoairbnb
l.deltaGuadagno log_dimAppartamento l.log_airportPassenger
metropolitana_dum stazioniFerroviarie_dum i.semester_dum
b3.comunedescrizione_dum b4.fascia_dum
i.stato_dum##i.descrtipologia_dum i.stato_dum#i.fascia_dum
c.l.log_intensitàAirbnb#i.fascia_dum
i.descrtipologia_dum#i.comunedescrizione_dum, robust*

(3) **regress** *log_loc_max l.log_intensitàAirbnb l.guadagnoeffettivoairbnb
l.deltaGuadagno log_dimAppartamento l.log_airportPassenger
metropolitana_dum stazioniFerroviarie_dum i.semester_dum
b3.comunedescrizione_dum b4.fascia_dum
i.stato_dum##i.descrtipologia_dum i.stato_dum#i.fascia_dum
c.l.log_intensitàAirbnb#i.fascia_dum
i.descrtipologia_dum#i.comunedescrizione_dum
i.fascia_dum#i.semester_dum, robust*

(4) **regress** *log_loc_max l.log_intensitàAirbnb l.guadagnoeffettivoairbnb
l.deltaGuadagno log_dimAppartamento l.log_airportPassenger
metropolitana_dum stazioniFerroviarie_dum i.semester_dum
b3.comunedescrizione_dum b4.fascia_dum
i.stato_dum##i.descrtipologia_dum i.stato_dum#i.fascia_dum
c.l.log_intensitàAirbnb#i.fascia_dum
i.descrtipologia_dum#i.comunedescrizione_dum
i.fascia_dum#i.semester_dum
c.l.deltaGuadagno#i.fascia_dum, robust*

Come si può osservare, per le variabili riguardanti i due guadagni si è deciso di non usare la funzione logaritmica e quindi di non visualizzare l'incremento percentuale ma solamente quello lineare.

Nella prima regressione presentata (1) viene misurata la correlazione tra la variabile dipendente e le variabili sopra presentate comprese le dummy riguardanti il tempo, la città, la fascia, lo stato dell'immobile e la sua tipologia; in più sono state aggiunte le prime interazioni che vanno già a catturare alcuni degli effetti fissi come quelli dovuti allo stato dell'immobile e la sua tipologia, un'altra che controlla sempre lo stato dell'alloggio in base alla fascia in cui è localizzato ed infine l'intensità di Airbnb e le varie città.

Dalla seconda in poi vengono aggiunte in modo progressivo delle interazioni in ogni regressione. Nello specifico nelle (2) si va ad osservare come varia la correlazione tra il prezzo locativo massimo e le altre variabili nel momento in cui si va a controllare l'interazione tra la tipologia di immobile e la città in cui si trova.

Nella (3) si tiene invece conto come si corregge la y nel momento in cui si va a controllare la sua variazione per fascia e nel tempo.

Infine nella (4), ovvero la più completa poiché contenente il maggior numero di controlli che quindi catturano più effetti fissi, invece si va ad aggiungere il controllo

sulla relazione tra il delta del guadagno e la fascia in cui esso è calcolato.

Il risultato è il seguente:

	(1)	(2)	(3)	(4)
	log loc max	log loc max	log loc max	log loc max
L.log_intensitàAirbnb	0.0240*** (0.00546)	0.0304*** (0.00462)	0.0308*** (0.00477)	0.0304*** (0.00467)
L.guadagnoEffettivoAirbnb	0.0000767*** (0.00000285)	0.0000773*** (0.00000262)	0.0000772*** (0.00000272)	0.0000819*** (0.00000252)
L.deltaGuadagno	-0.0000740*** (0.00000274)	-0.0000746*** (0.00000257)	-0.0000750*** (0.00000274)	-0.0000813*** (0.00000332)
log_dimAppartamentoAirbnb	0.0724** (0.0227)	0.0418* (0.0205)	0.0440* (0.0205)	0.0526** (0.0198)
L.log_airportPassenger	-0.00307 (0.0580)	-0.00659 (0.0443)	0.000549 (0.0472)	0.0183 (0.0455)
metropolitana	0.00202 (0.00805)	0.00972 (0.00642)	0.0103 (0.00645)	0.00733 (0.00605)
stazioni Ferroviarie	-0.00419 (0.00657)	-0.00684 (0.00568)	-0.00766 (0.00566)	-0.00973 (0.00537)
Semestre	SI	SI	SI	SI
Città	SI	SI	SI	SI
Fascia	SI	SI	SI	SI
StatoImmobile##TipImmobil	SI	SI	SI	SI
StatoImmobile#Fascia	SI	SI	SI	SI
IntensitàAirbnb#Fascia	SI	SI	SI	SI
TipImmobile#Città	NO	SI	SI	SI
Fascia#Semestre	NO	NO	SI	SI
DeltaGuadagno#Fascia	NO	NO	NO	SI
Constant	1.399 (0.875)	1.616* (0.666)	1.549* (0.711)	1.246 (0.686)
Observations	939	939	939	939
R ²	0.964	0.976	0.976	0.978

Standard errors in parentheses

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$

Figura 4.5: Analisi sull'impatto di Airbnb nel mercato degli affitti

Quello che viene mostrato è in primis la correlazione significativa e positiva esistente tra il prezzo di mercato e l'intensità di Airbnb (domanda di ricerca): questo risultato può avere diverse chiavi di lettura. Innanzitutto più aumentano il numero di inserzioni Airbnb (numeratore del parametro $\log_intensitàAirbnb$) in una determinata zona e quindi più aumenta l'intensità della piattaforma, più vengono sottratti immobili a quelli che sono disponibili nel mercato degli affitti (denominatore $\log_intensitàAirbnb$) riducendo così l'offerta di questo mercato e ciò porta poi all'aumento del prezzo locativo. Questo aspetto da già a livello potenziale una prima idea di sostituibilità. Inoltre si può anche dare un'ulteriore spiegazione, poiché aumentando sempre di più la penetrazione Airbnb, questo potrebbe con il tempo far assumere un valore sempre maggiore ad una determinata area che fa sì che si riversi poi anche nel valore dei prezzi degli affitti. Non è possibile negare infatti che in un certo senso l'espansione e l'uso sempre più intenso della piattaforma possa portare alla rivalutazione di una certa zona, ed ecco qui che ritorna il discorso della "gentrificazione"; quest'ultimo, come si è già detto nel capitolo precedente, è un fenomeno osservabile già in diverse città italiane, che può naturalmente avvenire in modo spontaneo, ma di certo non si può nascondere che lo sviluppo di Airbnb abbia certamente aiutato lo sviluppo di questo tipo di fenomeno. Vale a dire, la gentrificazione può essere una conseguenza di un forte uso della piattaforma in una determinata zona e questo può far sì che zone che prima non erano considerate, nel momento in cui Airbnb decide di investirci e ciò anche con successo, ne porta alla

riqualificazione facendogli assumere sempre un più grande valore che a sua volta si riflette anche in un maggior prezzo di affitto.

Ritornando all'analisi quindi, emerge che all'aumento dell'1% dell'intensità/penetrazione di Airbnb, aumenta a sua volta dell'0.0304% il prezzo locativo nel mercato degli affitti.

Passando adesso al parametro riguardante il guadagno effettivo di Airbnb, misura anch'esso in un certo senso il grande successo che sta avendo la piattaforma; perché un conto è dire che in una determinata zona è fortemente presente Airbnb e quindi che ci siano molte inserzioni messe a disposizione attraverso la piattaforma. Ma poi un'altra cosa ancora è dire che non solo ci sono molte inserzioni ma che queste vengono affittate ed utilizzate portando così a grandi guadagni. Questo quindi rafforza quanto detto precedentemente per quanto riguarda il valore che inizia ad assumere una determinata zona nel momento in cui si consta la presenza ed il forte uso adesso, della piattaforma, che porta all'aumento degli affitti; infatti ad un aumento unitario del guadagno effettivo di Airbnb segue un aumento dell'0.0000819% del prezzo locativo.

Si può aggiungere inoltre che, nonostante la presenza di Airbnb, se anche il suo guadagno risulta significativo, vuol dire che per i proprietari di un immobile inizia ad esserci una doppia alternativa sull'utilizzo del loro immobile sfitto; da una parte il mercato degli affitti, e dall'altra Airbnb che inizia ad essere sempre più profittevole.

Quindi se sia la penetrazione di Airbnb e sia il suo guadagno risultano positivi e significativi vorrà dire che più sono alti tali parametri e più a livello potenziale ciò da un'idea di sostituibilità tra i due mercati.

Il "deltaGuadagno" invece, si è detto rappresenti una proxy di quanto risulta più conveniente Airbnb in termini economici, dal momento che è dato dalla differenza tra il guadagno effettivo di Airbnb e quello che si avrebbe nel mercato degli affitti; più quindi questo parametro è alto e più vuol dire che in termini di guadagni Airbnb sia la scelta più profittevole, più invece è basso e più vorrà dire che convenga invece il mercato degli affitti.

Questa variabile viene anch'essa molto significativa e legata inversamente alla variabile dipendente; maggiore sarà il guadagno da locazione nel mercato degli affitti (deltaGuadagno minore 0), minore sarà l'aumento del prezzo locativo degli affitti (Y) poiché si riduce l'effetto sostituzione (visto che il guadagno di Airbnb risulta minore di quello degli affitti e quindi meno persone vorranno rivolgersi alla piattaforma) e non si assisterà alla diminuzione dell'offerta di immobili in questo tipo di mercato. Ciò rafforza ancora di più il concetto della sostituzione spiegato prima per il parametro dell'intensità.

Si può dire che questi tre siano i parametri più importanti per questo tipo di regressione, dato che sono quelli che vanno a spiegare, o almeno potenzialmente, il fenomeno dell'impatto di Airbnb sul mercato degli affitti e l'effetto sostituzione.

Le altre variabili che seguono invece sono meno esplicative e meno collegate al fenomeno. Risulta infatti come nessuno dei tre valori che servono a catturare i servizi presenti in una determinata zona (i passeggeri in arrivo e in partenza dagli aeroporti delle città, la presenza della metropolitana e della stazione ferroviaria) risultano significativamente correlati con il prezzo locativo di una determinata area; mentre la dimensione degli appartamenti messi a disposizione su Airbnb lo è, anche se in modo minore rispetto ai regressori principali. Questo perché si è visto che

tutto ciò che sia collegato ad un potenziale uso della piattaforma, abbia in seguito un effetto su quello che è il prezzo locativo.

Capitolo 5

Conclusioni

Adesso è giunta l'ora di trarre le conclusioni di questo lavoro di tesi e si procederà quindi andando a riportare i risultati più salienti che sono stati raggiunti nella seguente stesura.

Iniziando con le prime analisi descrittive e analizzando la domanda e l'offerta di Airbnb nelle cinque città italiane si è ottenuto che in particolare per le città di Firenze e Venezia più del 70% sia della domanda che dell'offerta è relativa ad interi appartamenti, il resto a stanze private e solamente una piccolissima percentuale (intorno all'1%) interessa le stanze condivise. Un andamento abbastanza simile a questo è seguito da città come Torino e Milano, mentre Napoli si discosta dalle altre città presentando una percentuale di circa il 50% relativo ad interi appartamenti. Da ciò si è iniziata ad intuire l'importanza che ricoprono gli appartamenti interi all'interno della piattaforma ed anche per tale ragione che sono iniziate a sorgere le prime preoccupazioni e questioni a riguardo la possibile sostituzione tra gli immobili presenti nel mercato tradizionale degli affitti e i sempre più numerosi appartamenti messi a disposizione all'interno della piattaforma. Visto l'importanza che ricoprono quindi gli interi appartamenti, si è deciso di impostare la maggior parte dell'analisi trattando questo aspetto. In particolare, considerando sempre la domanda e l'offerta di tali tipologie di inserzioni nelle cinque città si è ottenuto che in media il numero di giorni in cui gli host decidono di bloccare gli appartamenti sono all'incirca costanti nel tempo per tutte le città; altro trend che accomuna le città è quello crescente nel tempo per quanto riguarda l'eccesso di offerta, in particolare nelle città di Torino, Milano e Napoli. Ordinando invece le città in termini di offerta maggiore si è ottenuto il seguente ordine: Milano, Firenze, Venezia, Napoli e Torino; quest'ultimo ordinamento coincide con quello trovato in seguito nell'analisi econometrica svolta appunto lato offerta sulla disponibilità (nel paragrafo 4.2.1). Tali risultati stanno a significare che le città che hanno una maggiore offerta sono quelle che sono caratterizzate da un maggiore turismo ed un forte uso della piattaforma come Firenze, Venezia e Napoli; mentre Milano risulta nella prima posizione poichè comunque bisogna tener conto della grandezza della città ed in proporzione del numero di inserzioni disponibili e quindi dell'offerta. Anche la domanda, in generale, è risultata in aumento nel tempo per le cinque città.

L'analisi riguardante la tipologia di inserzioni, non fa altro che confermare l'importanza che le inserzioni relative ad interi appartamenti hanno all'interno di Airbnb ed è un'ulteriore conferma di quanto appena affermato; infatti è risultato che Firenze

e Venezia presentano un andamento simile con oltre il 70% rappresentato da appartamenti interi, il 26% da stanze private ed la minima parte restante dalle camere condivise. Anche per Milano e Torino vale ciò, mentre Napoli fa eccezioni rispetto alle altre città e presenta un distacco meno netto tra interi appartamenti e stanze private.

In seguito si è deciso di andare ad analizzare la tipologia di host iscritti su Airbnb con l'obiettivo di capire le motivazioni che li portano a mettere il proprio appartamento sfitto a disposizione all'interno della piattaforma nelle varie città. Tali motivazioni possono essere di due tipi: la prima è semplicemente quella di voler far fruttare un alloggio sottoutilizzato approfittandone così per ottenere un guadagno extra al proprio (quindi essere considerato un host privato), oppure far diventare l'uso della piattaforma come vero e proprio mestiere da essere considerata la prima fonte di reddito (host commerciali). Come definizione di "host privato" si è decisa quella nel caso in cui posseda uno o al massimo due alloggi all'interno della piattaforma; coloro che ne posseggono invece più di due sono considerati "host commerciali". I risultati ottenuti sono stati che in città come Firenze e Venezia quasi il 60% delle inserzioni appartengono ad host commerciali. Quindi si può dedurre come in queste due città si faccia un uso quasi sleale della piattaforma, lontano dall'ideologia per la quale è nata dal momento che gli host decidono di entrare nella piattaforma con l'idea di fare del business. Milano e Torino invece presentano un andamento del tutto opposto, ovvero circa il 70% di inserzioni appartengono ad host privati; in queste due città dunque, il funzionamento della piattaforma sembra essere onesto e coerente con la sua filosofia, che è quella di utilizzare la piattaforma per mettere a disposizione un bene sottoutilizzato. Napoli presenta invece una situazione mediana ovvero che poco più della metà delle inserzioni appartengono ad host privati. Si può quindi concludere che Airbnb viene usato con fini diversi nelle varie città: a Firenze e Venezia infatti la piattaforma ha suscitato talmente tanto successo da spingere gli host ad investire fortemente in questo tipo di business e quindi da trasformarlo in un vero e proprio lavoro così da poter ricavare ingenti introiti da questo; a Milano e Torino invece, si fa un uso della piattaforma secondo quella che era, o almeno all'inizio, la filosofia della piattaforma, quindi quella di mettere a disposizione un appartamento/stanza sottoutilizzato a disposizione di chi richiede un alloggio nel breve termine in cui soggiornare.

Per quanto riguarda l'analisi riguardante il numero medio di notti prenotate attraverso la piattaforma è emerso che per tutte quante le città la maggior parte delle inserzioni presenti sono state affittate per 2 o 3 notti; a queste seguono quelle per 4 o 5 notti. Invece, le prenotazioni di una sola notte sono più alte nelle città di Torino e Milano, coerente con il fatto che in queste due città è presente un turismo diverso ed un uso moderato della piattaforma rispetto a Firenze e Venezia. Le prenotazioni di lunga durata invece risultano per tutte le città molto basse questo dovuto al fatto che comunque la piattaforma viene usata in primis per scopi prettamente turistici e di breve periodo.

Dopo di che si è passato ad analizzare il mercato degli affitti andando a vedere dove e in che quantità fossero localizzati gli immobili appartenenti alla categoria catastale A (ovvero quelli con destinazione ad uso abitativo) per ognuna delle zone

OMI di ogni città. Ovviamente si è potuto constatare che negli anni la variazione del numero di immobili è quasi nulla poiché si tratta di un mercato molto poco dinamico nel tempo. E' emerso che Firenze presenta una fitta concentrazione di immobili nelle zone centrali e semi-centrali, Venezia invece nelle zone suburbane e seguono le centrali. Milano e Torino invece mostrano la massima concentrazione in periferia e nelle semi-centrali; infine Napoli è la città che maggiormente presenta una distribuzione più equa nelle varie zone delle città, ma con prevalenza comunque nelle centrali e semi-centrali proprio come Firenze e Venezia.

In seguito si è andato a localizzare in che zone OMI delle città si riscontrasse la maggior presenza del fenomeno Airbnb, e poi si è quantificata la penetrazione di tale fenomeno (tramite il rapporto tra il numero di immobili presenti all'interno della piattaforma e quelli presenti nel mondo degli affitti). I risultati emersi sono stati che a Firenze le zone in cui si è verificata una maggior presenza della piattaforma ed anche la maggior penetrazione di Airbnb sono le centrali e semi-centrali; anche Venezia presenta una maggiore concentrazione delle inserzioni Airbnb nel cuore della città ma anche nella fascia suburbana; però la sua penetrazione è più alta solamente nella fascia centrale. Le due città si confermano nuovamente molto turistiche e con un maggior uso della piattaforma nel centro città. L'andamento di Milano e Torino si distingue sempre dalle due precedenti città, infatti si trovano più inserzioni Airbnb nelle zone semi-centrali e periferiche ma più equamente distribuite; la penetrazione però risulta più significativa nelle centrali. Infine Napoli presenta una concentrazione del numero di inserzioni fitta e densa nel centro città come Firenze e Venezia, mentre a livello di penetrazione è paragonabile a città come Milano e Torino.

Dopodiché si sono andati a quantificare i ricavi che si otterrebbero nei due differenti mercati (affitti e Airbnb) con gli interi appartamenti, con l'obiettivo di andare a verificare se e nel caso dove usare Airbnb diventa vantaggioso. Quello che è venuto fuori è che a Firenze nelle fascia centrale per la quasi totalità delle zone il guadagno effettivo di Airbnb superi già quello locativo (medio e massimo). Questo aspetto non fa altro che sottolineare un uso intenso e conveniente della piattaforma a scopi turistici in queste aree; per le altre fasce invece, nella maggior parte delle zone, gli affitti risultano essere più profittevoli. A Venezia, si verifica lo stesso andamento di Firenze. A Milano e Torino invece, gli affitti sporadici di Airbnb non risultano molto convenienti in nessuna delle fasce della città ma solo in pochissime zone e comunque lontane dal centro; ragion per cui si afferma che in queste città si faccia un uso moderato della piattaforma e che comunque gli affitti tradizionali restano la migliore alternativa. Napoli si avvicina invece maggiormente ai risultati ottenuti per Firenze e Venezia, dove nella maggior parte delle zone centrali i soli affitti sporadici di Airbnb hanno superato il guadagno degli affitti tradizionali. Quindi si può sintetizzare affermando che nelle città super turistiche di Venezia, Firenze e Napoli, l'uso della piattaforma risulta comunque profittevole nelle zone centrali, dove ovviamente viene catturata una maggiore fetta di turismo. Mentre in città poco turistiche come Milano e Torino, gli affitti tradizionali restano sempre l'alternativa migliore.

Mentre nel momento in cui si è andato a considerare il rapporto tra il potenziale guadagno di Airbnb (nel caso in cui ogni inserzione venga affittata per tutti i giorni del semestre) e il guadagno che si otterrebbe nel mercato degli affitti con il locativo massimo è emerso che in che qualsiasi zona di qualsiasi città ed in qualsiasi semestre,

il potenziale Airbnb supera di gran lunga il prezzo locativo. A Firenze nelle zone centrali il potenziale è più di due volte più grande del locativo e con una deviazione standard molto bassa, vale a dire che questa frequenza rimane abbastanza equa in tutte le zone; mentre nelle semi-centrali il rapporto si mantiene pressoché uguale, se non leggermente più basso, ma con una maggiore deviazione standard; quest'ultima inoltre, cresce sempre di più mano mano che ci si allontana dal centro città. Venezia e le sue zone centrali si comportano come Firenze, però con una variabilità maggiore tra le zone. Milano e Torino, in linea con tutto ciò detto fin ora presentano un rapporto maggiore (quindi dove Airbnb rende maggiormente) man mano che ci si discosta dal centro. Comunque a Milano i potenziali che si raggiungono nelle zone che rendono maggiormente sono alti come quelli di Firenze e Venezia, dato che comunque sia si tratta di una città con un elevato costo della vita. Napoli infine, ha anch'essa come Firenze e Venezia un maggior potenziale nelle zone centrali e semi-centrali però con una deviazione standard maggiore.

Infine, dopo questa carrellata di analisi puramente descrittive, si è arrivati invece alle analisi econometriche vere e proprie.

In un primo momento è stato analizzato il mercato degli affitti e dallo studio delle relazioni tra il prezzo locativo medio con il numero di immobili, i m² di un alloggio, la metropolitana e la stazione ferroviaria, ed in più le variabili di controllo come il tempo, la città, la fascia e la descrizione tipologia, è emerso che il prezzo locativo medio è positivamente e significativamente correlato con il numero di immobili presenti in una determinata zona, i m² e la presenza della metropolitana, mentre correlato inversamente con la presenza della stazione ferroviaria. Questo sta a significare che più in una zona aumentano il numero di abitazioni, più vuol dire che questa assume sempre più valore e questo si riflette poi in un maggior prezzo; lo stesso discorso vale per la presenza della metropolitana, quest'ultima infatti da un valore aggiunto alla zone grazie alla sua comodità. Lo medesima cosa non si può dire per le aree limitrofe alle stazioni ferroviarie che solitamente sono considerate meno tranquille e quindi si portano dietro prezzi minori. Per quanto riguarda i metri quadri ovviamente all'aumentare della dimensione dell'appartamento, maggiore sarà il suo valore e quindi anche il suo prezzo. Invece osservando l'andamento del prezzo locativo nelle varie città, è venuto fuori quello che intuitivamente ci si aspettava conoscendo il costo della vita nelle varie città; infatti troviamo dei prezzi più alti nelle città di Venezia, Milano, Firenze, Torino ed infine Napoli; anche per quanto riguarda le fasce delle città il prezzo locativo tende a salire man mano che ci si avvicina alle zone centrali. Le tipologie di abitazioni più care invece, sono risultate nell'ordine le abitazioni signorili, civili, uffici, ville e villini e per ultimo le abitazioni di tipo economico. Come ultimo aspetto si è individuato come nel tempo il prezzo locativo medio segua l'andamento dell'indice indice FOI, parametro con cui appunto viene aggiustato annualmente.

Per quanto riguarda invece le analisi mirate a spiegare Airbnb, lato offerta si è andata a studiare come variabile dipendente la disponibilità con cui un host decide di mettere a disposizione il suo appartamento al periodo t , e si è visto che questa risulta correlata positivamente e significativamente con variabili come il prezzo medio per notte, il numero di prenotazioni ed il numero di giorni disponibili ma non affittati (tutti parametri riferito al semestre $t-1$ per l'inserimento di un lag di un

semestre), ed inoltre anche con altri vari parametri presentati nel capitolo precedente. Invece per quanto riguarda l'andamento dell'offerta nelle varie città e nelle varie fasce è emerso, come anche precedentemente nelle analisi descrittive, che la disponibilità risulta maggiore nelle città che presentano un forte turismo ed un alto utilizzo della piattaforma come Firenze e Venezia. Anche a Milano l'offerta non è del tutto indifferente ma questo è dovuto però alla grandezza della città e quindi al maggior numero di inserzioni presenti, dal momento che rappresenta il maggior polo economico della nazione. Per le fasce invece si nota una maggiore offerta man mano che ci si avvicina al cuore della città, dove quindi si manifesta una maggiore richiesta turistica; le tipologie di inserzioni più offerte risultano uguali a quelle ottenute nell'analisi descrittiva riguardanti la tipologia di inserzioni presenti all'interno della piattaforma con al primo posto gli appartamenti interi, seguiti dalle stanze singole ed infine dalle condivise.

Lato domanda è stata svolta inizialmente la regressione sui guadagni; da questa è emerso che tale variabile è collegata in modo significativo e positivamente a parametri come la disponibilità, il numero di prenotazioni, il numero di recensioni lasciate, l'efficienza dell'host o a parametri che rappresentano i servizi di una determinata zona come la metropolitana. Analizzando invece le città e le sue fasce, si arriva alle medesime conclusioni fatte in questo lavoro si tesi, ovvero che i maggiori guadagni ottenuti tramite Airbnb si hanno, nell'ordine, a Venezia, Firenze, Milano, Torino e Napoli. Quindi le due città che come si è detto, fanno un uso molto sviluppato della piattaforma sono ai primi due posti in termini di guadagni; seguono poi Milano e Torino, nonostante però siano meno turistiche e con uso più contenuto di Airbnb rispetto a Napoli, poiché comunque in generale i prezzi con cui vengono offerti in affitto gli alloggi nelle regioni del nord tendono ad essere sempre più elevati rispetto a quelli del sud e quindi anche i guadagni seguono questo andamento. Ciò è dovuto al costo della vita che aumenta man mano che ci si sposta nel nord Italia. I guadagni in tutte le città risultano comunque significativi e questo è collegato ad un utilizzo sempre più intenso della piattaforma. Per quanto riguarda le fasce più profittevoli all'interno di una città invece, sono risultate nell'ordine le centrali, le semi-centrali, le suburbane e le periferiche. Infine le tipologie di inserzioni presenti all'interno della piattaforma che portano ad un maggior guadagno sono risultate gli interi appartamenti seguiti dalle stanze private e dalle condivise.

La seconda analisi sempre lato domanda è invece quella che pone come variabile dipendente il prezzo medio per notte, ed i risultati emersi dimostrano che tale variabile è positivamente relazionata con la disponibilità, con il numero di stanze e di massimi ospiti permessi e con molte altre. Per quanto riguarda le città, si è scoperto che i prezzi a notte più elevati si hanno, in ordine, nelle città di Venezia, Firenze, Milano, Torino e Napoli. Stesso ordinamento ottenuto precedentemente con l'analisi dei guadagni, dal momento che più alti sono i prezzi a notte e più alti saranno quindi i relativi guadagni. Anche qui dunque, le città che sono caratterizzate da un forte turismo e di conseguenza da un forte uso di Airbnb come Firenze e Venezia, presentano dei prezzi molto più alti legati al fatto che la maggior parte degli host che entrano in questo business lo fanno per motivi prima di tutto commerciali; nelle città come Torino e Milano invece i prezzi sono più bassi delle precedenti ma superano comunque quelli di Napoli ma per il costo della vita che cambia nelle diverse

regioni. Scendendo più nel dettaglio e quindi analizzando le varie macro fasce delle città, è risultato in modo significativo che si hanno dei prezzi a notte maggiori man mano che si avvicina nelle zone centrali della città, come d'altronde viene naturale pensare. Infine osservando la tipologia delle inserzioni, si è scoperto che gli appartamenti interi presentano prezzi maggiori rispetto alle stanze singole, e quest'ultime rispetto alle stanze condivise. Tutto questo può essere semplicemente spiegato dal fatto che il costo di mantenimento di un intero immobile è diverso sicuramente ed anche maggiore rispetto ad una stanza e ciò si riflette nel prezzo con cui viene offerto nella piattaforma.

L'ultima analisi, quella che rappresenta il cuore di questo lavoro di tesi va a dare una risposta alla domanda di ricerca: "Esiste un impatto dovuto alla sempre più forte penetrazione di Airbnb sul quello che è il prezzo nel mercato degli affitti?". Inoltre si è andato a constatare se effettivamente si sia verificato il fenomeno della sostituzione degli immobili collocati sul mercato tradizionale degli affitti con quelli presenti nella piattaforma. Il primo risultato ottenuto, e fondamentale di tale analisi è stato che più aumentano il numero di inserzioni Airbnb in una determinata zona, e quindi più aumenta l'intensità della piattaforma, più vengono sottratti immobili a quelli che sono disponibili nel mercato degli affitti riducendo così l'offerta di questo mercato e ciò ha come conseguenza un aumento del prezzo locativo. Questo aspetto da già a livello potenziale una prima idea di sostituibilità tra i due mercati. Inoltre si è anche data un'ulteriore spiegazione, poiché nel momento in cui cresce sempre di più la penetrazione Airbnb, questo potrebbe con il tempo far assumere un valore sempre maggiore ad una determinata area che fa sì che si riversi poi anche nel valore dei prezzi degli affitti. Infatti in un certo senso l'espansione e l'uso sempre più intenso della piattaforma può portare alla rivalutazione di una certa zona, la "gentrificazione"; quest'ultima, è un fenomeno osservabile già in diverse città italiane, che può naturalmente avvenire in modo spontaneo, ma di certo non si può nascondere che lo sviluppo di Airbnb abbia certamente aiutato lo sviluppo di questo tipo di fenomeno. Vale a dire, la gentrificazione può essere una conseguenza di un forte uso della piattaforma in una determinata zona e questo può far sì che zone che prima non erano considerate, nel momento in cui Airbnb decide di investirci e ciò anche con successo, ne porta alla riqualificazione facendogli assumere sempre un più grande valore che a sua volta si riflette anche in un maggior prezzo di affitto. Un'altra misura che ha appunto confermato ciò è stata la relazione positiva tra il guadagno effettivo di Airbnb ed il prezzo locativo di mercato. Perché un conto è dire che in una determinata zona è fortemente presente Airbnb e quindi che ci siano molte inserzioni messe offerte attraverso la piattaforma. Ma poi un'altra cosa ancora è dire che non solo ci sono molte inserzioni ma che queste vengono affittate ed utilizzate portando così a grandi guadagni. Ciò rafforza quanto detto riguardo il valore che inizia ad assumere una determinata zona nel momento in cui si consta sia la presenza ed anche il forte uso adesso, della piattaforma, che porta all'aumento degli affitti. Per di più, nonostante la presenza di Airbnb se anche il suo guadagno risulta significativo, vuol dire che per i proprietari di un immobile inizia ad esserci una doppia alternativa sull'utilizzo del loro immobile sfitto; da una parte il mercato degli affitti, e dall'altra Airbnb che inizia ad essere sempre più profittevole e accattivante. Quindi risultando sia la penetrazione di Airbnb e sia il suo guadagno positivi e significativi vorrà dire che a livello potenziale ciò ci dà una prima idea di

sostituibilità tra i due mercati. Tutto questo ha trovato nuovamente conferma dalla relazione inversa tra il delta guadagno e la variabile dipendente. Si è scoperto infatti che più grande risulta il guadagno da locazione nel mercato degli affitti, minore sarà l'aumento del prezzo locativo degli affitti poiché si riduce l'effetto sostituzione (visto che il guadagno di Airbnb risulta minore di quello degli affitti e quindi meno persone vorranno rivolgersi alla piattaforma) e non si assisterà alla diminuzione dell'offerta di immobili in questo tipo di mercato.

Concludendo si può dire che sicuramente lo sviluppo di Airbnb in Italia, non sta lasciando indifferente il mondo tradizionale degli affitti e come è emerso da quest'ultima analisi potenzialmente influisce ed ha un impatto su di esso. Sicuramente quest'analisi svolta, in un lavoro futuro potrà essere ulteriormente migliorata magari andando a raccogliere dati riguardanti proprio il numero di contratti di locazione in una determinata zona, piuttosto che solo il numero di immobili presenti, così da poter verificare se effettivamente c'è stata una diminuzione di contratti stipulati nel tempo in relazione all'aumentare dell'intensità di Airbnb. Quello che però è certo, è che questa nuova forma di economia, con il passare del tempo, diventa sempre più intensa e più invasiva, e si sta espandendo in modo più che proporzionale in molte realtà.

Sicuramente si è consapevoli che si sta parlando di un mercato molto libero e poco regolato che può creare delle tensioni ed anche degli svantaggi per quelli che sono i players storici. In particolar modo in Italia, la piattaforma rifiuta l'adempimento alla legge stipulata nel Giugno 2017 riguardo le locazioni di breve periodo e quindi rimane in piena ed assoluta libertà di azione. Le speranze per il futuro sono quelle di riuscire a trovare un accordo tra i due mercati senza svantaggiare e condizionare lo sviluppo di nessuna delle due parti.

Appendice A

Numero di inserzioni Airbnb

FIRENZE	<i>Reamente affittate: All type Listing</i>					
	2015	% sul totale	2016	% sul totale	2017	% sul totale
B2	323	5%	610	6%	691	5%
B5	1912	29%	3139	29%	3666	29%
B6	1205	19%	2001	18%	2415	19%
B7	750	12%	1192	11%	1469	11%
B8	582	9%	903	8%	1044	8%
C10	114	2%	232	2%	256	2%
C11	82	1%	174	2%	213	2%
C12	63	1%	113	1%	121	1%
C13	93	1%	171	2%	174	1%
C14	100	2%	174	2%	200	2%
C15	51	1%	80	1%	83	1%
C2	323	5%	572	5%	672	5%
C3	63	1%	126	1%	143	1%
C4	132	2%	251	2%	310	2%
C5	110	2%	160	1%	168	1%
C6	114	2%	193	2%	209	2%
C7	71	1%	128	1%	155	1%
C9	36	1%	61	1%	68	1%
D10	30	0%	53	0%	64	0%
D11	22	0%	43	0%	43	0%
D12	1	0%	1	0%	1	0%
D13	31	0%	51	0%	58	0%
D14	44	1%	61	1%	81	1%
D15	43	1%	74	1%	73	1%
D16	25	0%	41	0%	59	0%
D17	24	0%	30	0%	33	0%
D18	64	1%	104	1%	112	1%
D19	11	0%	15	0%	17	0%
D20	36	1%	85	1%	110	1%
D3	8	0%	22	0%	34	0%
D4	25	0%	36	0%	38	0%
D6	5	0%	8	0%	2	0%
D7	15	0%	23	0%	28	0%
E1	4	0%	10	0%	15	0%

Figura A.1: FIRENZE: numero di tutti i tipi di inserzioni realmente affittati.

FIRENZE	<i>Reamente affittate: Only Entire Home</i>					
	2015	% sul totale	2016	% sul totale	2017	% sul totale
B2	179	4%	340	4%	416	4%
B5	1619	34%	2667	34%	3108	33%
B6	952	20%	1592	20%	1933	21%
B7	536	11%	853	11%	1037	11%
B8	484	10%	735	9%	863	9%
C10	87	2%	171	2%	191	2%
C11	61	1%	109	1%	137	1%
C12	31	1%	58	1%	69	1%
C13	44	1%	91	1%	90	1%
C14	64	1%	106	1%	134	1%
C15	36	1%	56	1%	60	1%
C2	156	3%	292	4%	352	4%
C3	36	1%	63	1%	75	1%
C4	65	1%	114	1%	159	2%
C5	56	1%	85	1%	88	1%
C6	54	1%	93	1%	99	1%
C7	38	1%	65	1%	85	1%
C9	21	0%	39	0%	43	0%
D10	25	1%	43	1%	50	1%
D11	9	0%	17	0%	20	0%
D12	0	0%	0	0%	0	0%
D13	25	1%	45	1%	47	0%
D14	31	1%	42	1%	57	1%
D15	23	0%	43	1%	47	0%
D16	12	0%	19	0%	27	0%
D17	9	0%	11	0%	11	0%
D18	28	1%	51	1%	63	1%
D19	8	0%	11	0%	14	0%
D20	19	0%	52	1%	61	1%
D3	5	0%	18	0%	23	0%
D4	15	0%	25	0%	24	0%
D6	2	0%	5	0%	2	0%
D7	9	0%	14	0%	17	0%
E1	1	0%	7	0%	9	0%

Figura A.2: FIRENZE: numero di tutti gli appartamenti interi realmente affittati.

FIRENZE	<i>Total listing: All type Listing</i>					
	2015	% sul totale	2016	% sul totale	2017	% sul totale
B2	354	5%	647	6%	743	5%
B5	2058	29%	3297	29%	3864	28%
B6	1283	18%	2105	18%	2545	19%
B7	798	11%	1251	11%	1568	12%
B8	630	9%	956	8%	1111	8%
C10	127	2%	242	2%	274	2%
C11	87	1%	179	2%	223	2%
C12	71	1%	119	1%	127	1%
C13	98	1%	187	2%	182	1%
C14	111	2%	183	2%	211	2%
C15	56	1%	84	1%	86	1%
C2	346	5%	590	5%	714	5%
C3	66	1%	131	1%	155	1%
C4	151	2%	265	2%	326	2%
C5	120	2%	168	1%	180	1%
C6	125	2%	210	2%	222	2%
C7	78	1%	139	1%	161	1%
C9	36	1%	63	1%	73	1%
D10	31	0%	58	1%	67	0%
D11	25	0%	46	0%	45	0%
D12	1	0%	1	0%	1	0%
D13	34	0%	54	0%	64	0%
D14	45	1%	64	1%	84	1%
D15	46	1%	75	1%	75	1%
D16	27	0%	46	0%	63	0%
D17	25	0%	33	0%	34	0%
D18	68	1%	111	1%	121	1%
D19	11	0%	15	0%	18	0%
D20	36	1%	89	1%	118	1%
D3	9	0%	22	0%	37	0%
D4	26	0%	37	0%	38	0%
D6	5	0%	8	0%	2	0%
D7	15	0%	25	0%	29	0%
E1	4	0%	13	0%	17	0%

Figura A.3: FIRENZE: numero di tutti i tipi di inserzioni presenti all'interno della piattaforma.

FIRENZE	<i>Total listing: Only Entire Home</i>					
	2015	% sul totale	2016	% sul totale	2017	% sul totale
B2	198	4%	359	4%	451	5%
B5	1749	34%	2802	34%	3264	33%
B6	1018	20%	1673	20%	2034	20%
B7	576	11%	893	11%	1104	11%
B8	524	10%	775	9%	909	9%
C10	97	2%	179	2%	202	2%
C11	66	1%	111	1%	142	1%
C12	38	1%	63	1%	72	1%
C13	46	1%	97	1%	95	1%
C14	71	1%	115	1%	140	1%
C15	39	1%	59	1%	63	1%
C2	166	3%	304	4%	379	4%
C3	38	1%	65	1%	81	1%
C4	75	1%	118	1%	165	2%
C5	60	1%	90	1%	95	1%
C6	59	1%	104	1%	109	1%
C7	41	1%	72	1%	89	1%
C9	21	0%	40	0%	46	0%
D10	26	1%	46	1%	52	1%
D11	9	0%	19	0%	21	0%
D12	0	0%	0	0%	0	0%
D13	28	1%	47	1%	51	1%
D14	32	1%	43	1%	59	1%
D15	24	0%	43	1%	47	0%
D16	14	0%	20	0%	29	0%
D17	9	0%	13	0%	11	0%
D18	29	1%	57	1%	67	1%
D19	8	0%	11	0%	15	0%
D20	19	0%	54	1%	67	1%
D3	6	0%	18	0%	25	0%
D4	16	0%	25	0%	24	0%
D6	2	0%	5	0%	2	0%
D7	9	0%	16	0%	18	0%
E1	1	0%	7	0%	10	0%

Figura A.4: FIRENZE: numero di tutti gli appartamenti interi presenti all'interno della piattaforma.

VENEZIA	<i>Reamente affittate: All type Listing</i>					
	2015	% sul totale	2016	% sul totale	2017	% sul totale
B15	579	13%	928	13%	1100	13%
B16	334	7%	536	7%	693	8%
B17	607	13%	893	12%	1017	12%
B19	321	7%	499	7%	606	7%
B20	80	2%	155	2%	179	2%
B21	351	8%	521	7%	603	7%
B22	37	1%	61	1%	75	1%
B23	321	7%	495	7%	552	6%
B24	530	12%	867	12%	1029	12%
B25	338	7%	504	7%	601	7%
E10	19	0%	41	1%	51	1%
E14	11	0%	16	0%	21	0%
E15	10	0%	14	0%	18	0%
E17	2	0%	3	0%	3	0%
E18	0	0%	0	0%	0	0%
E19	78	2%	119	2%	163	2%
E20	25	1%	44	1%	47	1%
E21	26	1%	38	1%	57	1%
E22	7	0%	19	0%	20	0%
E23	405	9%	697	10%	886	10%
E24	19	0%	28	0%	37	0%
E25	28	1%	55	1%	79	1%
E26	31	1%	48	1%	56	1%
E27	8	0%	14	0%	12	0%
E28	19	0%	22	0%	28	0%
E29	3	0%	4	0%	4	0%
E4	161	4%	211	3%	260	3%
E5	109	2%	172	2%	202	2%
E6	19	0%	44	1%	61	1%
E7	4	0%	7	0%	10	0%
E8	40	1%	97	1%	139	2%

Figura A.5: VENEZIA: numero di tutti i tipi di inserzioni realmente affittati.

VENEZIA	<i>Reamente affittate: Only Entire Home</i>					
	2015	% sul totale	2016	% sul totale	2017	% sul totale
B15	433	13%	703	14%	822	13%
B16	273	8%	435	8%	537	9%
B17	475	14%	690	13%	805	13%
B19	244	7%	372	7%	461	7%
B20	62	2%	117	2%	144	2%
B21	286	9%	432	8%	504	8%
B22	23	1%	38	1%	55	1%
B23	266	8%	401	8%	472	8%
B24	431	13%	699	13%	814	13%
B25	229	7%	365	7%	435	7%
E10	19	1%	35	1%	43	1%
E14	6	0%	8	0%	12	0%
E15	10	0%	14	0%	18	0%
E17	2	0%	3	0%	3	0%
E18	0	0%	0	0%	0	0%
E19	43	1%	71	1%	101	2%
E20	14	0%	28	1%	30	0%
E21	20	1%	27	1%	41	1%
E22	4	0%	12	0%	16	0%
E23	158	5%	270	5%	374	6%
E24	8	0%	14	0%	18	0%
E25	17	1%	28	1%	50	1%
E26	20	1%	24	0%	29	0%
E27	6	0%	8	0%	8	0%
E28	12	0%	12	0%	17	0%
E29	0	0%	0	0%	0	0%
E4	116	4%	159	3%	192	3%
E5	84	3%	142	3%	171	3%
E6	13	0%	33	1%	52	1%
E7	4	0%	6	0%	9	0%
E8	25	1%	42	1%	57	1%

Figura A.6: VENEZIA: numero di tutti gli appartamenti interi realmente affittati.

VENEZIA	<i>Total listing: All type Listing</i>					
	2015	% sul totale	2016	% sul totale	2017	% sul totale
B15	615	13%	978	13%	1135	13%
B16	364	8%	567	8%	721	8%
B17	652	13%	927	12%	1048	12%
B19	344	7%	515	7%	631	7%
B20	85	2%	162	2%	189	2%
B21	376	8%	539	7%	638	7%
B22	39	1%	64	1%	77	1%
B23	334	7%	516	7%	570	6%
B24	580	12%	914	12%	1070	12%
B25	359	7%	535	7%	619	7%
E10	22	0%	42	1%	52	1%
E14	11	0%	17	0%	21	0%
E15	10	0%	14	0%	18	0%
E17	2	0%	3	0%	3	0%
E18	0	0%	0	0%	0	0%
E19	82	2%	122	2%	164	2%
E20	26	1%	46	1%	49	1%
E21	27	1%	39	1%	59	1%
E22	9	0%	20	0%	20	0%
E23	426	9%	729	10%	925	10%
E24	21	0%	28	0%	38	0%
E25	30	1%	56	1%	82	1%
E26	33	1%	51	1%	58	1%
E27	8	0%	15	0%	14	0%
E28	20	0%	22	0%	30	0%
E29	3	0%	4	0%	4	0%
E4	176	4%	223	3%	268	3%
E5	121	2%	176	2%	212	2%
E6	20	0%	48	1%	65	1%
E7	4	0%	7	0%	10	0%
E8	42	1%	101	1%	141	2%

Figura A.7: VENEZIA: numero di tutti i tipi di inserzioni presenti all'interno della piattaforma.

VENEZIA	<i>Total listing: Only Entire Home</i>					
	2015	% sul totale	2016	% sul totale	2017	% sul totale
B15	466	13%	737	14%	847	13%
B16	301	8%	465	9%	556	9%
B17	508	14%	721	13%	831	13%
B19	261	7%	384	7%	479	7%
B20	67	2%	123	2%	148	2%
B21	308	9%	448	8%	535	8%
B22	25	1%	40	1%	56	1%
B23	278	8%	421	8%	484	7%
B24	474	13%	733	13%	843	13%
B25	244	7%	383	7%	444	7%
E10	20	1%	36	1%	44	1%
E14	6	0%	9	0%	12	0%
E15	10	0%	14	0%	18	0%
E17	2	0%	3	0%	3	0%
E18	0	0%	0	0%	0	0%
E19	44	1%	72	1%	104	2%
E20	14	0%	29	1%	32	0%
E21	20	1%	28	1%	43	1%
E22	6	0%	13	0%	16	0%
E23	166	5%	287	5%	392	6%
E24	10	0%	14	0%	19	0%
E25	18	1%	29	1%	51	1%
E26	22	1%	27	0%	30	0%
E27	6	0%	8	0%	10	0%
E28	12	0%	12	0%	19	0%
E29	0	0%	0	0%	0	0%
E4	130	4%	169	3%	198	3%
E5	93	3%	144	3%	175	3%
E6	14	0%	37	1%	55	1%
E7	4	0%	6	0%	9	0%
E8	25	1%	43	1%	59	1%

Figura A.8: VENEZIA: numero di tutti gli appartamenti interi presenti all'interno della piattaforma.

MILANO	<i>Realmente affittate: All type Listing</i>					
	2015	% sul totale	2016	% sul totale	2017	% sul totale
B12	199	2%	332	2%	440	2%
B13	202	2%	285	2%	320	2%
B15	93	1%	158	1%	206	1%
B16	192	2%	269	2%	333	2%
B17	336	3%	482	3%	511	3%
B18	347	3%	516	3%	632	3%
B19	280	2%	337	2%	408	2%
B20	206	2%	292	2%	312	2%
B21	423	3%	591	3%	612	3%
C12	1212	10%	1649	10%	1869	9%
C13	15	0%	19	0%	17	0%
C14	58	0%	82	0%	96	0%
C15	548	4%	805	5%	934	5%
C16	550	4%	719	4%	795	4%
C17	761	6%	947	6%	1085	5%
C18	881	7%	1240	7%	1367	7%
C19	512	4%	740	4%	848	4%
C20	440	4%	643	4%	689	3%
D10	65	1%	125	1%	161	1%
D12	861	7%	1236	7%	1447	7%
D13	68	1%	115	1%	129	1%
D15	125	1%	196	1%	230	1%
D16	180	1%	251	1%	289	1%
D18	256	2%	361	2%	441	2%
D20	374	3%	545	3%	680	3%
D21	395	3%	499	3%	534	3%
D24	488	4%	690	4%	762	4%
D25	139	1%	194	1%	217	1%
D28	77	1%	95	1%	93	0%
D30	281	2%	334	2%	354	2%
D31	287	2%	369	2%	443	2%
D32	105	1%	177	1%	222	1%
D33	51	0%	94	1%	100	1%
D34	18	0%	38	0%	42	0%
D35	340	3%	475	3%	582	3%
D36	687	6%	997	6%	1305	7%
E5	53	0%	87	1%	97	0%
E6	87	1%	139	1%	147	1%
E7	26	0%	33	0%	40	0%
E8	55	0%	55	0%	64	0%

Figura A.9: MILANO: numero di tutti i tipi di inserzioni realmente affittati.

MILANO	<i>Realmente affittate: Only Entire Home</i>					
	2015	% sul totale	2016	% sul totale	2017	% sul totale
B12	168	2%	290	2%	368	3%
B13	164	2%	220	2%	270	2%
B15	84	1%	141	1%	187	1%
B16	162	2%	227	2%	277	2%
B17	251	3%	381	3%	408	3%
B18	291	3%	439	4%	531	4%
B19	225	3%	268	2%	325	2%
B20	150	2%	226	2%	237	2%
B21	309	4%	437	4%	475	3%
C12	924	10%	1226	10%	1423	10%
C13	12	0%	15	0%	12	0%
C14	43	0%	64	1%	78	1%
C15	344	4%	485	4%	593	4%
C16	419	5%	531	4%	580	4%
C17	582	7%	714	6%	802	6%
C18	688	8%	925	8%	1025	7%
C19	399	5%	537	4%	615	4%
C20	302	3%	442	4%	479	3%
D10	30	0%	57	0%	78	1%
D12	523	6%	716	6%	846	6%
D13	50	1%	71	1%	82	1%
D15	84	1%	125	1%	153	1%
D16	124	1%	166	1%	207	1%
D18	149	2%	207	2%	255	2%
D20	243	3%	342	3%	436	3%
D21	278	3%	349	3%	374	3%
D24	329	4%	434	4%	496	4%
D25	79	1%	101	1%	117	1%
D28	50	1%	54	0%	57	0%
D30	211	2%	243	2%	245	2%
D31	200	2%	252	2%	256	2%
D32	70	1%	113	1%	133	1%
D33	32	0%	54	0%	62	0%
D34	13	0%	25	0%	32	0%
D35	226	3%	309	3%	379	3%
D36	465	5%	636	5%	835	6%
E5	30	0%	53	0%	52	0%
E6	51	1%	82	1%	80	1%
E7	16	0%	18	0%	18	0%
E8	31	0%	33	0%	31	0%

Figura A.10: MILANO: numero di tutti gli appartamenti interi realmente affittati.

MILANO	Total listing: All type Listing					
	2015	% sul totale	2016	% sul totale	2017	% sul totale
B12	210	2%	358	2%	461	2%
B13	231	2%	313	2%	337	2%
B15	102	1%	172	1%	216	1%
B16	207	2%	298	2%	359	2%
B17	357	3%	520	3%	554	3%
B18	372	3%	547	3%	675	3%
B19	304	2%	372	2%	442	2%
B20	229	2%	328	2%	342	2%
B21	466	3%	642	3%	658	3%
C12	1299	10%	1779	9%	2008	9%
C13	14	0%	19	0%	18	0%
C14	64	0%	90	0%	100	0%
C15	591	4%	856	5%	990	5%
C16	595	4%	777	4%	854	4%
C17	824	6%	1032	5%	1172	5%
C18	966	7%	1362	7%	1477	7%
C19	568	4%	827	4%	932	4%
C20	481	4%	699	4%	743	3%
D10	77	1%	136	1%	178	1%
D12	954	7%	1363	7%	1574	7%
D13	75	1%	130	1%	135	1%
D15	141	1%	214	1%	251	1%
D16	193	1%	275	1%	319	1%
D18	283	2%	402	2%	474	2%
D20	428	3%	595	3%	765	4%
D21	431	3%	545	3%	578	3%
D24	530	4%	766	4%	817	4%
D25	150	1%	216	1%	241	1%
D28	83	1%	110	1%	100	0%
D30	294	2%	371	2%	391	2%
D31	312	2%	414	2%	476	2%
D32	118	1%	190	1%	239	1%
D33	53	0%	104	1%	106	0%
D34	22	0%	40	0%	44	0%
D35	376	3%	524	3%	632	3%
D36	736	5%	1088	6%	1405	7%
E5	60	0%	96	1%	106	0%
E6	101	1%	151	1%	161	1%
E7	30	0%	39	0%	41	0%
E8	58	0%	61	0%	70	0%

Figura A.11: MILANO: numero di tutti i tipi di inserzioni presenti all'interno della piattaforma.

MILANO	Total listing: Only Entire Home					
	2015	% sul totale	2016	% sul totale	2017	% sul totale
B12	177	2%	311	2%	386	3%
B13	190	2%	247	2%	282	2%
B15	92	1%	153	1%	192	1%
B16	176	2%	251	2%	299	2%
B17	269	3%	406	3%	443	3%
B18	310	3%	465	4%	569	4%
B19	246	3%	292	2%	347	2%
B20	169	2%	252	2%	261	2%
B21	338	4%	472	4%	507	3%
C12	991	10%	1327	10%	1524	10%
C13	12	0%	15	0%	14	0%
C14	48	1%	72	1%	81	1%
C15	372	4%	523	4%	627	4%
C16	451	5%	579	4%	621	4%
C17	625	7%	778	6%	873	6%
C18	754	8%	1017	8%	1108	7%
C19	436	5%	603	5%	669	4%
C20	333	3%	474	4%	512	3%
D10	35	0%	65	0%	85	1%
D12	574	6%	785	6%	926	6%
D13	57	1%	81	1%	86	1%
D15	95	1%	138	1%	167	1%
D16	134	1%	181	1%	229	2%
D18	168	2%	234	2%	277	2%
D20	274	3%	377	3%	495	3%
D21	303	3%	385	3%	397	3%
D24	356	4%	481	4%	534	4%
D25	87	1%	118	1%	130	1%
D28	54	1%	61	0%	62	0%
D30	220	2%	271	2%	268	2%
D31	216	2%	282	2%	275	2%
D32	81	1%	122	1%	146	1%
D33	33	0%	60	0%	65	0%
D34	16	0%	26	0%	33	0%
D35	256	3%	349	3%	414	3%
D36	496	5%	693	5%	893	6%
E5	32	0%	58	0%	60	0%
E6	59	1%	91	1%	87	1%
E7	18	0%	19	0%	18	0%
E8	33	0%	36	0%	34	0%

Figura A.12: MILANO: numero di tutti gli appartamenti interi presenti all'interno della piattaforma.

TORINO	Realmente affittate: All type Listing					
	2015	% sul totale	2016	% sul totale	2017	% sul totale
B1	20	1%	38	1%	44	1%
B2	201	9%	363	9%	416	9%
B3	0	0%	0	0%	0	0%
B4	28	1%	36	1%	53	1%
B5	208	10%	340	8%	356	8%
B6	52	2%	88	2%	115	2%
B7	79	4%	128	3%	133	3%
B8	134	6%	242	6%	259	6%
B9	2	0%	2	0%	6	0%
C1	41	2%	66	2%	75	2%
C10	152	7%	295	7%	392	8%
C11	41	2%	70	2%	77	2%
C12	37	2%	58	1%	81	2%
C13	74	3%	136	3%	158	3%
C15	4	0%	5	0%	7	0%
C16	175	8%	334	8%	367	8%
C2	116	5%	234	6%	292	6%
C3	35	2%	80	2%	90	2%
C4	18	1%	26	1%	35	1%
C5	40	2%	62	2%	75	2%
C6	19	1%	34	1%	40	1%
C7	48	2%	93	2%	117	2%
C8	82	4%	166	4%	187	4%
C9	131	6%	213	5%	236	5%
D10	33	2%	68	2%	76	2%
D11	11	1%	28	1%	29	1%
D12	7	0%	14	0%	27	1%
D13	23	1%	36	1%	42	1%
D14	3	0%	5	0%	10	0%
D15	9	0%	16	0%	13	0%
D2	43	2%	95	2%	109	2%
D3	13	1%	20	0%	27	1%
D4	26	1%	46	1%	62	1%
D5	90	4%	218	5%	244	5%
D6	8	0%	14	0%	20	0%
D7	63	3%	134	3%	170	4%
D8	55	3%	121	3%	156	3%
D9	0	0%	0	0%	0	0%
E1	26	1%	51	1%	56	1%
E2	3	0%	6	0%	9	0%
E3	7	0%	24	1%	23	0%

Figura A.13: TORINO: numero di tutti i tipi di inserzioni realmente affittati.

TORINO	Realmente affittate: Only Entire Home					
	2015	% sul totale	2016	% sul totale	2017	% sul totale
B1	12	1%	23	1%	34	1%
B2	164	11%	290	10%	337	10%
B3	0	0%	0	0%	0	0%
B4	18	1%	25	1%	42	1%
B5	168	11%	263	10%	290	9%
B6	42	3%	70	3%	85	3%
B7	59	4%	96	3%	101	3%
B8	88	6%	157	6%	182	6%
B9	1	0%	1	0%	4	0%
C1	25	2%	40	1%	54	2%
C10	97	6%	194	7%	252	8%
C11	28	2%	53	2%	60	2%
C12	26	2%	45	2%	56	2%
C13	49	3%	90	3%	96	3%
C15	4	0%	5	0%	7	0%
C16	109	7%	219	8%	240	7%
C2	82	5%	156	6%	206	6%
C3	23	2%	59	2%	67	2%
C4	11	1%	17	1%	22	1%
C5	24	2%	40	1%	49	1%
C6	12	1%	23	1%	21	1%
C7	34	2%	66	2%	86	3%
C8	52	3%	102	4%	127	4%
C9	92	6%	154	6%	163	5%
D10	28	2%	51	2%	52	2%
D11	7	0%	18	1%	18	1%
D12	5	0%	8	0%	20	1%
D13	17	1%	25	1%	31	1%
D14	2	0%	3	0%	6	0%
D15	6	0%	9	0%	9	0%
D2	30	2%	69	2%	76	2%
D3	11	1%	16	1%	23	1%
D4	14	1%	23	1%	42	1%
D5	49	3%	117	4%	139	4%
D6	3	0%	9	0%	10	0%
D7	42	3%	85	3%	111	3%
D8	44	3%	89	3%	113	3%
D9	0	0%	0	0%	0	0%
E1	20	1%	38	1%	39	1%
E2	1	0%	3	0%	4	0%
E3	5	0%	16	1%	16	0%

Figura A.14: TORINO: numero di tutti gli appartamenti interi realmente affittati.

TORINO	Total listing: All type Listing					
	2015	% sul totale	2016	% sul totale	2017	% sul totale
B1	21	1%	40	1%	47	1%
B2	207	9%	386	9%	446	9%
B3	0	0%	0	0%	0	0%
B4	29	1%	38	1%	56	1%
B5	221	9%	360	8%	374	7%
B6	54	2%	93	2%	124	2%
B7	84	4%	136	3%	142	3%
B8	146	6%	250	6%	271	5%
B9	2	0%	2	0%	6	0%
C1	43	2%	68	2%	79	2%
C10	160	7%	319	8%	423	8%
C11	43	2%	73	2%	80	2%
C12	39	2%	60	1%	84	2%
C13	82	4%	146	3%	169	3%
C15	4	0%	7	0%	7	0%
C16	193	8%	346	8%	385	8%
C2	124	5%	253	6%	307	6%
C3	35	2%	84	2%	96	2%
C4	19	1%	27	1%	41	1%
C5	48	2%	72	2%	79	2%
C6	23	1%	34	1%	40	1%
C7	51	2%	100	2%	124	2%
C8	89	4%	174	4%	199	4%
C9	144	6%	224	5%	253	5%
D10	33	1%	72	2%	80	2%
D11	12	1%	31	1%	30	1%
D12	9	0%	15	0%	30	1%
D13	25	1%	38	1%	44	1%
D14	3	0%	5	0%	10	0%
D15	10	0%	17	0%	13	0%
D2	51	2%	104	2%	113	2%
D3	16	1%	22	1%	32	1%
D4	29	1%	56	1%	70	1%
D5	99	4%	228	5%	268	5%
D6	9	0%	14	0%	22	0%
D7	70	3%	141	3%	179	4%
D8	61	3%	128	3%	168	3%
D9	0	0%	0	0%	0	0%
E1	29	1%	54	1%	61	1%
E2	3	0%	6	0%	10	0%
E3	8	0%	25	1%	26	1%

Figura A.15: TORINO: numero di tutti i tipi di inserzioni presenti all'interno della piattaforma.

TORINO	Total listing: Only Entire Home					
	2015	% sul totale	2016	% sul totale	2017	% sul totale
B1	13	1%	25	1%	34	1%
B2	168	10%	308	11%	363	10%
B3	0	0%	0	0%	0	0%
B4	19	1%	25	1%	43	1%
B5	180	11%	282	10%	303	9%
B6	43	3%	73	2%	87	2%
B7	63	4%	100	3%	109	3%
B8	93	6%	163	6%	191	5%
B9	1	0%	1	0%	4	0%
C1	26	2%	42	1%	55	2%
C10	104	6%	209	7%	271	8%
C11	30	2%	56	2%	63	2%
C12	28	2%	46	2%	58	2%
C13	55	3%	93	3%	104	3%
C15	4	0%	7	0%	7	0%
C16	121	7%	228	8%	254	7%
C2	90	6%	167	6%	215	6%
C3	23	1%	60	2%	70	2%
C4	12	1%	18	1%	27	1%
C5	30	2%	46	2%	53	2%
C6	15	1%	23	1%	21	1%
C7	36	2%	71	2%	90	3%
C8	57	3%	108	4%	134	4%
C9	100	6%	159	5%	173	5%
D10	28	2%	53	2%	56	2%
D11	8	0%	18	1%	18	1%
D12	5	0%	9	0%	23	1%
D13	19	1%	27	1%	33	1%
D14	2	0%	3	0%	6	0%
D15	7	0%	10	0%	9	0%
D2	36	2%	76	3%	79	2%
D3	13	1%	17	1%	28	1%
D4	16	1%	30	1%	47	1%
D5	56	3%	122	4%	150	4%
D6	4	0%	9	0%	12	0%
D7	48	3%	91	3%	117	3%
D8	49	3%	94	3%	121	3%
D9	0	0%	0	0%	0	0%
E1	23	1%	41	1%	43	1%
E2	1	0%	3	0%	5	0%
E3	6	0%	17	1%	19	1%

Figura A.16: TORINO: numero di tutti gli appartamenti interi presenti all'interno della piattaforma.

Capitolo A: Numero di inserzioni Airbnb

NAPOLI	Realmente affittate: All type Listing					
	2015	% sul totale	2016	% sul totale	2017	% sul totale
B10	49	2%	91	2%	135	2%
B11	50	2%	94	2%	141	2%
B12	86	4%	159	4%	238	3%
B13	149	7%	316	7%	524	8%
B14	152	7%	380	9%	593	9%
B15	261	13%	540	12%	816	12%
B16	35	2%	62	1%	77	1%
B17	35	2%	72	2%	117	2%
B18	39	2%	82	2%	138	2%
B8	313	15%	668	15%	1079	16%
B9	295	14%	630	14%	948	14%
C21	10	0%	25	1%	39	1%
C22	70	3%	117	3%	200	3%
C23	118	6%	218	5%	377	5%
C24	77	4%	152	3%	219	3%
C25	8	0%	25	1%	36	1%
C26	149	7%	294	7%	458	7%
C27	2	0%	5	0%	21	0%
C28	27	1%	73	2%	115	2%
C29	39	2%	93	2%	178	3%
C30	7	0%	15	0%	31	0%
C31	1	0%	4	0%	4	0%
C32	21	1%	51	1%	86	1%
C33	7	0%	19	0%	31	0%
D21	0	0%	1	0%	3	0%
D22	1	0%	5	0%	7	0%
D23	1	0%	3	0%	10	0%
D24	4	0%	12	0%	21	0%
D25	0	0%	1	0%	7	0%
D26	4	0%	8	0%	18	0%
D27	0	0%	6	0%	16	0%
D28	8	0%	14	0%	17	0%
D29	15	1%	31	1%	33	0%
D30	1	0%	11	0%	20	0%
D31	0	0%	1	0%	0	0%
D32	0	0%	0	0%	1	0%
D33	0	0%	0	0%	6	0%
D34	11	1%	25	1%	41	1%
D35	8	0%	11	0%	15	0%
D36	2	0%	11	0%	32	0%
E27	0	0%	0	0%	0	0%
E28	4	0%	9	0%	7	0%
E29	0	0%	0	0%	1	0%
E3	0	0%	0	0%	1	0%
E30	1	0%	3	0%	4	0%
E31	0	0%	1	0%	1	0%
E32	3	0%	3	0%	4	0%
E33	0	0%	2	0%	3	0%
E34	1	0%	0	0%	2	0%
E35	1	0%	4	0%	7	0%
E36	0	0%	1	0%	11	0%
E37	0	0%	0	0%	0	0%
E38	1	0%	3	0%	6	0%
E39	0	0%	2	0%	8	0%
E40	1	0%	3	0%	4	0%
E41	0	0%	0	0%	0	0%
E42	0	0%	0	0%	0	0%
E43	5	0%	12	0%	14	0%
E44	4	0%	4	0%	6	0%
E45	0	0%	2	0%	2	0%
E46	1	0%	1	0%	2	0%
E47	0	0%	0	0%	1	0%
E48	0	0%	0	0%	1	0%
R1	0	0%	0	0%	0	0%
R2	0	0%	0	0%	0	0%

Figura A.17: NAPOLI: numero di tutti i tipi di inserzioni realmente affittati.

NAPOLI	Realmente affittate: Only Entire Home					
	2015	% sul totale	2016	% sul totale	2017	% sul totale
B10	28	2%	52	2%	86	2%
B11	31	3%	55	2%	81	2%
B12	64	5%	100	4%	150	4%
B13	93	8%	198	8%	340	8%
B14	101	8%	260	10%	401	10%
B15	172	14%	357	14%	544	13%
B16	25	2%	45	2%	59	1%
B17	28	2%	56	2%	84	2%
B18	31	3%	61	2%	94	2%
B8	154	13%	331	13%	564	14%
B9	166	14%	354	14%	518	13%
C21	7	1%	17	1%	24	1%
C22	36	3%	63	2%	108	3%
C23	41	3%	87	3%	171	4%
C24	58	5%	111	4%	160	4%
C25	5	0%	14	1%	17	0%
C26	79	6%	149	6%	238	6%
C27	1	0%	3	0%	15	0%
C28	15	1%	37	1%	59	1%
C29	16	1%	47	2%	83	2%
C30	4	0%	9	0%	18	0%
C31	1	0%	4	0%	4	0%
C32	10	1%	17	1%	34	1%
C33	5	0%	10	0%	17	0%
D21	0	0%	1	0%	1	0%
D22	1	0%	4	0%	6	0%
D23	0	0%	0	0%	5	0%
D24	4	0%	8	0%	11	0%
D25	0	0%	1	0%	3	0%
D26	3	0%	4	0%	10	0%
D27	0	0%	0	0%	3	0%
D28	6	0%	11	0%	11	0%
D29	12	1%	25	1%	27	1%
D30	0	0%	5	0%	7	0%
D31	0	0%	0	0%	0	0%
D32	0	0%	0	0%	1	0%
D33	0	0%	1	0%	4	0%
D34	6	0%	13	1%	16	0%
D35	4	0%	7	0%	11	0%
D36	2	0%	6	0%	16	0%
E27	0	0%	0	0%	0	0%
E28	2	0%	4	0%	3	0%
E29	0	0%	0	0%	1	0%
E3	0	0%	0	0%	1	0%
E30	0	0%	2	0%	2	0%
E31	0	0%	1	0%	1	0%
E32	1	0%	1	0%	1	0%
E33	0	0%	0	0%	0	0%
E34	0	0%	0	0%	1	0%
E35	1	0%	3	0%	5	0%
E36	0	0%	1	0%	6	0%
E37	0	0%	0	0%	0	0%
E38	1	0%	3	0%	6	0%
E39	0	0%	1	0%	5	0%
E40	1	0%	3	0%	2	0%
E41	0	0%	0	0%	0	0%
E42	0	0%	0	0%	0	0%
E43	2	0%	5	0%	5	0%
E44	1	0%	1	0%	1	0%
E45	0	0%	0	0%	0	0%
E46	0	0%	0	0%	0	0%
E47	0	0%	0	0%	1	0%
E48	0	0%	0	0%	1	0%
R1	0	0%	0	0%	0	0%
R2	0	0%	0	0%	0	0%

Figura A.18: NAPOLI: numero di tutti gli appartamenti interi realmente affittati.

Capitolo A: Numero di inserzioni Airbnb

NAPOLI	Total listing: All type Listing					
	2015	% sul totale	2016	% sul totale	2017	% sul totale
B10	49	2%	97	2%	139	2%
B11	48	2%	97	2%	149	2%
B12	93	4%	164	4%	247	3%
B13	155	7%	323	7%	538	7%
B14	160	7%	397	9%	624	9%
B15	277	13%	567	12%	848	12%
B16	38	2%	66	1%	79	1%
B17	36	2%	73	2%	118	2%
B18	42	2%	89	2%	139	2%
B8	325	15%	685	15%	1108	15%
B9	306	14%	658	14%	996	14%
C21	10	0%	26	1%	42	1%
C22	72	3%	123	3%	207	3%
C23	122	6%	226	5%	399	6%
C24	85	4%	156	3%	231	3%
C25	9	0%	25	1%	38	1%
C26	155	7%	311	7%	472	7%
C27	2	0%	5	0%	22	0%
C28	32	1%	83	2%	123	2%
C29	43	2%	97	2%	184	3%
C30	9	0%	17	0%	33	0%
C31	1	0%	4	0%	5	0%
C32	23	1%	52	1%	89	1%
C33	7	0%	19	0%	32	0%
D21	0	0%	1	0%	3	0%
D22	1	0%	5	0%	7	0%
D23	1	0%	4	0%	10	0%
D24	4	0%	13	0%	21	0%
D25	0	0%	1	0%	9	0%
D26	4	0%	9	0%	18	0%
D27	0	0%	6	0%	16	0%
D28	8	0%	15	0%	17	0%
D29	15	1%	31	1%	35	0%
D30	2	0%	12	0%	22	0%
D31	0	0%	0	0%	0	0%
D32	0	0%	0	0%	1	0%
D33	0	0%	1	0%	6	0%
D34	14	1%	28	1%	44	1%
D35	8	0%	11	0%	16	0%
D36	2	0%	11	0%	35	0%
E27	0	0%	0	0%	0	0%
E28	4	0%	11	0%	7	0%
E29	1	0%	0	0%	1	0%
E3	0	0%	0	0%	1	0%
E30	1	0%	3	0%	4	0%
E31	0	0%	1	0%	1	0%
E32	3	0%	3	0%	4	0%
E33	0	0%	2	0%	3	0%
E34	1	0%	0	0%	3	0%
E35	1	0%	4	0%	7	0%
E36	0	0%	1	0%	11	0%
E37	0	0%	0	0%	0	0%
E38	1	0%	3	0%	8	0%
E39	0	0%	2	0%	8	0%
E40	2	0%	3	0%	5	0%
E41	0	0%	0	0%	0	0%
E42	0	0%	0	0%	0	0%
E43	5	0%	12	0%	14	0%
E44	5	0%	4	0%	6	0%
E45	0	0%	2	0%	2	0%
E46	1	0%	1	0%	3	0%
E47	0	0%	0	0%	1	0%
E48	0	0%	0	0%	1	0%
R1	0	0%	0	0%	0	0%
R2	0	0%	0	0%	0	0%

Figura A.19: NAPOLI: numero di tutti i tipi di inserzioni presenti all'interno della piattaforma.

NAPOLI	Total listing: Only Entire Home					
	2015	% sul totale	2016	% sul totale	2017	% sul totale
B10	29	2%	58	2%	90	2%
B11	31	2%	56	2%	85	2%
B12	68	5%	105	4%	154	4%
B13	96	7%	203	8%	348	8%
B14	109	8%	273	10%	426	10%
B15	183	14%	367	14%	563	13%
B16	28	2%	48	2%	60	1%
B17	29	2%	56	2%	85	2%
B18	34	3%	66	2%	95	2%
B8	160	12%	344	13%	578	14%
B9	171	13%	365	14%	541	13%
C21	7	1%	17	1%	26	1%
C22	38	3%	65	2%	112	3%
C23	43	3%	91	3%	178	4%
C24	65	5%	113	4%	168	4%
C25	6	0%	14	1%	18	0%
C26	84	7%	160	6%	247	6%
C27	1	0%	3	0%	15	0%
C28	19	1%	42	2%	63	2%
C29	18	1%	47	2%	85	2%
C30	4	0%	9	0%	18	0%
C31	1	0%	4	0%	5	0%
C32	10	1%	17	1%	34	1%
C33	5	0%	10	0%	17	0%
D21	0	0%	1	0%	1	0%
D22	1	0%	4	0%	6	0%
D23	0	0%	1	0%	5	0%
D24	4	0%	9	0%	11	0%
D25	0	0%	1	0%	3	0%
D26	3	0%	4	0%	10	0%
D27	0	0%	0	0%	3	0%
D28	6	0%	11	0%	11	0%
D29	12	1%	25	1%	29	1%
D30	0	0%	6	0%	8	0%
D31	0	0%	0	0%	0	0%
D32	0	0%	0	0%	1	0%
D33	0	0%	1	0%	4	0%
D34	8	1%	15	1%	17	0%
D35	4	0%	7	0%	12	0%
D36	2	0%	6	0%	18	0%
E27	0	0%	0	0%	0	0%
E28	2	0%	5	0%	3	0%
E29	0	0%	0	0%	1	0%
E3	0	0%	0	0%	1	0%
E30	0	0%	2	0%	2	0%
E31	0	0%	1	0%	1	0%
E32	1	0%	1	0%	1	0%
E33	0	0%	0	0%	0	0%
E34	0	0%	0	0%	1	0%
E35	1	0%	3	0%	5	0%
E36	0	0%	1	0%	6	0%
E37	0	0%	0	0%	0	0%
E38	1	0%	3	0%	8	0%
E39	0	0%	1	0%	5	0%
E40	1	0%	3	0%	2	0%
E41	0	0%	0	0%	0	0%
E42	0	0%	0	0%	0	0%
E43	2	0%	5	0%	5	0%
E44	1	0%	1	0%	1	0%
E45	0	0%	0	0%	0	0%
E46	0	0%	0	0%	0	0%
E47	0	0%	0	0%	1	0%
E48	0	0%	0	0%	1	0%
R1	0	0%	0	0%	0	0%
R2	0	0%	0	0%	0	0%

Figura A.20: NAPOLI: numero di tutti gli appartamenti interi presenti all'interno della piattaforma.

Appendice B

Confronto guadagni nel mercato degli affitti e Airbnb

AREA	2015_2			2016_1			2016_2			2017_1			2017_2			2018_1								
	loc_medio	loc_max	potenziale																					
B2	6895	8055	5397	19742	6792	7851	6229	15586	6690	7646	6855	16403	6451	7168	7112	17818	6724	7441	8414	18313	6792	7441	8407	18781
B5	8431	10308	7615	22400	8294	9899	8650	23010	8328	9899	10638	22252	8226	9694	11172	23516	8771	9694	12766	24259	8332	8975	12883	25500
B6	7152	8755	7575	20460	7152	8755	7575	20460	7152	8755	7575	20460	7152	8755	7575	20460	7152	8755	7575	20460	7152	8755	7575	20460
B7	7612	9079	6706	19961	7612	9079	6706	19961	7612	9079	6706	19961	7612	9079	6706	19961	7612	9079	6706	19961	7612	9079	6706	19961
B8	7168	8602	5912	17821	7168	8602	5912	17821	7168	8602	5912	17821	7168	8602	5912	17821	7168	8602	5912	17821	7168	8602	5912	17821
C10	7919	9489	6520	27705	7782	9079	6591	30573	7714	9079	6549	29125	7612	9079	6833	30200	7304	8670	7100	18401	7168	8670	10746	34068
C11	7304	8670	5817	17831	7304	8670	5817	17831	7304	8670	5817	17831	7304	8670	5817	17831	7304	8670	5817	17831	7304	8670	5817	17831
C12	6895	8055	5397	19742	6895	8055	5397	19742	6895	8055	5397	19742	6895	8055	5397	19742	6895	8055	5397	19742	6895	8055	5397	19742
C13	6315	7441	5127	14893	6315	7441	5127	14893	6315	7441	5127	14893	6315	7441	5127	14893	6315	7441	5127	14893	6315	7441	5127	14893
C14	6076	7168	5127	14893	6076	7168	5127	14893	6076	7168	5127	14893	6076	7168	5127	14893	6076	7168	5127	14893	6076	7168	5127	14893
C15	6246	7236	3875	12630	6246	7236	3875	12630	6246	7236	3875	12630	6246	7236	3875	12630	6246	7236	3875	12630	6246	7236	3875	12630
C2	6588	7646	4633	13999	6588	7646	4633	13999	6588	7646	4633	13999	6588	7646	4633	13999	6588	7646	4633	13999	6588	7646	4633	13999
C3	6746	7168	4124	10644	6746	7168	4124	10644	6746	7168	4124	10644	6746	7168	4124	10644	6746	7168	4124	10644	6746	7168	4124	10644
C4	6588	7646	4633	13999	6588	7646	4633	13999	6588	7646	4633	13999	6588	7646	4633	13999	6588	7646	4633	13999	6588	7646	4633	13999
C5	6144	7168	4832	12449	6144	7168	4832	12449	6144	7168	4832	12449	6144	7168	4832	12449	6144	7168	4832	12449	6144	7168	4832	12449
C6	6349	7441	3844	12327	6349	7441	3844	12327	6349	7441	3844	12327	6349	7441	3844	12327	6349	7441	3844	12327	6349	7441	3844	12327
C7	6519	7441	4605	14896	6519	7441	4605	14896	6519	7441	4605	14896	6519	7441	4605	14896	6519	7441	4605	14896	6519	7441	4605	14896
C9	6485	7304	4156	10644	6485	7304	4156	10644	6485	7304	4156	10644	6485	7304	4156	10644	6485	7304	4156	10644	6485	7304	4156	10644
D10	6485	7304	4156	10644	6485	7304	4156	10644	6485	7304	4156	10644	6485	7304	4156	10644	6485	7304	4156	10644	6485	7304	4156	10644
D11	6042	6963	3425	12584	6042	6963	3425	12584	6042	6963	3425	12584	6042	6963	3425	12584	6042	6963	3425	12584	6042	6963	3425	12584
D12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
D13	7407	8875	7039	29333	7407	8875	7039	29333	7407	8875	7039	29333	7407	8875	7039	29333	7407	8875	7039	29333	7407	8875	7039	29333
D14	5429	7441	4701	12352	5429	7441	4701	12352	5429	7441	4701	12352	5429	7441	4701	12352	5429	7441	4701	12352	5429	7441	4701	12352
D15	6485	7304	4156	10644	6485	7304	4156	10644	6485	7304	4156	10644	6485	7304	4156	10644	6485	7304	4156	10644	6485	7304	4156	10644
D16	6758	7782	4731	12725	6758	7782	4731	12725	6758	7782	4731	12725	6758	7782	4731	12725	6758	7782	4731	12725	6758	7782	4731	12725
D17	6144	7031	4435	12616	6144	7031	4435	12616	6144	7031	4435	12616	6144	7031	4435	12616	6144	7031	4435	12616	6144	7031	4435	12616
D18	6280	7168	4198	13430	6280	7168	4198	13430	6280	7168	4198	13430	6280	7168	4198	13430	6280	7168	4198	13430	6280	7168	4198	13430
D19	5564	6485	4175	11077	5564	6485	4175	11077	5564	6485	4175	11077	5564	6485	4175	11077	5564	6485	4175	11077	5564	6485	4175	11077
D20	6485	7304	4156	10644	6485	7304	4156	10644	6485	7304	4156	10644	6485	7304	4156	10644	6485	7304	4156	10644	6485	7304	4156	10644
D3	5905	6963	3885	12057	5905	6963	3885	12057	5905	6963	3885	12057	5905	6963	3885	12057	5905	6963	3885	12057	5905	6963	3885	12057
D4	6315	7441	6218	29048	6315	7441	6218	29048	6315	7441	6218	29048	6315	7441	6218	29048	6315	7441	6218	29048	6315	7441	6218	29048
D6	3909	4443	864	6443	3909	4443	864	6443	3909	4443	864	6443	3909	4443	864	6443	3909	4443	864	6443	3909	4443	864	6443
D7	5530	6349	3620	9534	5530	6349	3620	9534	5530	6349	3620	9534	5530	6349	3620	9534	5530	6349	3620	9534	5530	6349	3620	9534
E1	2461	4617	3231	12390	2461	4617	3231	12390	2461	4617	3231	12390	2461	4617	3231	12390	2461	4617	3231	12390	2461	4617	3231	12390

Figura B.1: Firenze: confronto guadagni nel mercato degli affitti e Airbnb.

CATEGORIA	2014_2		2014_1		2013_2		2013_1		2012_2		2012_1		2011_2		2011_1		2010_2		2010_1		2009_2		2009_1	
	Media	Max	Media	Max	Media	Max	Media	Max	Media	Max	Media	Max	Media	Max	Media	Max	Media	Max	Media	Max	Media	Max	Media	Max
814	31272	31688	2822	3402	13272	16088	9182	26178	58222	10628	11078	26928	15288	14282	14282	14282	14282	14282	14282	14282	14282	14282	14282	14282
815	31272	31688	2822	3402	13272	16088	9182	26178	58222	10628	11078	26928	15288	14282	14282	14282	14282	14282	14282	14282	14282	14282	14282	14282
816	31272	31688	2822	3402	13272	16088	9182	26178	58222	10628	11078	26928	15288	14282	14282	14282	14282	14282	14282	14282	14282	14282	14282	14282
817	31272	31688	2822	3402	13272	16088	9182	26178	58222	10628	11078	26928	15288	14282	14282	14282	14282	14282	14282	14282	14282	14282	14282	14282
818	31272	31688	2822	3402	13272	16088	9182	26178	58222	10628	11078	26928	15288	14282	14282	14282	14282	14282	14282	14282	14282	14282	14282	14282
819	31272	31688	2822	3402	13272	16088	9182	26178	58222	10628	11078	26928	15288	14282	14282	14282	14282	14282	14282	14282	14282	14282	14282	14282
820	31272	31688	2822	3402	13272	16088	9182	26178	58222	10628	11078	26928	15288	14282	14282	14282	14282	14282	14282	14282	14282	14282	14282	14282
821	31272	31688	2822	3402	13272	16088	9182	26178	58222	10628	11078	26928	15288	14282	14282	14282	14282	14282	14282	14282	14282	14282	14282	14282
822	31272	31688	2822	3402	13272	16088	9182	26178	58222	10628	11078	26928	15288	14282	14282	14282	14282	14282	14282	14282	14282	14282	14282	14282
823	31272	31688	2822	3402	13272	16088	9182	26178	58222	10628	11078	26928	15288	14282	14282	14282	14282	14282	14282	14282	14282	14282	14282	14282
824	31272	31688	2822	3402	13272	16088	9182	26178	58222	10628	11078	26928	15288	14282	14282	14282	14282	14282	14282	14282	14282	14282	14282	14282
825	31272	31688	2822	3402	13272	16088	9182	26178	58222	10628	11078	26928	15288	14282	14282	14282	14282	14282	14282	14282	14282	14282	14282	14282
826	31272	31688	2822	3402	13272	16088	9182	26178	58222	10628	11078	26928	15288	14282	14282	14282	14282	14282	14282	14282	14282	14282	14282	14282
827	31272	31688	2822	3402	13272	16088	9182	26178	58222	10628	11078	26928	15288	14282	14282	14282	14282	14282	14282	14282	14282	14282	14282	14282
828	31272	31688	2822	3402	13272	16088	9182	26178	58222	10628	11078	26928	15288	14282	14282	14282	14282	14282	14282	14282	14282	14282	14282	14282
829	31272	31688	2822	3402	13272	16088	9182	26178	58222	10628	11078	26928	15288	14282	14282	14282	14282	14282	14282	14282	14282	14282	14282	14282
830	31272	31688	2822	3402	13272	16088	9182	26178	58222	10628	11078	26928	15288	14282	14282	14282	14282	14282	14282	14282	14282	14282	14282	14282
831	31272	31688	2822	3402	13272	16088	9182	26178	58222	10628	11078	26928	15288	14282	14282	14282	14282	14282	14282	14282	14282	14282	14282	14282

Figura B.2: Venezia: confronto guadagni nel mercato degli affitti e Airbnb.

TORINO	2015		2016		2017		2018		2019		2020		2021		2022		2023								
	loc. affitti	potenziale																							
B1	1459	1744	1599	1854	1702	1954	1858	2107	1927	2172	2022	2271	2124	2373	2222	2471	2320	2569							
B2	6338	7818	3967	13154	6645	7960	5074	13429	6716	8031	5485	13776	6858	8173	5606	14952	7156	8812	6541	15174	7536	8812	6300	14300	
B4	5437	6467	4574	12299	5046	6041	5745	12614	5010	5770	4768	11376	5010	5970	5586	12790	4939	5899	5479	14153	4939	5899	5887	13900	
B5	5472	6467	3699	12933	5472	6467	4109	12902	6218	7462	4893	13070	6005	7107	4968	12737	5300	6396	5416	13111	5300	6396	5639	13885	
B6	5472	6467	3699	12933	5472	6467	4109	12902	6218	7462	4893	13070	6005	7107	4968	12737	5300	6396	5416	13111	5300	6396	5639	13885	
B7	13200	14364	3865	13971	11932	14127	4083	13716	12003	14244	4759	13887	11832	14127	4695	13465	11864	13900	5348	13874	11864	13900	4688	11400	
B8	3852	4632	3358	10536	3802	4582	3966	11322	3827	4632	4306	10765	3449	4129	4495	10777	3449	4129	5164	11260	3651	4381	5030	11001	
B9	11452	13304	585	9683	11315	13167	1450	10558	11884	13304	2951	9946	11384	13304	4899	11088	11384	13304	5910	13056	11384	13304	2664	10613	
C1	5401	6467	2619	10337	3300	6396	3463	9773	5386	6467	4158	10134	5386	6467	4583	11144	5366	6467	5138	12346	5366	6467	6070	11442	
C2	5401	6467	2619	10337	3300	6396	3463	9773	5386	6467	4158	10134	5386	6467	4583	11144	5366	6467	5138	12346	5366	6467	6070	11442	
C3	5757	6884	2120	10969	5685	6823	3790	10946	5731	6884	2120	10969	5685	6823	3790	10946	5731	6884	2120	10969	5685	6823	3790	11805	
C4	4904	5828	2725	9153	4904	5828	4182	9056	4833	5757	3308	8272	4904	5828	3789	8154	4904	5828	3781	9343	4904	5828	3781	9497	
C5	18938	15224	2829	15534	17956	15897	4614	12965	13824	12204	3113	11284	12755	15087	2501	18152	13857	14950	3216	19611	13857	14950	2139	14654	
C6	5757	6884	2836	10843	5757	6884	3256	10374	5330	6396	3760	10349	4939	5899	3869	9984	4762	5685	4999	10827	4762	5685	4313	10486	
C7	5046	6041	5096	12090	4975	5970	5164	11465	5010	6041	5543	11308	5010	6041	5876	12356	5010	6041	7348	13515	5152	6183	7392	14144	
C8	4737	5757	6461	12541	5152	6183	3638	13928	5401	6467	4071	11713	5046	6041	3697	13974	4975	5970	3743	15107	4975	5970	5999	10332	
C9	4619	5543	2982	11840	4691	5614	4016	12950	4619	5472	3572	11843	4691	5614	5124	12557	4797	5757	5148	14300	4797	5757	6478	10639	
D1	4737	5757	2398	11279	4737	5757	3771	10884	4797	5757	4010	11197	4762	5685	4113	10286	4762	5614	5909	14406	4762	5614	5991	11522	
D2	2769	3273	2908	11053	2744	3223	4200	11002	2744	3223	4390	11008	2744	3223	4890	12334	2744	3223	6091	12061	2744	3223	5446	11745	
D3	3072	3676	1589	7679	3072	3676	1480	6328	3248	3877	2550	7877	3248	3877	2776	2431	8145	3233	3978	3424	10058	3107	3827	3952	10066
D4	2900	3474	1728	9652	2920	3474	2693	8740	3072	3625	2495	7210	3072	3625	2653	7921	3449	4129	3118	8065	3223	3827	2979	8175	
D5	2719	3223	2253	8511	2694	3172	2684	8894	2694	3172	2924	9368	2694	3172	2540	9927	2694	3172	3196	10229	2694	3172	3204	10912	
D6	3701	4431	3868	8977	3651	4381	3470	6995	3676	4431	4471	7458	3676	4431	3539	7831	3676	4431	3342	12006	3525	4129	3688	8996	
D7	3930	1059	8993	4406	5259	2384	8336	4406	5259	3838	869	1006	4406	5259	2653	7179	4406	5259	2493	7806	4406	5259	2882	7810	
D8	5401	6538	3222	10811	5330	6467	5192	10315	5366	6538	3414	10772	5366	6538	3403	10442	5366	6538	5001	10396	5366	6538	4688	11403	
D9	4371	5188	1822	9732	4442	5330	2716	8445	4762	5685	3297	9069	4655	5543	2879	8771	4406	5259	3299	9128	4477	5330	2943	8084	
D10	4726	5614	1598	9789	4513	5401	3002	9291	4406	5259	3959	9749	4406	5259	3486	9927	4406	5259	3815	10225	4477	5330	3543	10803	
D11	4371	5188	1822	9732	4442	5330	2716	8445	4762	5685	3297	9069	4655	5543	2879	8771	4406	5259	3299	9128	4477	5330	2943	8084	
D12	4371	5188	1822	9732	4442	5330	2716	8445	4762	5685	3297	9069	4655	5543	2879	8771	4406	5259	3299	9128	4477	5330	2943	8084	
D13	4371	5188	1822	9732	4442	5330	2716	8445	4762	5685	3297	9069	4655	5543	2879	8771	4406	5259	3299	9128	4477	5330	2943	8084	
D14	4371	5188	1822	9732	4442	5330	2716	8445	4762	5685	3297	9069	4655	5543	2879	8771	4406	5259	3299	9128	4477	5330	2943	8084	
D15	4371	5188	1822	9732	4442	5330	2716	8445	4762	5685	3297	9069	4655	5543	2879	8771	4406	5259	3299	9128	4477	5330	2943	8084	
D16	4371	5188	1822	9732	4442	5330	2716	8445	4762	5685	3297	9069	4655	5543	2879	8771	4406	5259	3299	9128	4477	5330	2943	8084	
D17	4371	5188	1822	9732	4442	5330	2716	8445	4762	5685	3297	9069	4655	5543	2879	8771	4406	5259	3299	9128	4477	5330	2943	8084	
D18	4371	5188	1822	9732	4442	5330	2716	8445	4762	5685	3297	9069	4655	5543	2879	8771	4406	5259	3299	9128	4477	5330	2943	8084	
D19	4371	5188	1822	9732	4442	5330	2716	8445	4762	5685	3297	9069	4655	5543	2879	8771	4406	5259	3299	9128	4477	5330	2943	8084	
D20	4371	5188	1822	9732	4442	5330	2716	8445	4762	5685	3297	9069	4655	5543	2879	8771	4406	5259	3299	9128	4477	5330	2943	8084	
D21	4371	5188	1822	9732	4442	5330	2716	8445	4762	5685	3297	9069	4655	5543	2879	8771	4406	5259	3299	9128	4477	5330	2943	8084	
D22	4371	5188	1822	9732	4442	5330	2716	8445	4762	5685	3297	9069	4655	5543	2879	8771	4406	5259	3299	9128	4477	5330	2943	8084	
D23	4371	5188	1822	9732	4442	5330	2716	8445	4762	5685	3297	9069	4655	5543	2879	8771	4406	5259	3299	9128	4477	5330	2943	8084	
D24	4371	5188	1822	9732	4442	5330	2716	8445	4762	5685	3297	9069	4655	5543	2879	8771	4406	5259	3299	9128	4477	5330	2943	8084	
D25	4371	5188	1822	9732	4442	5330	2716	8445	4762	5685	3297	9069	4655	5543	2879	8771	4406	5259	3299	9128	4477	5330	2943	8084	
D26	4371	5188	1822	9732	4442	5330	2716	8445	4762	5685	3297	9069	4655	5543	2879	8771	4406	5259	3299	9128	4477	5330	2943	8084	
D27	4371	5188	1822	9732	4442	5330	2716	8445	4762	5685	3297	9069	4655	5543	2879	8771	4406	5259	3299	9128	4477	5330	2943	8084	
D28	4371	5188	1822	9732	4442	5330	2716	8445	4762	5685	3297	9069	4655	5543	2879	8771	4406	5259	3299	9128	4477	5330	2943	8084	
D29	4371	5188	1822	9732	4442	5330	2716	8445	4762	5685	3297	9069	4655	5543	2879	8771	4406	5259	3299	9128	4477	5330	2943	8084	
D30	4371	5188	1822	9732	4442	5330	2716	8445	4762	5685	3297	9069	4655	5543	2879	8771	4406	5259	3299	9128	4477	5330	2943	8084	
D31	4371	5188	1822	9732	4442	5330	2716	8445	4762	5685	3297	9069	4655	5543	2879	8771	4406	5259	3299	9128	4477	5330	2943	8084	
D32	4371	5188	1822	9732	4442	5330	2716	8445	4762	5685	3297	9069	4655	5543	2879	8771	4406	5259	3299	9128	4477	5330	2943	8084	
D33	4371	5188	1822	9732	4442	5330	2716	8445	4762	5685	3297	9069	4655	5543	2879	8771	4406	5259	3299	9128	4477	5330	2943	8084	
D34	4371	5188	1822	9732	4442	5330	2716	8445	4762	5685	3297	9069	4655	5543	2879	8771	4406	5259	3299	9128	4477	5330	2943	8084	
D35	4371	5188	1822	9732	4442	5330	2716	8445	4762	5685	3297	9069	4655	5543	2879	8771	4406	5259	3299	9128	4477	5330	2943	8084	
D36	4371	5188	1822	9732	4442																				

Bibliografia

- [1] Federica Fotino. “Governare i beni comuni. La via di Elinor Ostrom”. In: (2010).
- [2] Carlo Cambini. “”Economia e management dei servizi” Politecnico di Torino”. In: (2018/2019).
- [3] Sara Bolcato. “Sharing economy e sostenibilità ambientale. Il fattore condivisione nella piattaforma ”Jojob””. In: (2015/2016).
- [4] Antti Ukkonen Juho Hamari Mimmi Sjöklint. “The Sharing Economy: Why People Participate in Collaborative Consumption”. In: (2015).
- [5] *Come faccio a diventare un Superhost?* URL: <https://www.airbnb.it/help/article/829/come-faccio-a-diventare-un-superhost>.
- [6] *Prenota alloggi e attività unici*. URL: <https://www.airbnb.it/>.
- [7] *10 Airbnb Competitors That You Should Know About*. URL: www.tripping.com/industry/rental-companies/9-airbnb-competitors-that-you-should-know-about.
- [8] Agenzia delle entrate Ufficio comunicazione. *Locazioni brevi: la disciplina fiscale e le nuove regole per gli intermediari*. 2017.
- [9] *Lavori preparatori dei progetti di legge*. URL: <https://www.camera.it/leg17/126?idDocumento=3564>.
- [10] *Comunicazione della commissione al parlamento Europeo, al consiglio, al comitato economico e sociale europeo e al comitato delle regioni: Un’agenda europea per l’economia collaborativa*. 2016. URL: <https://ec.europa.eu/transparency/regdoc/rep/1/2016/IT/1-2016-356-IT-F1-1.PDF>.
- [11] Georgios Zervas, Davide Proserpio e John W. Byers. “The Rise of the Sharing Economy: Estimating the Impact of Airbnb on the Hotel Industry”. In: (2016).
- [12] Danielle Kerrigan David Wachsmuth David Chaney, Andrea Shillolo e Robin Basalaev-Binder. “The High Cost of Short-Term Rentals in New York City”. In: (2018).
- [13] Ingrid Gould Ellen Peter Coles Michael Egedal, Xiaodi Li e Arun Sundararajan. “Airbnb Usage Across New York City Neighborhoods: Geographic Patterns and Regulatory Implications”. In: (2017).
- [14] Chiara Farronato e Andrey Fradkin. “The welfare effects of peer entry in the accommodation market: the case of Airbnb””. In: (2018).
- [15] Benjamin G. Edelman Damien Geradin. “Efficiencies and regulatory shortcuts: how should we regulate companies like Airbnb and Uber?””. In: (2015).

- [16] Joel Voelz Venoo Kakar Julisa Franco e Julia Wu. “The Visible Host: Does Race guide Airbnb rental rates in San Francisco?” In: (2016).
- [17] Camille Grivault Kassoum Ayouba1 Marie-Laure Breuille e Julie Le Gallo. “Does Airbnb Disrupt the Private Rental Market? An Empirical Analysis for French Cities””. In: (2019).
- [18] Edward Kung Kyle Barron e Davide Proserpio. “The Sharing Economy and Housing Affordability: Evidence from Airbnb””. In: (2017).
- [19] Zaiyan Wei Wei Chen e Karen Xie. “The Battle for Homes: How Does Home Sharing Disrupt Local Residential Markets?””. In: (2019).
- [20] Maximilian Schafer Tomaso Duso Claus Michelsen e Kevin Tran. “Airbnb and Rents: Evidence from Berlin””. In: (2019).
- [21] Keren Horna e Mark Merantea. “Is Home Sharing Driving Up Rents? Evidence from Airbnb in Boston”. In: (2017).
- [22] Mariona Segù. “Do short-term rent platforms affect rents? Evidence from Airbnb in Barcelona””. In: (2018).
- [23] Stephen Sheppard e Andrew Udell. “Do Airbnb properties affect house prices?” In: (2016).
- [24] URL: https://wwwt.agenziaentrate.gov.it/geopoi_omi/index.php.
- [25] *Indice ISTAT dei prezzi al consumo per le famiglie di operai e impiegati*. URL: <http://www.po.camcom.it/news/indice/indice.php>.

Ringraziamenti

Beh.. che dire! Se dovessi mettermi a ringraziare per bene e come è giusto che sia tutti quelli che mi sono stati accanto in questi lunghi anni, scriverei quasi l'equivalente di questo lavoro di tesi. Per tale motivo cercherò di essere più sintetica possibile, anche se solitamente non mi riesce molto bene.

I momenti in cui ho pensato di mollare tutto e di non potercela fare sono stati molti, anzi forse hanno costituito la maggior parte del mio iter. Fortunatamente ho sempre avuto accanto le persone giuste che mi hanno guidata ed incoraggiata affinché questo non potesse accadere.

Ovviamente non posso non iniziare con il ringraziare tutta la mia famiglia, un riferimento importantissimo nella mia vita senza la quale non sarei quella che sono; in particolare vorrei ringraziare tantissimo i miei genitori, a cui ho anche deciso di dedicare quest'intero lavoro di tesi. I sacrifici che hanno fatto affinché io arrivassi fino a questo grande traguardo sono stati davvero tanti, ma nonostante tutto non mi hanno mai fatto sentire il peso di nulla e mi hanno sempre appoggiato e spronato ad andare avanti. Inoltre nonostante la lontananza, hanno sempre fatto in modo che io li sentissi qui vicino a me, e questo è stato fondamentale per la riuscita di questo percorso. Non posso dimenticare la presenza di mia mamma che ad ogni sessione d'esame era pronta a scappare da me e a sostenere quelli che erano i mesi più critici dell'anno, o le venute di mio padre nei week end solamente per fare qualche lavoro in casa così che io mi potessi concentrare esclusivamente sullo studio e su nient'altro.

Però poi c'è stato chi, specialmente in questi due anni di magistrale, ha vissuto 24 ore su 24 accanto a me, e vi posso assicurare che non è una cosa per nulla semplice. Non ho nemmeno le parole sufficienti per ringraziare colui che rende la mia vita speciale, che mi sostiene per qualsiasi cosa e che mi ha aiutato in maniera sproporzionata in questo percorso sia praticamente ma soprattutto mentalmente. Il mio Matti è semplicemente la mia metà, colui che mi completa e che arriva lì dove io non riesco e proprio per questo che grazie a lui sento che non mi manca niente e sono riuscita ad affrontare tutti i mostri che ho incontrato in questo periodo.

Poi ci sono tutti gli amici che ho conosciuto durante e grazie a questa esperienza, chi sin dal principio e chi un po' dopo ma che comunque sono stati miei compagni di viaggio ed ognuno di loro ha contribuito in qualche modo. La prima persona che ho conosciuto sin dal primo momento in cui ho messo piede al politecnico è stata Cribi. La considero la mia mamma di Torino, un'amica sempre pronta ad ascoltarmi, a farmi ragionare con la quale ho scoperto come affrontare una nuova avventura lontano da casa e in un ambiente immenso rispetto a quelli da cui siamo cresciute.. ma soprattutto era lei a cucinarmi tutte le cose buonissime che solitamente fanno le

mamme e le nonne e che io non saprei nemmeno da dove iniziare :P.

Poi c'è Ralli, quando ci siamo conosciute abbiamo subito capito di essere così tanto diverse ma è stato proprio questo che ci ha unite così tanto, e proprio per questo ci siamo sempre completate a vicenda. Mi ha aperto gli occhi su tante cose, mi ha fatto conoscere un mondo a me sconosciuto e soprattutto mi ha dato la forza per reagire a tante situazioni in cui mi sentivo bloccata.

Capita di conoscere qualcuno che hai sempre notato e che avevi idealizzato in tutt'altro modo, è questo il caso di Ele. E' stata una bellissima scoperta per me, ed è diventata sin da subito un'amica speciale che nonostante il non riuscire a vedersi così spesso come vorremmo, non è mai mancata nelle tappe fondamentali e non mi ha fatto mai mancare le dritte necessarie su come affrontare al meglio il mio percorso.

C'è chi invece è arrivata quasi alla fine di questo percorso ma che è riuscita ugualmente a lasciare un segno. Sto parlando di Giada. Così tanto simile a me, ossessionate ed ansiate dalle stesse cose ma che è stata in quel poco tempo che abbiamo condiviso insieme un grandissimo ed efficientissimo aiuto e sostegno.

Come non ringraziare tutti gli altri compagni di avventura di questo lunghissimo percorso.. Fede e Giovi, con cui abbiamo condiviso l'anno universitario più bello, ovvero il primo e da lì è rimasta un'immensa amicizia che ci unisce; Marco, legati fino all'ultimo esame della triennale; i compagni degli infiniti progetti Vale, Soni, Matteo ed Ale.

Inoltre ci sono anche quelle amicizie che ti crei fuori dall'ambiente universitario e che poi in un modo e nell'altro contribuiscono al raggiungimento del tuo traguardo. Per tale motivo vorrei ringraziare la mia biji, amica che ha affrontato con me mille pene ma che non mi ha mai abbandonata e che soprattutto non è mai scappata di fronte alle mie debolezze; Marco e Salvatore, compagni di infinite uscite e di mangiate insieme; Annalisa, compagna e amica sin dal primo momento in cui ci siamo conosciute al liceo e che tutt'oggi sento sempre vicina a me; Elisa e Claudia le mie amiche dell'infanzia e di vita.

Adesso è arrivata l'ora di ringraziare lei.. mia sorella (non di sangue ma per scelta), che il destino o forse è meglio dire che la maestra d'asilo, mi ha fatto conoscere ben 24 anni fa. Ebbene sì, quello è stato un miracolo così grande da non riuscire nemmeno ad esprimere quanto io ne sia grata. E' come quando sai che comunque vada, avrai delle certezze nella vita, e lei è proprio una di quelle. Siamo cresciute insieme, abbiamo sbagliato insieme e siamo ancora qui con un legame che cresce sempre di più con il passare del tempo, un pò difficile da credere, ma è proprio così. Poi come se non bastasse, in quest'ultimo anno mi ha donato un'emozione così immensamente grande che non sto nemmeno qui a provare a spiegare perchè tanto non riuscirei nemmeno a rendere l'idea.. Quest'emozione però ha un nome e si chiama Giovanni. Non potete capire come un esserino così piccolo riesca a portare agli altri ma soprattutto a me così tanto amore da far perder completamente la testa. Per tutto questo, per tutto quello che è stato e per tutto quello che sarà, grazie!

Grazie anche alla mia seconda mamma Giusy, anche lei sempre presente nella mia vita, a Nino che infonde sempre allegria ogni qualvolta mi stia accanto. Grazie alle mie splendide nonne che mi viziano, a tutti i miei zii ma in particolare a mio zio Pino, Karen e Giovanni e a Mauro, che ho sempre considerato un mio zio acquisito.

Infine, ma non di importanza, anzi.. voglio ringraziare la cugina migliore che potessi desiderare, il mio Sarozzo, che ho visto crescere ma nello stesso tempo ho visto diventare grande molto prima di quando lo diventassi io, che ho sempre stimato, apprezzato ed ammirato non solo perché siamo legate dallo stesso sangue ma proprio perché è una persona fantastica che spessissimo riesce a farmi ragionare ed ad indirizzarmi, e per tutto questo le sono veramente grata di essere presente nella mia vita.

Adesso penso davvero di aver finito, o almeno credo.. e soprattutto spero di non aver dimenticato nessuno. Se così fosse mancherà qui in queste pagine ma non sicuramente nella mia vita.

Per ultimo (e questa volta veramente) non posso non ringraziare immensamente la mia relatrice di tesi, la professoressa Laura Rondi, per essere sempre stata sempre super disponibile e presente durante la stesura di questo lavoro di tesi ed anche Raffaele per le dritte e per gli aiuti che sono stati fondamentali.