

POLITECNICO DI TORINO

Collegio di Ingegneria Gestionale

Corso di Laurea Magistrale in Ingegneria Gestionale

L'impatto del Covid-19 su Airbnb

Comportamenti strategici e profili di prenotazione nelle città di
Roma e Milano



Relatore:

Prof. Luigi Buzzacchi

Correlatore:

Prof. Francesco Luigi Milone

Candidato:

Federico Miraglio

Anno accademico 2020-2021

INTRODUZIONE

La situazione straordinaria attuale è al centro di molti dibattiti a causa del forte impatto che il Covid-19 ha avuto nella gran parte dei settori. Oltre alla sanità infatti anche la sfera economica è messa a dura prova dal rapido ed improvviso imporsi della pandemia.

Uno dei settori più colpiti è stato senza dubbio quello turistico a causa soprattutto degli interventi governativi stringenti. Il fenomeno Covid-19 infatti ha messo in ginocchio l'economia globale come non succedeva da decenni e la criticità delle conseguenze non è ancora del tutto quantificabile.

In epoca moderna infatti è la prima volta che si assiste ad una criticità simile e gli effetti sono drastici; questo è in parte imputabile anche al forte aumento degli spostamenti negli ultimi anni.

Il seguente elaborato, dopo aver introdotto nel primo capitolo l'importanza e la crescita della Sharing Economy e soprattutto del colosso Airbnb, riporta il contributo fondamentale che riveste il turismo nella composizione del PIL globale. In seguito è oggetto di studio l'effetto pandemico sui principali settori economici con particolare attenzione a quello turistico. A questo punto la lente di ingrandimento si focalizza sulla piattaforma Airbnb separando la situazione pre-pandemica e, in seguito, gli effetti del Covid-19 sui due lati del mercato: nel secondo capitolo infatti è riportata un'analisi descrittiva sia dal punto di vista dell'offerta che da quello della domanda.

Infatti è dedicata particolare attenzione ai cambiamenti interni alla piattaforma: negli ultimi anni il ruolo di host ha subito una forte trasformazione fino a diventare una nuova forma di imprenditoria.

Al fine di inquadrare al meglio la situazione il documento riporta diversi studi focalizzati su host e guest anche se, data l'attualità del fenomeno, la letteratura riguardante la pandemia risulta spesso incompleta.

In questa sezione dell'elaborato sono riportate le analisi che inquadrano i precisi eventi protagonisti del calo delle prenotazioni nella piattaforma oltre al cambiamento del modello di business e del già citato ruolo di host che ha vissuto Airbnb negli ultimi anni.

Al termine del capitolo è riportata la descrizione delle policy di cancellazione presenti sulla piattaforma turistica che caratterizzano buona parte della successiva analisi.

Il terzo capitolo infatti ha come obiettivo analizzare l'effetto pandemico sulle due maggiori città turistiche italiane: Roma e Milano.

La prima sezione è dedicata al contrasto tra la vorticoso crescita della piattaforma nelle due città registrata negli ultimi anni, dal lato delle prenotazioni e delle property disponibili, e l'improvviso calo del 2020. La criticità è sottolineata dall'andamento dei ricavi negli anni studiati dal 2016 al 2020. Ancora una volta l'attualità della situazione analizzata permette di svolgere le analisi fino al mese di agosto 2020 utilizzando i dataset completi di AIRDNA.

Dopo una prima fase volta a descrivere la situazione critica si svolgono alcune analisi con lo scopo di individuare cambiamenti e nuovi trend interni alla piattaforma: la forte instabilità del periodo infatti potrebbe causare nuovi atteggiamenti di host e guest.

Un primo approfondimento infatti riesce ad individuare sia nella città di Milano che in quella di Roma andamenti anomali dei ricavi relativi alle prenotazioni in base alle policy di cancellazione. Ciò è permesso dall'introduzione di diversi indici che tentano di eliminare gli effetti del drastico calo di prenotazioni.

Dopo questo primo studio, ne è introdotto un altro che si pone come obiettivo quello di individuare il motivo principale del calo di ricavi e ciò permette l'introduzione di ulteriori indici.

Infine è effettuata un'ulteriore analisi incentrata non più sulle policy di cancellazione ma sul periodo.

L'elaborato si conclude con alcune riflessioni basate sugli studi svolti e sulla possibile continuità dei nuovi trend individuati anche in un periodo post-pandemico.

INDICE

1. LA SHARING ECONOMY E AIRBNB	8
1.1 SHARING ECONOMY	8
1.2 AIRBNB	12
1.2.1 LA STORIA	12
1.2.2. BUSINESS MODEL	14
1.2.3 S-SHAPE	16
1.2.4 CULTURA AZIENDALE E CARATTERISTICHE DEL SERVIZIO	18
1.2.5 DESIGN DEL SERVIZIO	19
1.2.7 CARATTERISTICHE DEL SERVIZIO	21
2. SETTORE TURISTICO E AIRBNB IN PERIODO COVID19	23
2.1. EFFETTI ECONOMICI DELLA PANDEMIA	23
2.2. IL SETTORE TURISTICO	27
2.3. IMPATTO DELLA PANDEMIA SUL SETTORE DELL'OSPITALITA'	29
2.3.1. DOMANDA	32
2.3.2. OFFERTA	36
2.3.2.1. INQUADRAMENTO ECONOMICO	36
2.3.2.2. TRASFORMAZIONE DELLA PIATTAFORMA E RUOLO DI HOST	39
2.3.2.3. DIVERSI HOST, DIVERSE REAZIONI	41
2.4. RISPOSTE DI AIRBNB	45
2.5 POLICY DI CANCELLAZIONE AIRBNB	47
3. ANALISI	51
3.1 DATI E METODOLOGIA DI STUDIO	51
3.2 DATASET ITALIANO E METODOLOGIA DI STUDIO	52
3.3. MILANO	53
3.3.1 IL TURISMO A MILANO	53
3.3.2 ANALISI DESCRITTIVA	54
3.4 ROMA	58
3.4.1 ANALISI DESCRITTIVA	59
3.5 PRENOTAZIONI E POLICY DI CANCELLAZIONE	63
3.5.1 MILANO	64
3.5.2 ROMA	67
3.5.3 CONSIDERAZIONI	69
3.6 INDICATORI DI PERFORMANCE	71
3.7 PROPRIETA' PRENOTATE	75

3.8 PRESENZA E PERFORMANCE DEGLI HOST IMPRENDITORI	82
3.8.1 MILANO	83
3.8.2 ROMA	84
3.8.3 OSSERVAZIONI	85
3.9 PERIODO DI PRENOTAZIONE	86
3.9.1 METODOLOGIA DI STUDIO E ANALISI DELLE CITTA'	86
3.10 RELAZIONE TRA POLICY DI CANCELLAZIONE E PERIODO DI PRENOTAZIONE	94
3.10.1 MILANO	95
3.10.2 ROMA	98
3.10.3 OSSERVAZIONI	100
CONCLUSIONE E POSSIBILI SCENARI FUTURI	102
ALLEGATI	105
BIBLIOGRAFIA	112

1. LA SHARING ECONOMY E AIRBNB

1.1 SHARING ECONOMY

Nell'attuale contesto globale, caratterizzato da una forte urbanizzazione e industrializzazione, una crisi economica diffusa, una popolazione mondiale in crescita soprattutto nelle aree urbane e una crescente attenzione per il tema della sostenibilità ambientale e la ricerca di fonti alternative, si stanno diffondendo risposte di adattamento quasi inimmaginabili fino a qualche anno fa: nuove pratiche, più aperte, trasparenti e partecipative, basate su condivisione e collaborazione; nuovi modelli di servizio che consentono alle persone di scambiare e condividere beni, spazi e competenze, promuovendo stili di vita che prediligono il risparmio, la redistribuzione del denaro e la socializzazione.

Questi nuovi modelli hanno dato vita alla diffusione di un fenomeno nato negli USA intorno al 2008 e sviluppatosi rapidamente nel resto del mondo nel 2013: la sharing economy.

L'economia della condivisione, detta anche consumo collaborativo, consiste appunto in un nuovo approccio all'economia che permette a gruppi di utenti di rapportarsi direttamente tra loro grazie alla creazione di relazioni sociali e alla messa in comune di beni o servizi.

Questa doppia traduzione è data dalla ricchezza del vocabolario italiano che permette alla parola sharing di assumere due significati:

- Collaborazione: un concetto che ha come punto chiave la rete di relazioni.
- Condivisione: concetto basato sull'importanza della comunità.

In modo più pratico si può considerare un nuovo modello in cui i diversi processi di progettazione, organizzazione ed erogazione non sono in mano ad un ente terzo, bensì agli utenti stessi che realizzano ciò tramite l'utilizzo di piattaforme.

Lo sviluppo e la diffusione rapida di questo fenomeno, come accennato in apertura, può essere motivata dal comportamento dell'uomo che, soprattutto dopo l'ultima crisi economica, ha sempre più necessità di nuove fonti di guadagno e di creare rapporti di fiducia. Per questo si può introdurre una nuova visione economica che mostra il concetto di proprietà e acquisto sostituito da quello di riutilizzo e condivisione; ciò è inevitabilmente accompagnato dal costante sviluppo tecnologico.

Si riporta una prima definizione di Barberis e Chiratti (2016) che riassume il concetto come "un nuovo sistema economico con radici antiche, caratterizzato dall'elemento della condivisione, della fiducia e della relazione, che si esprime in un rapporto normalmente tra pari, mediato da una piattaforma digitale. Un sistema che, attraverso una circolazione delle informazioni più efficiente, aumenta sensibilmente la produttività dei beni e servizi a cui si ha accesso e riduce l'impiego delle risorse, tutelando l'ambiente".

Si giunge quindi all'individuazione dei tre drivers di sostenibilità che hanno contribuito alla diffusione di questa economia innovativa:

- Drivers economici: la sharing economy vede la sua nascita in un contesto particolare di crisi economica mondiale. Il reddito medio e di conseguenza la spesa media del consumatore diminuisce e nasce il bisogno di fonti di guadagno alternative generate da beni sottoutilizzati.
- Drivers sociali e ambientali: essi consistono nel bisogno di una popolazione non abituata ad abbassare il proprio tenore di vita di reagire alla crisi aprendo la mente alle novità e adottando sempre più un senso di appartenenza e rispetto dell'ambiente. Un fattore sociale indubbiamente rilevante consiste nell'incremento demografico degli ultimi anni. L'importanza di un'economia sostenibile riveste un ruolo sempre più cruciale.
- Drivers tecnologici: questi fattori rivestono il ruolo probabilmente di maggior spicco per la realizzazione concreta di questo modello, in quanto l'apertura di internet a sempre più persone ha permesso alle aziende di raggiungere tutti migliorando continuamente le proprie performance e le esperienze degli utenti grazie all'enorme mole di dati raccolti.

Dopo aver introdotto i fattori che hanno favorito la diffusione del modello è lecito tentare di definirlo. Oggi si tende a definire sharing economy qualsiasi economia basata su una piattaforma solitamente online tramite cui si incontrano domanda e offerta degli utenti tra beni o servizi posseduti o desiderati.

Tuttavia data la novità del fenomeno, il dibattito sull'individuazione di una definizione precisa e univoca è molto acceso; è possibile però analizzare le più attinenti oltre a quella riportata in precedenza:

-L'Oxford Dictionary considera la sharing economy come "un sistema economico i cui beni e servizi sono condivisi tra individui privati attraverso Internet (o le piattaforme) in maniera gratuita o a pagamento". Grazie alla sharing economy è possibile noleggiare o condividere con un altro utente qualsiasi bene che non sia usato al 100%, o in alternativa condividere servizi che consentono l'utilizzo da parte di più utenti contemporaneamente.

- Rachel Botsman la definisce come "un sistema economico basato sulla condivisione di beni e servizi sottoutilizzati tra gli individui, gratis o a pagamento".

-Arun Sundararajan ritiene che la sharing economy sia un capitalismo basato sulla folla e la collettività: l'imprenditorialità non è più una caratteristica di alcune persone, ma è distribuita tra tutta la popolazione. Aggiunge inoltre che l'economia della condivisione non sia una novità, anzi, abbia le sue radici più profonde ai tempi in cui il denaro non esisteva e gli individui adoperavano il baratto come fonte di scambio. In questo caso è facile notare un'analisi da un altro punto di vista: infatti per la prima volta si parla di un nuovo modello in cui è concessa a tutti la possibilità di intraprendere un business grazie appunto allo sviluppo delle piattaforme.

Infine unendo le diverse definizioni è possibile individuare le caratteristiche di questa nuova forma di economia:

- Il ruolo centrale delle piattaforme

- La presenza di beni sotto utilizzati e minimizzazione degli sprechi
- La presenza di utenti disposti a condividere beni

I settori in cui in questi ultimi anni ha preso piede la sharing economy sono ovviamente molteplici, dall'affitto di appartamenti alla condivisione di un mezzo di trasporto, ma in ogni caso in ognuno di essi è possibile identificare delle caratteristiche comuni.

I principi che hanno consentito al modello di avere successo sono quattro:

- Massa critica: questa descrive il valore soglia oltre il quale il sistema è in grado di autosostenersi. Il raggiungimento di tale soglia è fondamentale per il funzionamento del modello. La massa critica è funzione di diversi fattori: la semplicità di utilizzo della piattaforma, l'incentivo ad utilizzare questa piuttosto che un'altra... tutto ciò per attrarre un primo gruppo di "utilizzatori" che garantiscano un ottimo livello di "pubblicità" e infondano fiducia nei nuovi utenti. Il mancato raggiungimento della massa critica comporta inevitabilmente il fallimento.
- Importanza della capacità inutilizzata: con ciò si intende la percentuale di tempo in cui un bene non è utilizzato. Più questo è alto maggiore sarà l'incentivo ad affittarlo garantendo un'entrata al proprietario e un risparmio (causato dal mancato acquisto, manutenzione... del bene) all'altro utente.
- Credenza "in the commons": possibilità di avere a disposizione beni in comune che possono essere utilizzati appunto dalla comunità.
- Fiducia: questa caratteristica è centrale nella sharing economy in quanto viene meno l'esistenza di un controllore, quindi le due parti che interagiscono tramite la piattaforma hanno la necessità di una fiducia reciproca. Questo nasce dalle esperienze passate e dal rispetto delle regole della community.

Dopo avere affrontato i principi su cui si regge il modello è interessante classificare le diverse tipologie in base alle differenze sull'erogazione e l'utilizzo dei beni o servizi.

Il primo modello e anche il più comune è quello peer-to-peer (P2P), ovvero tra pari, che prevede infatti la relazione tra utenti sullo stesso livello. In questo modo ogni utente ha un doppio ruolo sia di produttore che di consumatore. Un cittadino che usufruisce di un servizio infatti ha la possibilità di condividere la propria capacità inutilizzata diventando così un produttore. Il primo esempio del P2P risale addirittura agli anni '90 con la nascita di Ebay.

Un altro approccio prende il nome di business-to-consumer (B2C). In questo caso invece un'azienda mette a disposizione beni o servizi al consumatore finale che ne usufruisce in modo diretto tramite una piattaforma online. L'esempio più lampante può essere il car-sharing in cui un soggetto ha la possibilità di usufruire di un mezzo tramite un'applicazione in caso di necessità senza sostenere i costi di acquisto e manutenzione.

Un terzo approccio è definito invece business-to-business (B2B) e riguarda il rapporto interaziendale per il quale sono condivise tutte le informazioni come dati o cataloghi di inventario.

L'ultimo scenario possibile è quello definito Consumer-to-business (C2B) che consente alle aziende di trarre vantaggio dai consumatori e viceversa. Questi infatti producono e mettono a disposizione un determinato prodotto o servizio alle aziende gratuitamente o in cambio di un compenso.

Dopo aver elencato le diverse classificazioni è dunque possibile individuare precisamente l'ambito in cui si svolgerà l'elaborato, ovvero la rental economy, che fa parte dell'economia della condivisione ed ha come punto chiave l'affitto di un bene (rent). Molte piattaforme hanno provato in questi ultimi anni ad acquisire fette di mercato ma il protagonista è senza dubbio Airbnb.

1.2 AIRBNB

Airbnb è una piattaforma online operativa dal 2009 che mette in comunicazione gli host con gli ospiti, ovvero chi mette a disposizione una proprietà e chi è alla ricerca di una stanza o un appartamento per soggiornare durante il proprio viaggio. Funge da intermediario, favorendo l'incontro tra l'offerta e la domanda, e da community permettendo di interagire con gli altri utenti. Le soluzioni abitative proposte sono ormai di tutti i tipi: da una semplice stanza in un appartamento abitato da altri, a interi appartamenti, a case indipendenti o immobili, anche di notevole pregio. Il target del pubblico, d'altra parte, è composto da chi cerca un soggiorno breve, per turismo, lavoro o studio, e richiede di avere le comodità di una casa ad un prezzo conveniente. La semplicità di utilizzo e la diffusione capillare delle abitazioni presenti nel suo database ne hanno decretato il successo, portando il servizio a diventare il più utilizzato del suo genere a livello globale.

1.2.1 LA STORIA

Nell'ottobre 2007 a San Francisco, durante la conferenza annuale organizzata dalla Industrial Design Society of America, a causa dell'eccessivo numero di persone presenti, si verificò una carenza di disponibilità di camere d'albergo. Due coinquilini neolaureati, Brian Chesky e Joe Gebbia, in evidenti difficoltà economiche, decisero di approfittare della situazione trasformando una stanza della loro casa in una camera per gli ospiti.

Pubblicarono un annuncio per affittare posti letto a gente sconosciuta, mai vista prima, offrendo anche la colazione al mattino successivo. Avendo carenza di letti acquistarono tre comodi materassini gonfiabili (airbed) al prezzo di 20€ l'uno, pronti così ad accogliere chiunque avrebbe risposto al loro annuncio. Crearono quindi un semplicissimo sito web, chiamato airbedandbreakfast.com, tramite cui iniziarono a pubblicizzare la stanza. Trovarono in un colpo solo la soluzione a più problemi: ottenere un'entrata in più per pagarsi l'affitto, risolvere in parte il problema della mancanza di camere d'albergo disponibili e conoscere nuove persone con cui fare amicizia e condividere esperienze. L'accaduto li convinse che quella poteva rivelarsi un'idea vincente.

L'anno successivo, approfittando del Congresso nazionale democratico a Denver a cui avrebbe partecipato anche Obama, rilanciarono l'idea offrendo un alloggio a breve termine, colazione e anche un'opportunità di networking aziendale unica, forti della precedente esperienza a San Francisco. Decisero di avvalersi dell'aiuto di Nathan Blecharczyk, ex coinquilino di Joe ed esperto informatico e di avviare la prima piattaforma di lancio: nell'agosto del 2008 il sito venne lanciato ufficialmente. Per finanziare la loro attività, inoltre, lanciarono una serie "limitata" di cereali ispirati proprio a Obama e McCain (candidato del Partito Repubblicano): anche in questo caso l'idea ha successo e permette loro di racimolare circa 30 mila dollari.

Dopo qualche difficoltà nel trovare finanziatori disposti a collaborare, la svolta si ebbe nel gennaio del 2009, quando Paul Graham, venture capitalist e co-fondatore dell'incubatore Y-Combinator, si offrì di inserirli all'interno del proprio acceleratore di start-up.

Nel marzo del 2009 il nome della società divenne l'attuale e più agevole Airbnb e passarono dall'offrire solo stanze ad appartamenti, case ed alloggi per le vacanze. Inoltre, decisero di mettere una percentuale di guadagno su ogni prenotazione, cosa che permise loro di iniziare a guadagnare dalla loro attività. Tuttavia, il sito faceva fatica a generare utili sufficienti, restando fermo ad un guadagno medio di 200 \$ a settimana per alcuni mesi.

I problemi alla base del mancato decollo dell'impresa erano svariati, uno fra tanti la cattiva qualità delle foto delle stanze. La soluzione fu andare personalmente in ogni stanza in affitto a New York per fare delle foto che risultassero accattivanti ed interessanti per i potenziali clienti. Fu sufficiente questo accorgimento, che richiese un lavoro notevole, per raddoppiare i guadagni ed avviare una spirale virtuosa grazie alla quale Airbnb poté incontrare più pubblico e più investitori.

Nel 2010 venne lanciata l'app per iPhone e l'azienda registrò l'80% di prenotazioni in più dell'anno precedente, nel 2011 venne riconosciuta tra le più importanti aziende americane, nel 2012 oltre un milione di clienti utilizzò il servizio e la società venne valutata 20 miliardi di dollari.

Data la straordinarietà della situazione attuale tuttavia, Airbnb si trova ad affrontare il più grande ostacolo dalla sua nascita e sarà molto interessante studiare l'impatto della pandemia sull'ormai colosso americano. Tuttavia i numeri registrati nel periodo pre Covid19 sono rassicuranti e mostrano una crescita vertiginosa del vero protagonista della sharing economy: oltre 150 milioni di persone utilizzano Airbnb. La piattaforma, valutata 31 miliardi di dollari, è usata in 190 Paesi e 165.000 città, con una quota di 4 milioni di annunci (Sole24ore).

In dieci anni di attività gli host hanno incassato 41 miliardi di dollari grazie a 300 milioni di ospiti e 4.5 milioni di alloggi in 81 mila città. Ultimamente Airbnb ha iniziato a offrire esperienze e alloggi anche molto curati e costosi (Airbnb Plus), con servizi particolari, che lo hanno avvicinato a categorie di hotel più lussuose, un segmento che aveva lasciato scoperto finora. Questo aspetto, insieme a molti altri, sarà sviluppato con maggiore precisione più avanti nell'elaborato.



Figura 1.1 "Il logo di Airbnb negli anni"

1.2.2. BUSINESS MODEL

La struttura del modello di business di Airbnb è rappresentata dal modello delle two-sided online platform ed in particolare sulla configurazione Peer to peer già introdotta in precedenza. Questa tipologia di piattaforma consente a due gruppi di clienti di interagire creando simultaneamente valore per sé stessi e per gli altri.

Ciò che caratterizza questo modello di business è che ciascun attore ottiene un vantaggio nell'aumento del numero di utenti dell'altra parte. In particolare, per Airbnb i due gruppi di utenti sono i *Proprietari* (Hosts) e *Turisti* (Guests).

Jeroen Hoskman e al.(2016) hanno individuato i drivers che hanno favorito la rapida diffusione della piattaforma:

- Pubblicità forte e incisiva: “Live like a social”;
- Facilità di utilizzo e accesso e creazione di un mercato di fiducia con il rapporto P2P;
- Potenzialità della rete che porta molti vantaggi di scala;

La problematica principale dei mercati two-sided consiste nello sbilanciamento delle due parti, rendendone una più “forte” e una più “debole”. La piattaforma ha il compito di ridurre questo gap facendo avvenire gli scambi in condizioni favorevoli per entrambi i gruppi. Airbnb agisce su entrambi i versanti dei clienti creando un perfetto equilibrio.

Per i Guests (lato debole del mercato):

- Dà la possibilità di prenotare appartamenti/case ad un prezzo minore rispetto ad alberghi e strutture turistiche convenzionali.
- È estremamente semplice da utilizzare grazie ad un'interfaccia facile da comprendere.
- Il cliente ha piena informazione: conosce qual è il prezzo della stanza e la percentuale indirizzata ad Airbnb, ha tutte le informazioni sul proprietario ed eventualmente può contattarlo, ha a disposizione recensioni di utenti passati, è a conoscenza del periodo di disponibilità dell'appartamento, il numero massimo di persone che può ospitare e una panoramica dell'ambiente attraverso una sequenza numerosa di fotografie, sia per quanto riguarda l'esterno sia per quanto riguarda l'interno.
- Con Airbnb il turista può vivere un'autentica esperienza locale entrando a contatto con gli abitanti del luogo e la loro cultura. Per esempio, *Airbnb Experience* offre veri e propri pacchetti, permettendo ai viaggiatori di beneficiare di tantissime attività organizzate dalle persone del luogo di vacanza.

Per gli Hosts (lato forte del mercato):

- Consente la generazione di maggiori profitti rispetto agli affitti ordinari
- È facile da utilizzare.

- Ha un ottimo strumento di gestione delle prenotazioni e dei calendari.
- Permette di verificare gli ospiti e scegliere chi ospitare.

La scelta dei prezzi è mirata a favorire il lato debole del mercato: Airbnb, come evidenziato nella *Figura 1.2*, tratterrà per sé il 3% dell'importo totale spettante all'host, e allo stesso modo richiederà al guest una percentuale variabile dal 6 al 12%, in aggiunta al prezzo finale dell'affitto, sotto la voce "costi per servizi". Tale importo non verrà rimborsato in caso di cancellazione della prenotazione. In seguito, attraverso l'analisi della curva ad S, si vedrà come in realtà il rapporto tra Airbnb e l'host sia cambiato nel corso del tempo, permettendo al colosso americano di dare maggiore flessibilità al visitatore annullando la prenotazione fino a 24 ore prima, penalizzando però gli host che rischiano così una perdita di ricavi considerata quasi certa. E' importante tenere a mente questo fattore, che sarà ripreso in seguito, in quanto rappresenta un aspetto molto interessante in questo periodo critico. E' possibile anticipare l'argomento con una considerazione: la politica di rimborso che già prima faceva sentire gli host poco tutelati dalla piattaforma stessa, ha causato moltissime critiche dopo l'enorme calo di prenotazioni in epoca Covid.

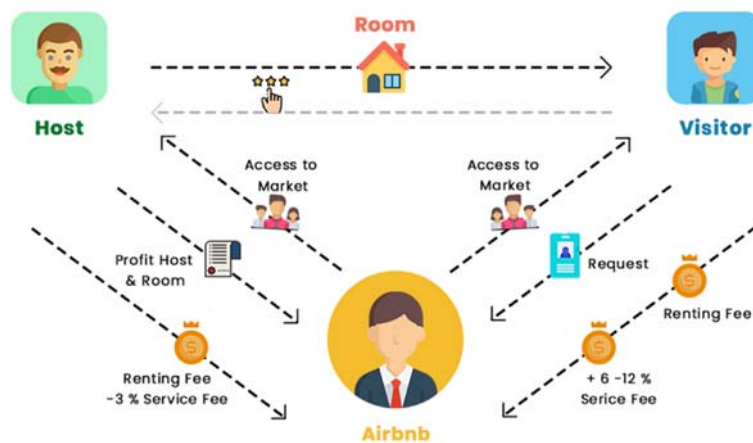


Figura 1.2 "Il Modello di Business di Airbnb"

1.2.3 S-SHAPE

Per meglio analizzare l'andamento della diffusione di Airbnb nel mercato si può riportare la curva a S che mostra la diffusione della piattaforma negli anni. Inoltre la seconda curva (curva di Rogers) presente nel grafico rappresenta le diverse categorie dei clienti dell'innovazione. Queste dipendono dalla natura del cliente stesso più o meno aperto all'innovazione.

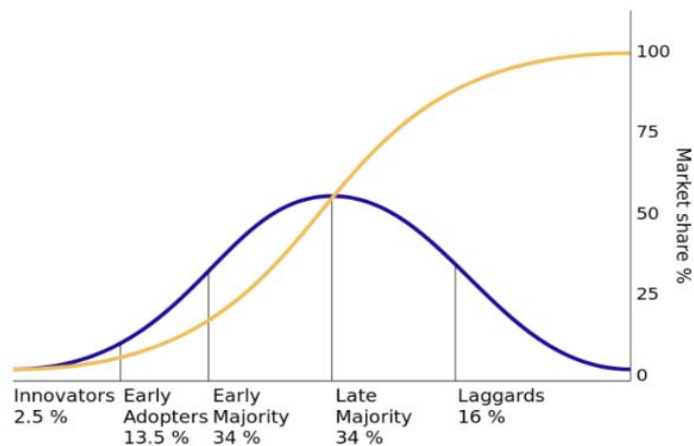


Figura 1.3 "S-Shape Airbnb"

Questa breve analisi può essere utile non solo per mostrare ancora una volta l'enorme scalata di Airbnb ma per contestualizzare la situazione in cui si inserisce l'elaborato: è importante infatti osservare le diverse peculiarità attuali che caratterizzano la piattaforma nel periodo critico che sarà oggetto di studio.

Attualmente non è ancora terminata l'espansione della piattaforma ed è molto difficile prevedere quando si arriverà agli ultimi fruitori, "Laggards".

Le diverse fasi sono:

- Innovators : essi rappresentano il 2,5% del totale degli utilizzatori e sono primi a credere nella piattaforma. La fase ha inizio con la nascita della piattaforma "Air Bed and breakfast" citata in precedenza nel 2007. In questa fase la nuova realtà iniziava la sua crescita grazie a diversi incubatori non disponendo ancora di sponsorizzazioni ad eventi internazionali
- Early Adopters: rappresentano il 13,5%. In questa fase, a circa un anno dalla sua nascita, la piattaforma era considerata un servizio essenzialmente per i Millennials, la nuova generazione, in cerca di un alloggio a basso costo e senza troppe pretese. In questa categoria si nota una grande capacità della piattaforma di intuire il trend e l'inserimento di esperienze

- non convenzionali e bizzarre: infatti oltre alle solite camere singole e condivise furono aggiunte proprietà particolari come castelli, igloo e case sull'albero;
- Early Majority: rappresenta il 34% del totale e di conseguenza insieme alla categoria seguente, il maggiore bacino d'utenza. L'inizio di questa fase può essere ricondotta a cavallo tra il 2011 e il 2012, anni in cui la piattaforma conquista enormi fette di mercato. La crescita delle prenotazioni in questa fase aumenta del 500% e il panorama europeo è protagonista. Infatti nel periodo considerato la quantità di affitti a breve cresce del 1000% in Italia, dell'800% nel Regno Unito e del 720% in Spagna. Proprio per questo rappresenta lo step fondamentale per l'affermazione a livello globale: questa crescita non vede crescere soltanto i ricavi degli host ma attira l'attenzione dei grandi investitori. Airbnb riesce a gestire in maniera efficiente le risorse combinando capitale proprio, proveniente da ricavi e da investitori senza snaturare la propria idea iniziale;
 - Late Majority: costituisce anch'essa il 34% del totale e in questa fase Airbnb riesce a trovare gli ingredienti giusti per l'ipercrecita (Gallagher,2012). Inizia nel 2012 ed è la fase in cui attualmente si trova la piattaforma. In questo segmento Airbnb cambia sede e aumenta incredibilmente i suoi numeri: si arriva a 2500 dipendenti (dato attualmente in calo per la pandemia), 12 milioni di host e 35000 città protagoniste. Proprio qui si nota un netto superamento della piattaforma su Uber, l'altro colosso della sharing economy.
 - Laggards: l'ultima categoria è caratterizzata dall'utilizzo della piattaforma da parte dei più "scettici" che ne usufruiscono a causa di mancanza di alternative. E' molto difficile valutare quando si entrerà in questa ultima fase poiché dipende da molte variabili tra cui l'espansione in zone poco conosciute, il tasso di sviluppo delle città, il tasso di adozione...

Anche precedentemente alla pandemia, che ha senza dubbio destabilizzato il settore, la situazione sul futuro del ruolo di Airbnb era incerta e oggetto di molte discussioni; nonostante ciò i fondatori sembravano sicuri di ulteriori successi.

"... nel 2028, tra dieci anni, gli ospiti che dormiranno nelle case messe a disposizione dagli utenti della piattaforma saranno un miliardo, ovvero un cittadino del mondo su otto. È un obiettivo scritto e annunciato." (Vlad Loktev, vicepresidente Airbnb, Jeroen Merchiers, responsabile Airbnb Europa, 2018).

Secondo le previsioni, gli arrivi turistici nel 2030 saranno circa 1,8 miliardi, il che significa che Airbnb si impegnerà a soddisfare la domanda di più di un viaggiatore su due. (Merchiers,2018). Se prima commentare queste affermazioni era complicato ora, a causa del periodo pandemico in atto, che sarà ampiamente trattato in seguito, risulta pressochè impossibile. Come tutti i settori infatti quello turistico non fa eccezione e le variabili da considerare per ipotizzare una ripresa parziale o totale sono molteplici.

1.2.4 CULTURA AZIENDALE E CARATTERISTICHE DEL SERVIZIO

Se si vogliono analizzare i fattori che hanno consentito un'ascesa così rapida e imponente alla piattaforma, non si può trascurare la cultura aziendale.

“Se viene meno la cultura, si rompe il meccanismo che sforna il prodotto” (Chesky, 2018).

In Airbnb la cultura aziendale ha un ruolo fondamentale per un preciso motivo: la fiducia è una conseguenza diretta e nella sharing economy consente di portare maggiore efficienza, consentendo di rendere meno complesse le procedure, più lievi le supervisioni e migliori le condizioni per l'innovazione. Al fine di mantenere la cultura al centro del progetto non solo sono stati necessari investimenti molto onerosi, ma alcuni comportamenti “fuori dagli schemi” sono ancora all'ordine del giorno. Un esempio molto curioso è dato dal fatto che Airbnb invia ancora mail ai dipendenti la domenica notte. L'incapacità di mantenere questa natura particolare e non convenzionale preoccupa i fondatori più di qualsiasi intervento normativo e fiscale. In una situazione di crisi come quella attuale la forte identità e particolarità del servizio possono essere fondamentali per la sopravvivenza della piattaforma.

1.2.4.1 CORE VALUES

Poco dopo la creazione di Airbedandbreakfast.com i fondatori analizzarono le ascese delle maggiori realtà e notarono in ognuna di esse un set di valori identificativi. Per questo motivo decisero di stilare una lista per mostrare i core values della piattaforma. Il primo passo fu specificare la propria mission: “offrire ai propri utenti un senso di appartenenza ovunque essi vadano nel mondo” (Chesky,2012).

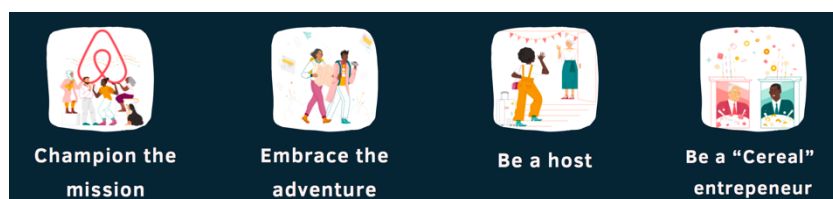


Figura 1.4 “Core Values Airbnb”

- Champion the mission: Airbnb non seleziona il personale in base alle buone competenze o a referenze particolari; la scelta avviene in base alla volontà di vivere una determinata missione facendola propria.

- Be a host: il secondo valore rappresenta il concetto su cui si basa la piattaforma: l'ospitalità. La voglia di aiutare gli altri deve essere un mantra, deve nascere l'idea di sentirsi a casa anche a migliaia di chilometri dalla propria residenza.
- Embrace the adventure: spesso le situazioni di ospitalità richiedono scelte e comportamenti coraggiosi e una predisposizione al cambiamento. Gli appartenenti alla community sono incitati ad uno stile di vita avventuroso.
- Be a "cereal" entrepreneur: l'ultimo valore è un invito ad essere sempre intraprendenti e a risolvere le situazioni di difficoltà con creatività.

Creare una solida cultura aziendale può senza dubbio contribuire al successo di una compagnia nel lungo periodo ma costituisce un costo alto che può penalizzare nel breve periodo. Questo lo si può notare nei primi anni di vita (2011) della piattaforma in cui la crescita era lenta (furono impiegati sei mesi per assumere il primo dipendente); in questo particolare periodo Airbnb dovette fare i conti con la nascita di diversi competitors.

1.2.5 DESIGN DEL SERVIZIO

Un primo aspetto che Airbnb sfrutta per differenziarsi dai competitors rappresenta una debolezza tipica del settore e consiste nell'iconicità e personalità del logo. Infatti, è possibile paragonare l'importanza del design degli annunci, delle foto delle proprietà e degli aspetti grafici con quelli famosi introdotti prima nei pc e poi negli smartphone da Steve Jobs con Apple. Il design rappresenta ormai una caratteristica inimitabile perché va oltre l'aspetto estetico e porta con sé una funzionalità e semplicità di utilizzo che non possono essere riprodotti. Airbnb è riuscito ad emergere anche grazie ad una cura maniacale del sito e dell'app: ogni minimo cambiamento è il frutto di un vero e proprio esperimento scientifico e la sua implementazione è seguita da un monitoraggio con successiva analisi di significatività statistica. In questo modo riuscì a primeggiare nel settore superando loghi privi di identità. Un altro aspetto molto importante è senza dubbio l'importanza del ruolo ricoperto dalla fiducia nella community: Airbnb al fine di aumentarla coinvolge gli interessati con esperienze che vanno oltre l'ospitalità agendo soltanto come intermediario oggettivo. Un esempio può essere il fatto che la piattaforma si impegna a pubblicare una recensione di un host o guest solo se la controparte l'ha pubblicata al fine di evitare pregiudizi in qualsiasi situazione. Inoltre gli utenti sono incentivati ad arricchire le proprie descrizioni con foto dettagliate e informazioni personali chiare utilizzando un numero limitato di caratteri. Questi sono solo alcune delle iniziative intraprese per seguire il Designing for Trust, ovvero l'utilizzo efficiente del design per sconfiggere lo stranger-danger. Airbnb ha ottenuto la fiducia della propria community ed essa riveste un ruolo fondamentale in un settore di condivisione e ospitalità.

Nel 2014 ci fu un rebranding in cui fu cambiata la grafica del sito online e del logo, il Belò (derivante da “to belong”, appartenere). Questo è molto caratteristico e supera il concetto di semplice immagine mostrando tutto ciò che Airbnb rappresenta.



Figura 1.5 “Composizione Logo Airbnb”

Il logo infatti ha in sé differenti significati: è composto da una “a” maiuscola in bianco su sfondo rosso (il colore del cuore, della passione e dell’amore). E’ utilizzato anche sulle mappe del sito per indicare i luoghi dove si trova ospitalità. Ricorda la forma di un cuore rovesciato, di una casa e, in forma stilizzata, di una persona felice con le braccia alzate e unite. Questa è la vera anima di Airbnb. E’ interessante notare la particolarità della campagna di rinnovamento della piattaforma: questa non doveva appartenere soltanto al reparto marketing, infatti fu messa a disposizione per tutti gli utenti un’app che consentiva di modificare a proprio piacimento il logo e di stamparlo sui più svariati oggetti come tazze, magliette...in questo modo tutti i membri della community si sono sentiti protagonisti nel progetto.

Un altro aspetto fondamentale che consentì ad Airbnb di rafforzare il legame con la propria community fu la forte presenza sui social network.

1.2.7 CARATTERISTICHE DEL SERVIZIO

Un aspetto fondamentale e vincente implementato dalla strategia di Airbnb consiste nel coinvolgimento del cliente che entra a far parte del processo aziendale. Emerge così un primo concetto di co-creazione: un'iniziativa strategica che riunisce diversi stakeholder per produrre un risultato di valore. Infatti, grazie alla creazione diretta di recensioni e commenti svolti da host e guest, essi entrano a far parte della catena di creazione di valore sostituendosi agli operatori della piattaforma. Questo aspetto rappresenta un doppio vantaggio: da un lato infatti diminuisce il personale necessario abbassando i costi, dall'altro coinvolge gli utenti ponendoli al centro del processo. Inoltre le recensioni godono di maggiore credibilità in quanto scritte dai membri stessi e non da dipendenti Airbnb che non giudicherebbero con la stessa oggettività.

L'host ha tutte le caratteristiche di un piccolo imprenditore: deve gestire il proprio marketing, il proprio servizio clienti e le prenotazioni. Proprio per questo motivo è in grado di aiutare Airbnb per migliorare e semplificare il design dell'applicazione. Proprio su richiesta degli host stessi infatti c'è stato un cambiamento del calendario sul sito web in modo da rendere più immediata e semplice la visualizzazione delle date disponibile e dei prezzi giornalieri.

Queste innovazioni sembrano banali ma aumentano l'efficienza della piattaforma: l'host riesce a gestire meglio le prenotazioni e di conseguenza ne soddisfa il più possibile, creando così un vantaggio per se stesso e per Airbnb. Un altro esempio è rappresentato dalle esperienze, nate nel 2015 e condivise dagli host per permettere ai visitatori di vivere situazioni tipiche del territorio. Questo concetto è stato molto utilizzato soprattutto in questo periodo critico, visto il crollo delle prenotazioni, in modo virtuale e ha riscosso un discreto successo; il loro rate reviews di cinque stelle (voto massimo) rappresenta il 92% dei casi. (Airbnb,2020)

Con questa nuova funzionalità Airbnb diventa il primo sito web che offre un'esperienza di viaggio olistico. È curioso ed interessante che, per rendere più affascinanti e personali le esperienze, la piattaforma presenti ogni esperienza con locandine disegnate su misura. Con queste nuove idee, la speranza dell'azienda è di stravolgere l'approccio convenzionale al turismo, come l'affitto di alloggi ha stravolto il settore dell'ospitalità.

Seppur le componenti di customizzazione del servizio sono meno presenti rispetto a quelli presenti nelle agenzie di viaggio a cui Airbnb ruba grosse fette di mercato, la piattaforma riesce ad offrire una buona personalizzazione del servizio tramite appositi filtri nelle ricerche degli utenti e alla memorizzazione dei dati degli iscritti. In questo modo il cliente riesce sempre a trovare immediatamente le proprie preferenze.

Un'altra forma di customizzazione citata in precedenza che Airbnb offre consiste nell'offerta di ulteriori servizi al cliente dopo la prenotazione. La piattaforma in questo modo completa il servizio arricchendolo con esperienze che l'utente può acquistare in modo immediato senza ulteriori ricerche.

Con il passare degli anni la piattaforma ha raggiunto una fluidità di processo tale da rendere il suo utilizzo immediato e accessibile a tutti senza interruzioni o disservizi per host e guest. Infatti, è riuscita a passare dall'offerta di semplici case in affitto ad un servizio end to end che copre tutti i passaggi per vivere un'esperienza completa.

Questo capitolo ha il compito di mostrare i punti di forza e le caratteristiche di Airbnb per tentare di individuare possibili scenari futuri dopo il periodo di forte criticità come quello attuale.

2. SETTORE TURISTICO E AIRBNB IN PERIODO COVID19

All'interno di questo capitolo sono affrontati i fattori critici in cui si sta imbattendo il settore turistico durante la pandemia del Covid19. Il punto di partenza serve ad inquadrare in generale la situazione economica attuale per poi addentrarsi nel settore turistico, di cui sono riportati i dati che ne dimostrano l'importanza globale.

Dopo aver inquadrato l'argomento si procede con un'analisi specifica delle piattaforme, in particolare di Airbnb, mostrando i problemi che stanno affrontando le parti coinvolte e i possibili scenari futuri. Al fine di comprendere meglio le differenze delle situazioni in cui si imbattono le piattaforme peer-to-peer da quelle dell'ospitalità tradizionale durante la pandemia, si procede ad analizzare i comportamenti e le reazioni degli attori coinvolti.

2.1. EFFETTI ECONOMICI DELLA PANDEMIA

In uno scenario in cui la globalizzazione permette il coinvolgimento di stati distanti geograficamente e culturalmente negli scambi commerciali, uno shock improvviso può avere un impatto importante su diversi aspetti. Così è accaduto infatti con l'imporsi di una nuova pandemia.

Il termine pandemia deriva dal greco antico e precisamente è composto dall'aggettivo "pan" che significa "tutto" e "demos" che significa popolo; quindi è immediato considerare che riguarda qualcosa che riesce a coinvolgere gran parte della popolazione. L'Organizzazione Mondiale della Sanità (OMS) definisce pandemia un'epidemia di un nuovo agente patogeno che si diffonde rapidamente da persona a persona in tutto il mondo. Infatti, dopo aver valutato le caratteristiche di diffusione del virus, l'OMS ha dichiarato l'11 Marzo 2020 il Covid19 una pandemia.

In epoche moderne una notizia del genere vede due fronti principalmente coinvolti: quello sanitario e quello economico. Se da una parte infatti deve essere combattuta una vera e propria guerra in campo ospedaliero, gli effetti sull'economia sono spesso paragonabili a quelli derivanti dai peggiori eventi storici, come crisi o guerre mondiali.

L'espandersi del Covid19 infatti ha avuto e continua ad avere un impatto devastante sull'economia globale. Dopo una fase iniziale in cui il virus era circoscritto in zone ben definite, la sua rapida diffusione ha costretto tutti gli stati ad intraprendere celeri misure più o meno restrittive, che nei momenti di maggiore criticità hanno portato al lockdown totale e allo stop del traffico aereo in entrata e uscita dal territorio.

Data l'attuale situazione di instabilità, non è possibile ottenere dei dati di ripresa economica sicuri e non lo è nemmeno accertare l'importanza del danno totale subito dall'economia globale. Essa peraltro, ad inizio 2020, prima ancora dello shock, non affrontava un periodo di grande floridità anzi, nonostante il supporto delle maggiori banche centrali, era piuttosto debole. (Istat, 2020)

Se a ciò si aggiunge l'affermarsi di una pandemia con una diffusione molto rapida e una contagiosità elevata, l'effetto sembra scontato. Infatti, nonostante l'impossibilità di redigere delle previsioni

certe già citata in precedenza, tutti gli studiosi sono pessimisti riguardo la situazione, indicando una recessione mondiale senza precedenti.

A maggio 2020, durante la prima ondata per la zona europea, la perdita stimata del PIL annuo mondiale si aggirava intorno al 3,1%, composto da un calo delle economie emergenti dello 0,9% e di quelle avanzate del 5,9%. Non sono sicuramente di buona prospettiva le analisi riguardanti l'eurozona che mostrano una perdita di prodotto interno lordo di oltre sette punti percentuali. Tutte queste considerazioni hanno alla base l'ipotesi che la pandemia si attenui nella seconda metà del 2020 consentendo ai mercati una rapida ripresa. (World Travel and Tourism Council, 2020)

Nonostante il tasso di mortalità del Covid19, nettamente più basso se rapportato alle ultime pandemie globali come l'Ebola (50%) o la SARS (10%), il diffondersi della malattia respiratoria ha portato a situazioni di una gravità mai vista prima. Questo è dovuto a molti fattori, su tutti sicuramente le caratteristiche del virus: l'alto tasso di contagiosità infatti ha portato in pochi mesi alla diffusione in tutto il mondo tramite viaggi e scambi commerciali e, di conseguenza, i vari governi si sono visti obbligati ad imporre misure drastiche di isolamento sociale e progressive chiusure.

Tuttavia riflettendo sulla globalizzazione in atto, anche rispetto a un ventennio fa, è normale pensare ad una situazione mai vista prima. Infatti in questi ultimi anni gli scambi commerciali e personali sono aumentati esponenzialmente favorendo lo sviluppo rapido di nuove fonti economiche e nuovi canali commerciali ma, in situazioni simili, anche la diffusione di un virus caratterizzato da una così alta contagiosità.

Nonostante le previsioni degli studiosi differiscano anche in maniera netta, quello che risulta ormai certo è che si sta verificando una situazione di recessione mai vista nell'ultimo secolo se non in caso di guerra mondiale o durante la grande recessione degli anni 30. Ciò è molto preoccupante per le prospettive di sviluppo se è considerato che è ancora ignoto il termine della situazione.

Se si vogliono analizzare con maggiore precisione gli effetti del Covid19 sull'economia globale. È possibile individuare tre canali di riferimento principali: (Exportiamo, Maria Chiara Migliaro, 2020)

- L'impatto diretto sulla produzione: la produzione è infatti danneggiata in primis in Cina, dove ha avuto inizio la diffusione del virus, e in modo simile in tutte le zone in cui i governi sono stati costretti ad imporre misure restrittive. Inoltre, già precedentemente alla diffusione e conseguente chiusura di zone asiatiche ed europee, è stato registrato un calo nelle zone in cui la Cina è la principale destinazione per l'export come per esempio il Giappone e la Corea del Sud.
- L'interruzione della supply chain e del mercato: al giorno d'oggi sono molte le realtà che fondano il proprio business sulle risorse intermedie importate dalla Cina e dalle altre nazioni colpite successivamente dalla pandemia per raggiungere i propri obiettivi finanziari. Di conseguenza la diffusione rapida della pandemia non ha causato un rallentamento solo nei paesi maggiormente colpiti, bensì è possibile notare una fase di stallo molto più ampia che impatta sulla produttività e profittabilità di tutte le aziende con una visione globale. Questo impatto è particolarmente consistente nelle aziende che operano nel settore manifatturiero e delle materie prime impiegate nei processi produttivi.

Dunque questo risulta essere una componente piuttosto critica in quanto la ripresa non dipende soltanto dal miglioramento della situazione di un singolo paese ma da quello globale.

- Impatto finanziario sulle aziende e sui mercati: per quanto riguarda l'ambito finanziario, molte aziende, soprattutto quelle che dispongono di liquidità scarsa o insufficiente, si trovano in una situazione di forte instabilità a causa dei danni subiti alle risorse e/o alla produzione.

Dunque, dopo aver valutato i canali di riferimento su cui la pandemia ha avuto e ha tuttora un impatto significativo, è importante notare come la soluzione a ciò, ovvero la ripresa del commercio internazionale, sia un parametro molto difficile da stimare vista soprattutto la vastità spaziale del fenomeno.

Secondo l'Organizzazione Mondiale del Commercio (WTO) in uno studio affrontato nel mese di maggio 2020, l'anno considerato mostrerà una diminuzione di volume del commercio globale compreso tra il 13% e il 32%. Questo range così elevato (19%) è dovuto sostanzialmente all'altissimo livello di incertezza di parametri come la durata e l'impatto del virus. Dunque la stessa WTO ha dichiarato che i reali valori potranno non rientrare nel range considerato seppur molto ampio. Inoltre lo stesso studio ha mostrato due possibili evoluzioni della situazione caratterizzate da una visione ottimistica e una pessimistica.

Analizzando la prima si nota una rapida ripresa e un raggiungimento dei valori precedenti alla pandemia in maniera celere nella seconda metà del 2020; la seconda invece mostra una ripresa molto più lenta che riporterebbe i valori a quelli precedenti al Covid solo al termine del 2021. Ovviamente non è possibile valutare lo scenario più corretto, quel che sembra ormai certo è che la flessione di scambi commerciali a cui stiamo assistendo supererà quella dovuta alla crisi del 2008.

Nello stesso studio la WTO ha tentato di individuare i settori maggiormente colpiti dalla diffusione della pandemia e dalle conseguenti restrizioni.

Si nota in primis un fortissimo impatto sul settore energetico: in generale i rallentamenti economici provocano inevitabilmente una diminuzione della domanda di energia e il blocco totale imposto per via della pandemia non è certamente un'eccezione. Infatti il declino dell'attività industriale registrato nei primi mesi del 2020 ha portato a una diminuzione del fabbisogno energetico comportando una drastica riduzione dei prezzi. Un esempio lampante può essere quello del petrolio grezzo che, considerando i mesi di febbraio e marzo, ha subito una riduzione di prezzo di circa il 40%. Ciò ovviamente impatta negativamente sui produttori di energia, i fornitori di energia rinnovabile e i produttori di veicoli elettrici.

In generale i settori più toccati sono quelli che presentano catene di approvvigionamento più vaste, per via ovviamente del rallentamento delle interazioni commerciali. Un esempio è rappresentato dal settore automobilistico, severamente colpito dalla pandemia a causa della carenza di componenti e scorte da parte dei produttori e dell'elettronica, impattata dall'interruzione dell'attività industriale cinese.

Il settore però che subirà un impatto più gravoso non soltanto nel breve, ma anche nel medio e lungo periodo è probabilmente quello turistico. Infatti le restrizioni dei governi volte a bloccare la

diffusione del virus, comprendono distanziamento sociale e blocco del traffico aereo che sono caratteristiche tipiche di questo settore che comprende molte tipologie di aziende in grande difficoltà.

Il Centro degli Studi Strategici Internazionali (CSIS) infatti afferma che le attività legate al turismo e ai viaggi saranno quelle maggiormente colpite a causa proprio dell'incoraggiamento al "social distancing" e all'invito di rimanere a casa da parte delle autorità internazionali. Questo comporta non solo l'impossibilità per i cittadini di intraprendere viaggi internazionali o intercontinentali, ma l'impossibilità di allontanarsi dalla propria città o abitazione.

2.2. IL SETTORE TURISTICO

Il settore turistico è in forte crescita e riveste un ruolo sempre più cruciale nell'economia mondiale. Uno studio del WTTC (World Travel & Tourism Council) datato 2020, quindi relativo a dati appartenenti all'anno 2019 precedenti alla pandemia, riporta un contributo all'economia globale proprio di questo settore di 8,9 trilioni di dollari, corrispondente al 10,3% del PIL mondiale. Inoltre la crescita percentuale registrata (+3,5%) dal prodotto interno lordo supera quella dello stesso parametro a livello globale (+2,5%) per il nono anno consecutivo. Nella classifica stilata nella ricerca annuale del WTTC 2020 la crescita del Travel & Tourism è seconda solo a quella del settore manifatturiero e supera quella del sanitario, dell'it e del finanziario.

Dall'analisi emerge anche l'importanza del turismo per l'occupazione. Infatti questo settore offre 330 Milioni di posti di lavoro che costituiscono il 10% dell'occupazione totale; ciò significa che un lavoratore su dieci nel mondo svolge un'attività appartenente o comunque correlata a quella turistica.

Secondo l'UNTWO (World Tourism Organization) dalla crisi del 2008 il numero di turisti annuali è sempre aumentato e dalle analisi svolte nel 2019 emergono anche le preferenze dei mezzi utilizzati dai turisti. E' immediato osservare ciò dalle figure 2.1 e 2.2.

Nota: Si considerano turisti tutti coloro che hanno soggiornato almeno una notte in un paese diverso da quello di residenza. Intervallo di tempo considerato 2008-2018.

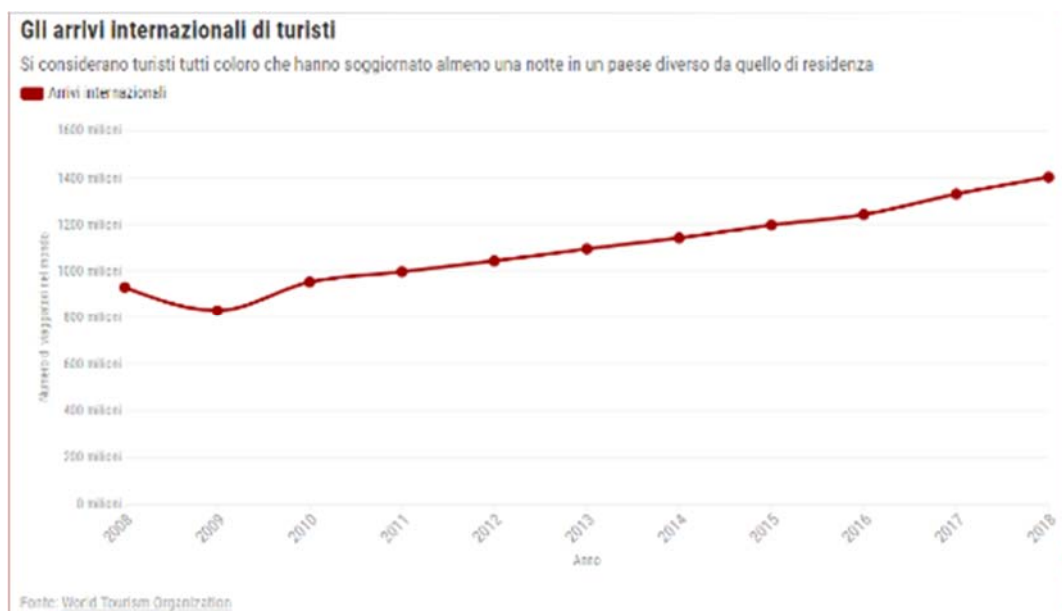


Figura 2.1 "Numero di arrivi turistici internazionali"

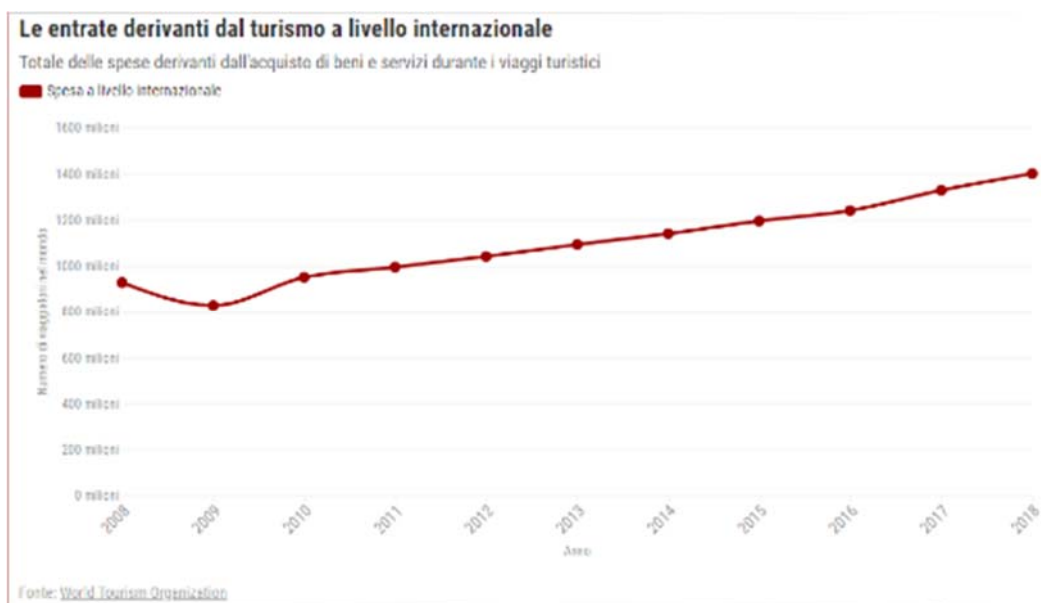


Figura 2.2 “Totale spese derivanti dall’acquisto di beni e servizi durante i viaggi turistici”

Dai grafici riportati in figura si può notare infatti una netta crescita del turismo nell’ultimo decennio ed un conseguente aumento della spesa interna al settore. Sempre secondo l’UNTWO sono in grande aumento i viaggi per “cambiare” affrontati dai turisti per vivere un’esperienza nuova ed emozionante vivendo come persone del posto più che come stranieri. Questi trend sono molto innovativi e la loro crescita è accompagnata sempre di più da quella della Sharing Economy e delle sue piattaforme come Airbnb che fa dell’esperienza il punto centrale del viaggio. Un’altra interessante ricerca è indirizzata, come citato in precedenza, alle preferenze dei mezzi di trasporto. L’aereo rimane il mezzo di trasporto più utilizzato (58%), seguito dall’auto (37%), i mezzi via mare (7%) e il treno (4%). Indipendentemente dalla scelta del mezzo di trasporto, il 56% delle persone viaggia per piacere o per le festività.

Dunque il settore turistico ricopre un ruolo fondamentale per economia e occupazione e, dopo il superamento di molti ostacoli come crisi e pandemie, si trova ad affrontare il Covid19 che potrebbe danneggiarlo come nulla l’ha fatto nell’ultimo secolo.

2.3. IMPATTO DELLA PANDEMIA SUL SETTORE DELL'OSPITALITA'

I motivi per cui l'impatto di questa malattia molto probabilmente supererà quello causato da altre situazioni pandemiche simili come la SAARS o l'influenza Aviaria, come già accennato in precedenza, sono molto semplici e intuitivi. In primo luogo infatti la vastità delle zone colpite attualmente è di gran lunga superiore e ciò è causato da una contagiosità più elevata e dalla significativa crescita del settore turistico negli ultimi anni. Infatti come è importante considerare le caratteristiche del virus lo è anche valutare il numero di viaggiatori registrati in questi anni. Aumentando costantemente il numero di persone che si spostano è ovvio che una malattia con un indice di contagiosità simile si diffonderà molto più velocemente rispetto al passato. Ciò è da considerare rilevante soprattutto per la zona in cui è iniziata la diffusione della pandemia; la Cina infatti è coinvolta nelle maggiori reti commerciali e i frequenti spostamenti hanno sicuramente velocizzato il raggiungimento di molti paesi anche europei.

Oltre alla mancata conoscenza della durata del virus, un aspetto da prendere in considerazione, che rafforza l'incertezza di definire l'impatto sul mondo del turismo, è l'aspetto psicologico della popolazione e degli enti governativi. Esso infatti impatta direttamente sull'andamento di domanda e offerta, essendo quello turistico un settore in cui sono centrali lo svago e la soddisfazione personale; questi bisogni nella scala di Maslow sono secondi ovviamente a quello di salute propria e dei familiari.

Nel 1954 lo psicologo Abraham Maslow propose un modello motivazionale dello sviluppo umano basato su una gerarchia di bisogni, disposti a piramide, in base alla quale la soddisfazione dei bisogni più elementari è condizione necessaria per il raggiungimento di quelli di ordine superiore.



Figura 2.3 "La piramide di Maslow"

Dunque, come si osserva in figura 2.3, il soddisfacimento dei bisogni di sicurezza, propria e dei familiari, ha una priorità più elevata rispetto a quello relativo alla realizzazione personale. Questo modello è stato molto criticato in quanto non tiene conto di molti fattori importanti, tra cui

l'interazione con il mondo esterno o l'impossibilità di essere spinti da più bisogni contemporaneamente, ma è molto utile per comprendere ciò che guida la psicologia umana in periodi critici come le pandemie.

Questi fattori hanno causato una profonda crisi interna al settore rilevabile attraverso l'analisi degli indici di occupazione: si tocca una percentuale di licenziamento addirittura del 70% degli impiegati nel settore (Impacts of COVID-19 on global tourism industry: A cross-regional comparison, Naciye Güliz Uğur, Adem Akbıyık).

Pure un colosso come Airbnb si è visto obbligato a tagliare il personale riducendolo del 25% e ha visto il suo valore scendere da 31 Miliardi a marzo 2020 a 18 nel mese di maggio. Visti i numeri l'anno 2020 è stato considerato il peggiore per il settore dell'ospitalità dalla Grande Recessione degli anni 30.

Quindi è inevitabile considerare che l'intera filiera turistica abbia subito delle enormi perdite ma nonostante ciò si possono individuare alcune differenze tra ospitalità tradizionale e piattaforme.

Per reagire all'impatto le società alberghiere hanno introdotto annunci di cambiamento delle politiche di pulizia e sanificazione degli ambienti. Oltre a ciò sono emerse novità riguardo intervalli orari tra check-in e check-out, le colazioni a buffet e politiche di rimborso. Le piattaforme hanno tentato di seguire l'esempio introducendo un nuovo protocollo con norme simili a quelle dei concorrenti, comprendenti anche un intervallo minimo di 24 ore tra una prenotazione e l'altra e l'utilizzo di prodotti specifici per la pulizia e la sanificazione. Ciò però non ha ottenuto il successo sperato: la mancanza di una regolamentazione unica e centrale mostra ancora una volta la differenza tra il mondo classico dell'ospitalità e quello delle piattaforme ed ha suscitato più di qualche perplessità. Inoltre le pratiche di rimborso hanno creato malumore tra i guest in quanto questo dipendeva dalla tipologia di host, era parziale e spesso consisteva in un credito di viaggio. Dall'altra parte gli host, viste le difficoltà che tuttora stanno affrontando dall'enorme perdita di prenotazioni, sono risultati perplessi e contrariati dalle decisioni governative che hanno considerato le piattaforme Peer-to-Peer attività non necessarie, non garantendo alcun sostegno economico. Secondo alcuni studiosi uno dei motivi che ha scaturito il mancato intervento governativo è da associare ai rapporti non amichevoli tra Airbnb e governi, a causa delle vicende legate ai problemi fiscali.

Airbnb ha tuttavia tentato di rimborsare con 250 Milioni le perdite subite dagli host assegnando il corrispettivo soltanto a determinate categorie che adottavano una specifica politica di cancellazione. Essi hanno visto entrare nelle proprie casse il 12,5% di ciò che avrebbero ottenuto dalle prenotazioni senza la pandemia.

Per via di tutto ciò le piattaforme sono state pesantemente criticate, accusate di non aver intrapreso un piano strategico efficace per fronteggiare l'emergenza.

Data la situazione Sarah Dolnicar e Samira Zare ("COVID19 and Airbnb – Disrupting the Disruptor", 2020) affermano che la pandemia possa segnare la fine delle piattaforme Peer-to-peer nel settore turistico o comunque un calo molto importante che non consentirebbe a queste di tornare ai livelli pre-Covid19. Queste idee sembrano al quanto improbabili agli esperti del settore che considerano la struttura ormai solida e radicata di Airbnb un punto di forza tale da garantire la sopravvivenza ai colossi del peer-to-peer.

Lo scenario, come accennato in precedenza, è ovviamente molto difficile da analizzare per diversi motivi tra cui l'aspetto psicologico dei viaggiatori e le prossime misure intraprese dai governi, ma la più importante è senza dubbio l'incertezza sullo sviluppo futuro della malattia. Infatti nuove ondate potrebbero modificare radicalmente lo scenario attuale.

Tuttavia, nonostante la difficoltà a reperire dati precisi per l'analisi, al fine di studiare il futuro delle piattaforme come Airbnb, è necessario riportare tutte le possibili variabili che possono influenzare i valori di domanda e offerta e quindi i due lati dell'ospitalità, facendo particolare riferimento al mondo delle piattaforme. E' stato utile riportare l'analisi di alcuni studi tratti da una vastissima letteratura che tuttora si concentra ad analizzare gli scenari attuali e futuri.

2.3.1. DOMANDA

Dal lato della domanda è inevitabile assistere ad un netto calo di turisti nei primi mesi del 2020, con un afflusso spesso vicino allo zero, a causa della rapida diffusione del virus. Ciò ovviamente è relativo all'intero settore e non solo a quello delle piattaforme.

Le cause della riduzione della domanda sono in parte forzate esternamente, in parte dipendenti dalle preferenze individuali. La loro composizione e temporizzazione varia ovviamente nello spazio. Wu e Lee (2020) cercano di associare specifici eventi al calo di domanda osservato. In particolare gli shock che hanno causato effetti significativi sulla riduzione sono tre:

(Airbnb, COVID-19 Risk and Lockdowns: Local and Global Evidence)

- Il blocco della città di Wuhan
- Il numero di casi Covid19 presenti nella zona considerata
- Misure di restrizione governative: lockdown e stop al traffico aereo

E' dimostrato che l'inizio della pandemia conseguente con il blocco della città cinese influenza principalmente la zona asiatica; esiste quindi una relazione tra intensità dell'impatto e distanza geografica.

In base alle varie analisi è possibile notare che lo shock più significativo, come è anche semplice da intuire, sia da attribuire allo stop del traffico aereo e delle misure di lockdown. Questi fattori infatti impediscono alle persone di muoversi liberamente nello spazio, non solo di affrontare viaggi intercontinentali, ma anche di allontanarsi dal proprio comune.

Assumendo le tesi dello studio, è possibile impostare un semplice modello con i dati ricavati dal sito di InsideAirbnb al fine di mostrare un esempio utile. Sono stati prelevati i database contenenti le reviews per ogni città di mese in mese. L'ipotesi assunta è che il numero di visitatori complessivo sia approssimato dal numero di reviews, il che sarebbe vero (almeno della misura delle durate delle permanenze) se ogni visitatore al termine della propria esperienza lasciasse una recensione. Al fine di ottenere risultati di maggiore precisione, essendo di quindici giorni a partire dal termine della visita l'arco temporale in cui è possibile rilasciare una recensione, sono stati "filtrati" i mesi successivi del documento con la data del mese in oggetto. In questo modo è stato possibile ottenere il numero di recensioni e quindi di visitatori per ogni mese.

In seguito si è proceduto con l'individuazione dei dati maggiormente rilevanti per le città in considerazione. Sono riportati in tabella. Come "data di introduzione di misure restrittive" si intende la prima data in cui è stato introdotto un lockdown o uno stop del traffico aereo.

	Distanza dall'epicentro	Data di introduzione di misure restrittive
Pechino	1153 km	28/3/2020
Tokyo	2418 km	7/4/2020
Roma	8662 km	9/3/2020

Tabella num. 2.1 "Parametri di Pechino, Tokyo e Roma"

Si valuta adesso il numero di reviews per ogni città nei mesi che rappresentano le maggiori criticità.

Reviews	Tokyo	Pechino	Roma
gen-20	20386	15128	27867
feb-20	15432	448	25920
mar-20	8899	47	6423
apr-20	2824	57	323

Tabella num. 2.2 “Analisi reviews di Tokyo, Pechino e Roma”

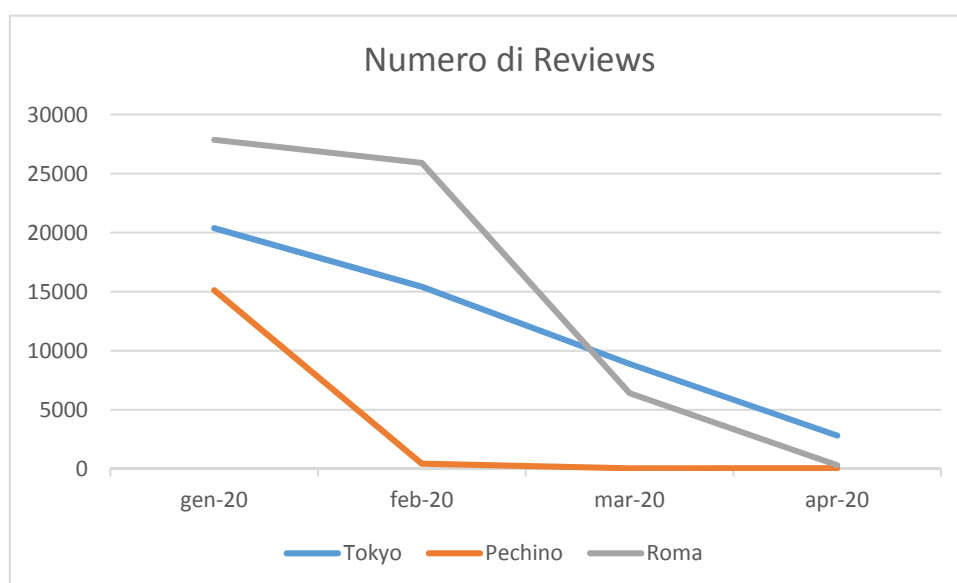


Grafico num. 2.1 “Numero di reviews per Tokyo, Pechino e Roma”

Osservando i dati riportati sul grafico si può notare un calo drastico del flusso di turisti in tutte le città ma è possibile individuare alcune differenze. La zona colpita per prima appare Pechino e questo può essere dato dalla relativa vicinanza all’epicentro di Wuhan e dal timore dei cittadini cinesi a viaggiare all’interno dello stato, visto il crescere dei contagi, ma soprattutto da quello dei turisti stranieri. Fin dai primi casi, in cui ancora la situazione non era ben delineata, molti stati si sono sentiti in dovere di cancellare gran parte del traffico aereo diretto nelle metropoli cinesi.

Osservando invece le altre due città prese in considerazione, sarebbe lecito aspettarsi un calo delle reviews prima nella capitale giapponese che a Roma considerando la distanza spaziale; invece proprio nella capitale italiana si registra una netta riduzione della domanda già nel mese di marzo (congruente con l’introduzione di misure restrittive e in parte minore alla crescita di contagi), con un decremento rispetto all’anno precedente del 79,6% (InsideAirbnb). Per quanto riguarda il Giappone invece si osserva un primo calo nel mese di marzo ma non così drastico se paragonato alle

altre zone sotto esame. Nel mese di aprile invece, data l'introduzione di restrizioni governative, anche nella capitale nipponica le reviews diminuiscono nettamente, di 86 punti percentuali rispetto allo stesso mese dell'anno precedente.

Questo esempio è stato riportato per comprendere in modo pratico come l'introduzione di misure restrittive da parte dei governi, quindi di lockdown o stop dei traffici aerei, sia la variabile di maggiore interesse per il settore turistico. In effetti è intuitivo comprendere ciò: se le persone sono bloccate all'interno del proprio paese o, peggio, all'interno delle proprie abitazioni, un mondo che comprende spostamenti, ospitalità e turismo non può che essere fortemente penalizzato.

Dunque la durata della pandemia è un elemento fondamentale in quanto ulteriori restrizioni metterebbero a dura prova le piattaforme così come l'intero settore.

Tuttavia risulta difficile analizzare la situazione in quanto anche in mancanza di ulteriori ondate non è possibile prevedere la rapidità con cui ripartirà il settore. Un aspetto infatti importante da considerare è la parte psicologica dei turisti. Infatti ci si può aspettare una trasformazione del settore, favorendo spazi rurali e meno concentrati. Il supershock del Covid-19 non impatterà soltanto sulla situazione di breve periodo, ma è ormai condiviso dalla maggior parte degli studiosi che l'effetto sarà visibile anche nel medio-lungo periodo. Come riportato in precedenza infatti non sarebbe corretto affrontare studi statistici basandosi sulle pandemie precedenti, in quanto lo shock registratosi nel 2020, sperando che la situazione si stabilizzi almeno nel 2021, supera notevolmente gli scenari già noti.

Un aspetto già accennato in precedenza, che è considerato molto importante per una possibile ripresa del settore, è rappresentato dal rischio percepito. Essendo, nel caso specifico della pandemia, un tipo di rischio sanitario, esso potrebbe modificare le modalità di comportamento e le destinazioni tipiche dei turisti.

Zhiyong Li a , Shan Zhang a , Xinyi Liu a,* , Metin Kozak b e Jun Wen (2020) tentano di comprendere le mutazioni dei modelli di viaggio passando per la distanza psicologica e la teoria del livello costruttivo. In particolare costituiscono un modello in cui, tramite il quadro psicologico dei visitatori, sono individuati i rischi dei turisti in periodo Covid e in futuro.

Dunque dalla trattazione riportata, risulta evidente la difficoltà di isolare le problematiche relative soltanto ad Airbnb e alle piattaforme da quelle che riguardano l'intero settore. Tuttavia la ripresa dei turisti potrebbe essere rapida o meno ma soprattutto potrebbe basarsi su nuovi modelli.

Si è notato che Airbnb è cresciuto a dismisura negli ultimi anni soprattutto nei grandi centri urbani, nelle zone con alta densità di popolazione e soprattutto nelle mete caratterizzate da un alto numero di spostamenti turistici o lavorativi. Czesław Adamiak (2019) mostra un quadro globale che permette di inquadrare la situazione a livello macro e ciò è senza dubbio utile per comprendere le caratteristiche delle proprietà presenti nella piattaforma e confrontarli con i nuovi modelli di viaggio ipotizzati.

Una prima osservazione utile è data dal fatto che un terzo delle proprietà della piattaforma si trovi vicino al mare, quindi in zone turistiche, e un terzo i grandi centri urbani. In questi ultimi sarà complicato aspettarsi una ripresa fino ai livelli pre-pandemia rapida, anche se è sempre utile valutare tutti i fattori e quindi anche quello relativo al motivo del viaggio. Infatti Airbnb ormai

rappresenta un punto d'appoggio non solo per giovani e avventurosi turisti ma anche per studenti e lavoratori. Quindi spesso le proprietà che sorgono all'interno delle metropoli non sono a scopo prettamente di svago.

Un altro dato interessante da riportare che emerge dallo studio è la presenza nelle città principali e turistiche (quindi dei due terzi della piattaforma) di maggioranza di intere proprietà. Questo fattore può aiutare quanto meno una ripresa più rapida del traffico in quanto le persone saranno a lungo condizionate dal distanziamento sociale e dall'isolamento. Nella parte rimasta invece (un terzo delle proprietà) è curioso notare una presenza importante costituita da singole camere e quindi dalla condivisione dello spazio. Questo è spesso relativo a città studentesche, in cui quindi la ripresa potrebbe essere inevitabile a meno di cambiamenti radicali della didattica.

Dunque la ripresa di Airbnb è fortemente correlata alla ripresa dell'intero settore e, essendo ormai un'istituzione solida e affermata, dovrà riuscire ad adattarsi ad un probabile cambiamento del modello turistico invertendo magari l'insediamento globale delle proprietà.

2.3.2. OFFERTA

Il lavoro è maggiormente incentrato sulla parte dell'offerta e quindi sugli host della piattaforma perché senza ombra di dubbio essi garantiscono la stabilità di Airbnb, essendo i veri partners del colosso. Molti studi in questo periodo particolare sono infatti incentrati sul futuro di Airbnb, analizzando comportamenti, sensazioni e problematiche relative agli host. Per comprendere però queste problematiche riguardanti la situazione specifica che stanno affrontando, è necessaria una visione più generale del cambiamento radicale che ha vissuto la piattaforma in questi anni.

Se da una parte è vero che i proprietari degli immobili che affittano all'interno della piattaforma sono soggetti a molte meno spese se paragonati a competitors come hotel, bed and breakfast e residence, dall'altra questa situazione pandemica sta mostrando delle lacune interne alla piattaforma che non erano mai state considerate e la mancanza di intervento del governo e di un modello di comportamento unico e preciso può diventare una minaccia per Airbnb.

2.3.2.1. INQUADRAMENTO ECONOMICO

Al fine di affrontare un argomento che si trova da anni al centro di svariate discussioni come la domanda di Airbnb, è utile riportare alcuni aspetti caratterizzanti dal punto di vista economico.

Come già citato in precedenza le industrie relative alla mobilità e all'ospitalità sono state fortemente coinvolte dal processo di innovazione relativo alla diffusione delle piattaforme digitali (Fields e Rogers, 2019). Airbnb può essere considerato il protagonista in questa nuova forma economica, insieme a Uber per quanto riguarda il trasporto, e ciò ha subito attirato l'attenzione di tutti.

Il suo successo è dovuto fondamentalmente alla differenziazione che è riuscita a portare nel mercato (Artioli, 2018), individuando una parte della domanda non soddisfatta dall'offerta tradizionale proposta. (Davidson e Infranca, 2016).

E' importante sottolineare ancora una volta l'aspetto già trattato in precedenza di cambiamento: la filosofia di base di produrre un rendimento su un bene inattivo si sposa benissimo con il concetto di condivisione, mentre il suo continuo sviluppo può essere rappresentato come la rete generata di capitalismo delle piattaforme. (Luigi Buzzacchi, Francesca Governa, Chiara Iacovone e Francesco Luigi Milone).

Gli aspetti di questa diffusione toccano diversi fattori e sono molti gli studi che analizzano le implicazioni: alcuni identificano un impatto negativo di Airbnb sul settore alberghiero per quanto riguarda l'occupazione e i prezzi, (Zervas et al., 2017; Mhlanga, 2019), altri mostrano l'impatto positivo della piattaforma sul settore turistico nel suo complesso (Dogru et al., 2020) e altri ancora evidenziano un impatto non significativo sui settori tradizionali dell'ospitalità dovuto principalmente alla differenza dei servizi offerti.

Inoltre uno degli aspetti più critici riguarda senza dubbio la regolamentazione: al fine di contrastare l'evasione fiscale e ridurre l'azione speculativa degli host molte città hanno adottato delle misure che limitano il numero di notti in cui un annuncio può rimanere online. La criticità relativa a questo argomento è data da molti fattori tra cui la differenza dei contesti geografici, politici ed economici in cui si è sviluppata la piattaforma e la rapidità con cui si è imposta nel territorio. Tuttavia non tutte le norme adottate dai governi si sono rivelate efficaci data la novità del fenomeno e la mancanza di standard normativi precisi. (John Fingleton, David Stallibrass, 2020).

Se da una parte la distribuzione dell'offerta è caratterizzata dalle preferenze turistiche, scolastiche o lavorative degli utenti, quella dell'offerta rappresenta tratti particolari. Per analizzare ciò è utile valutare i fattori economici che spiegano la distribuzione dal lato offerta di Airbnb: (Luigi Buzzacchi, Francesca Governa, Chiara Iacovone e Francesco Luigi Milone)

- Alta differenziazione dei servizi di ospitalità: questo aspetto non riguarda solo la collocazione spaziale, ma è dovuto dalla differenza delle locazioni
- Basse barriere all'ingresso in termini di capitale umano

Questi fattori possono portare quindi ad una distribuzione disomogenea di domanda e offerta nel territorio. Tuttavia risulta molto complicato effettuare uno studio su questo particolare aspetto nel periodo di interesse post-Covid19 per svariati motivi tra cui la mancanza di un dataset aggiornato e la straordinarietà della situazione che indubbiamente ha causato delle anomalie.

Per comprendere meglio questo importante aspetto è possibile riportare un'analisi su uno specifico territorio nell'anno 2018. Considerando l'Italia si nota un altissimo numero di inserzioni (secondo solo alla Francia nel panorama europeo) ma ci sono due indicatori anomali: il tasso di occupazione delle singole proprietà (espresso come numero di giorni prenotati su numero di giorni quotati) e il ricavo medio per notte. Questi due valori sono bassi rispetto alla media europea, reciprocamente al quartultimo e al quinto posto. Questo può essere spiegato da una differenza tra la distribuzione di domanda e offerta ed un conseguente eccesso di offerta in determinate aree. (Luigi Buzzacchi, Francesca Governa, Chiara Iacovone e Francesco Luigi Milone)

Un altro aspetto molto utile al fine di completare il quadro generale dell'elaborato, che rafforza la tesi di un cambiamento radicale interno alla piattaforma, è dato dal fatto che l'impatto dei ricavi ottenuti da stanze condivise e private su quello totale sia trascurabile oltre ad essere in continua diminuzione. La situazione attuale, che favorisce il distanziamento sociale e contrasta la condivisione, potrebbe causare un'ulteriore calo di prenotazioni di queste tipologie di proprietà.

Per arricchire le considerazioni della ricerca e comprendere le differenti situazioni che subiranno il settore dell'ospitalità innovativa da quello tradizionale, è utile notare delle differenze precedenti alla pandemia.

Dallo studio precedentemente citato si notano pertanto degli aspetti molto interessanti: in primis l'offerta di Airbnb risulta molto più concentrata sia della popolazione stessa sia di quella degli hotel, inoltre la domanda risulta a sua volta più concentrata dell'offerta.

Dai dati emerge quindi un'alta concentrazione di immobili Airbnb nelle zone più popolate del paese e la possibilità di osservare determinate zone in cui è presente un eccesso dell'offerta,

dovuto in gran parte dalla bassa selettività per le mancanti barriere all'ingresso. Addirittura considerando le sedici città italiane più popolate si nota una disponibilità di posti letto offerti da Airbnb quasi doppia rispetto a quelli offerti dagli hotel; fuori dai grandi centri urbani invece non si presentano grandi differenze.

Osservando il lato puramente economico si nota una concentrazione dei ricavi ancora maggiore rispetto a quella delle proprietà e ciò nuovamente dimostra l'importanza urbanistica della piattaforma.

Dopo aver riportato i maggiori aspetti economici riguardanti il lato dell'offerta e la sua distribuzione territoriale, al fine di tentare di predire ciò che accadrà a seguito della pandemia, è utile analizzare un ultimo aspetto riportato in diversi studi: l'effettiva concorrenza tra il mercato Airbnb e quello degli hotel. Questo argomento è stato senza dubbio uno dei più discussi in questi ultimi anni e si riportano le osservazioni ritenute più interessanti per l'elaborato. La domanda quindi risulta essere: Airbnb si presenta nel settore dell'ospitalità per completare o sostituire gli hotel tradizionali?

Questo aspetto può essere molto utile per valutare se effettivamente la situazione attuale potrà avere un impatto differente sui due mondi dell'ospitalità. Tuttavia la letteratura elabora tesi contrastanti.

Zervas et al.(2014) mostrano un impatto negativo dell'ingresso nel mercato di Airbnb sui ricavi e prenotazioni degli hotel tradizionali ma questo tocca quasi totalmente le categorie medio-basse degli alberghi. Questo studio, accompagnato anche da Varma et al.(2016), mostra infatti che gli hotel di lusso o comunque di alta fascia non sono toccati dall'ingresso della piattaforma.

Invece Farronato e Franklin(2018) mostrano, attraverso un modello concorrenziale, dei risultati completamente opposti ai precedenti affermando che l'imporsi di Airbnb ha avuto un impatto negativo maggiore sugli hotel di alta fascia.

Buzzacchi et al (2020) evidenziano che l'ingresso di Airbnb è stato più pronunciato nei mercati in cui la richiesta era di qualità superiore sostituendo le prenotazioni sia di alberghi di alta fascia sia di bassa fascia.

Tutti questi aspetti riportati finora sono fondamentali per comprendere e ipotizzare uno scenario futuro perché mostrano le caratteristiche della sharing economy nel settore dell'ospitalità. Purtroppo, come già accennato in precedenza non è possibile effettuare determinate analisi in una situazione postpandemica ma di seguito sono riportati alcuni studi che tentano di comprendere possibili cambiamenti del settore.

2.3.2.2. TRASFORMAZIONE DELLA PIATTAFORMA E RUOLO DI HOST

Come trattato nel capitolo precedente Airbnb nasce come una piattaforma innovativa nel mondo dell'ospitalità con al centro il concetto di esperienza e condivisione.

Dunque inizialmente la maggioranza degli host era rappresentata da persone che, per arrotondare lo stipendio o per il piacere di creare relazioni, mettevano a disposizione parte del proprio alloggio a giovani avventurosi o turisti poco facoltosi. La diffusione però, avvenuta anche grazie al rapido sviluppo tecnologico di questi anni, ha fatto sì che ben presto venissero meno i valori iniziali lasciando spazio a fattori economici.

Per semplificare si può dire che la propaganda della messa a reddito "di stanze inutilizzate, offerte da abitanti locali, che propongono una calda ospitalità, residenti anziani che danno una accoglienza genuina a prezzo contenuto per ragazzi che girano il mondo contenendo le spese", è diventato un vero e proprio business dove in certe località il numero degli appartamenti completi offerti sui portali è di gran lunga superiore al numero degli host che accolgono il turista nella casa che abitano e il suo forte successo ha avuto ripercussioni economiche, sociali e culturali. Questo inoltre ha spianato la strada a moltissimi broker che con l'ascesa di Airbnb hanno costruito una vera fortuna.

Senza dubbio l'entrata in campo di molti e importanti investitori ha contribuito alla rapidità con cui Airbnb si è affermato nel settore turistico e nel mercato immobiliare ma ciò ha causato un cambiamento radicale della piattaforma.

Quello che mostrano i dati odierni infatti è una penetrazione delle proprietà nei luoghi più centrali delle città più grandi e sviluppate, oltre che una grande presenza in luoghi turistici. Questo ha indubbiamente portato molti effetti positivi, consentendo spostamenti e viaggi di piacere a prezzi più moderati, ma ha creato situazioni molto delicate all'interno dei centri abitati. Proprio per questo motivo al centro di molte discussioni sul colosso americano si trova il concetto di gentrificazione, che rappresenta una trasformazione di aree urbane con miglioramenti di condizioni di vita e servizi. Con la semplice definizione sembrerebbe un concetto con accezione puramente positiva ma, secondo il parere di moltissimi esperti del settore urbanistico, esso colpisce duramente le classi meno agiate, favorendo un ulteriore arricchimento dei ceti medio-alti. Un'altra conseguenza diretta della gentrificazione è rappresentata dallo snaturamento dei centri storici delle città, soprattutto per quanto riguarda i centri italiani. Con l'aumentare di case vacanza ed il conseguente aumento di prezzo degli immobili infatti, si assiste ad un popolamento di queste zone soprattutto da parte di turisti e ciò diminuisce senza dubbio il fascino culturale.

Tuttavia l'elaborato in questione tenta di osservare i fenomeni e le cause che possono intaccare la crescita di domanda e offerta nel breve, medio e lungo periodo.

Adesso, per comprendere meglio la situazione, è necessario osservare il cambiamento dei singoli host. Per farlo è possibile eseguire una prima classificazione in base al modo di operare:

- Host non professionisti: rientrano in questa categoria coloro che utilizzano la piattaforma per affittare una stanza nella propria abitazione, l'intera proprietà durante la propria assenza temporanea o una seconda casa. Questa categoria rappresenta ancora i valori che caratterizzano la nascita di Airbnb e non gli investitori.

- Host professionisti: rientrano nella seconda categoria i privati e le aziende che utilizzano le proprietà solo a scopo di affitto e quindi con l'unica finalità di lucro. Non è necessario possedere le abitazioni ma possono essere società che affittano immobili per conto di proprietari. In questa categoria è possibile individuare nuovi investitori che hanno fatto il loro ingresso nel mercato con Airbnb ma anche società di affitti e pensioni che operavano già prima nel settore ma hanno utilizzato la piattaforma come un innovativo canale di distribuzione.

I parametri adottati negli studi per giungere a questo tipo di distinzione riguardando diversi fattori come il numero massimo di affitti annui, la presenza dell'ospite nella proprietà e il tipo di proprietà. Tuttavia la divisione degli host è spesso semplificata in quanto non è possibile classificarli in modo preciso.

Con la costante crescita, Airbnb ha radicalmente cambiato il modello di business, anche grazie alla collaborazione di host professionisti, inserendosi, come è stato trattato in precedenza in tutti i segmenti del mercato, compresi quelli relativi a vacanze di lusso e viaggi d'affari che prima erano sfruttati soltanto dagli hotel.

Bisogna anche considerare il fatto che è difficile condurre un'analisi globale in quanto, essendo un fenomeno così nuovo e vasto, la sua diffusione sta assumendo caratteristiche differenti da paese a paese.

Per quanto riguarda le zone "originarie" in cui la piattaforma è nata e ha visto il suo primo sviluppo, quindi il Nord America e l'Europa, si nota una prevalenza di singole stanze o intere proprietà con un proprietario che noleggia appunto la seconda casa o la prima anche in sua assenza. Nel mercato relativo all'Europa Orientale e all'Asia, specialmente considerando Russia e Cina, si osserva una maggioranza di "host professionisti" che possiedono e noleggiavano più proprietà. In particolar modo il mercato orientale sta mostrando una crescita davvero esponenziale in questi anni: il Giappone si è aggiudicato il primo posto per la crescita delle proprietà presenti su Airbnb nel 2019, registrando un incremento del 97%.

Uno sguardo globale consente di notare che metà dell'offerta della piattaforma si trova in Europa, con a seguire l'America settentrionale ma il dato più interessante, ricavato sempre grazie al documento "Current State and Development of Airbnb accommodation offer in 167 countries", è che più della metà delle proprietà presenti è gestita da host professionisti che possiedono più immobili.

Un interrogativo che è dunque lecito porsi in questo momento è come questo possibile cambiamento di modello turistico con nuove mete e comportamenti possa essere recepito da Airbnb, che negli ultimi anni è cresciuto proprio nei mercati che sembrano essere maggiormente toccati dal virus e più precisamente è interessante analizzare come possano differenziarsi le reazioni degli host in base alla categoria di appartenenza.

2.3.2.3. DIVERSI HOST, DIVERSE REAZIONI

Avendo osservato la distinzione di host e le tendenze di crescita di Airbnb, anomale se considerati i valori originali, è possibile effettuare delle ipotesi riguardo alla situazione post pandemia.

Innanzitutto è necessario valutare le probabili nuove mete turistiche che sono state identificate in precedenza, ovvero quelle con minor densità e più "isolate". Quindi è possibile analizzare quali risposte e provvedimenti potrebbero adottare i diversi tipi di host in seguito alla differenza di motivazione che permette loro di far parte della piattaforma.

Anna Farmaki , Cristina Miguel, Maria Hadjielia Drotarova, Ana Aleksij, Anita Čeh Časni e Fani Efthymiadou tentano per primi di analizzare le risposte degli host ad un microlivello.

Al fine di catturare le reazioni e le sensazioni di medio-lungo periodo dei proprietari lo studio è condotto su base qualitativa, ponendo delle domande semi-strutturate a host provenienti da Spagna, Cipro, Croazia e Grecia. Le zone considerate sono perfette per valutare l'impatto in quanto rappresentano mete turistiche in cui la piattaforma è molto diffusa e inoltre hanno subito gravi danni dalla pandemia.

L'utilità dell'intervista consiste nella ricerca di tre macrorisposte generali:

- La motivazione che spinge il proprietario ad essere un host
- L'impatto subito dalla proprietà in questione a causa della pandemia
- Le possibili conseguenze di medio-lungo periodo

Per valutare questi aspetti sono poste le seguenti domande.

Interview Question	Probing Question
How many years have you been a host on P2P accommodation platforms? What drove you to hosting on P2P accommodation platforms?	
In which platforms do you advertise your property(ies)?	Which is your favourite and why?
How many properties do you manage? Do you use a management app to synchronise your listings in different platforms? Which one?	
Would you say you have been impacted by the Covid-19 pandemic?	If so, how?
What are the short-term economic impacts of the pandemic on your hosting activity?	
How has your hosting practice and operational activity changed as a result of the pandemic?	
Have you received petitions of cancellations of bookings asking for 100 % refund pushed by the platforms?	
Have you received phone calls from 'customers service' to encourage you to cancel bookings?	
Which measures are you planning to take to ensure a good level of hygiene is provided in your property(ies)?	Have you received any requests or enquiries from guests asking about hygiene?

Have the platforms (e.g. Airbnb) been supportive in terms of the impacts hosts have incurred as a result of the pandemic? If so, in what ways?

Did you receive any support from the government as a result of the pandemic?

What do you think the long-term economic impacts of covid-19 will be?

How do you foresee your hosting practice evolving in the near future as a result of the pandemic?

Do you plan to move to a long-term rental mode?

In your opinion, how has the pandemic changed the P2P accommodation sector? Any long-term threats or even opportunities emerging from this situation?

Figura num. 2.4 “Domande poste agli host”

Grazie al metodo di triangolazione adottato dai ricercatori è garantita l’oggettività della valutazione delle risposte. Una prima osservazione, molto interessante per quanto riportato nei paragrafi precedenti, è la motivazione di hosting: i motivi principali sono per ricchezza sociale e ricchezza economica, con netta prevalenza della seconda; un intervistato su tre ha dichiarato che la piattaforma rappresenta la maggiore fonte di reddito e di gestire non solo alloggi di proprietà ma altrui. Dunque si riscontra da subito un’alta percentuale di “host professionisti” che, almeno per la maggioranza, affermano di essere partiti da una o due proprietà e avere acquistato le altre grazie ai profitti ottenuti.

Alcuni degli intervistati vengono dal mercato degli affitti a lungo termine e la maggioranza considera come piattaforma preferita Airbnb grazie alla sua semplicità di utilizzo, nonostante Booking tratti una clientela più agiata e meno problematica per quanto riguarda la gestione.

Dalle dichiarazioni registrate si nota immediatamente un mancato intervento governativo e un impatto pandemico molto simile a quello riportato in precedenza di tutto il settore turistico. Infatti le piattaforme hanno subito una vera e propria sospensione a causa, la maggior parte delle volte, di cancellazioni o cessazione di prenotazione e, in casi minori, dello stop della messa a disposizione delle proprietà dovuto alle preoccupazioni e timori degli host.

Un primo punto di differenza si riscontra alla domanda riguardante la risposta e gli interventi intrapresi dalla piattaforma: alcuni host si mostrano comprensivi sottolineando la straordinarietà della situazione ma altri, che costituiscono la maggioranza, ritengono inadeguate le misure intraprese da Airbnb. Infatti questi evidenziano, come era già successo in passato, la tendenza delle peer-to-peer a favorire una parte specifica a scapito dell’altra definendo un comportamento “pro-guest” adottato da Airbnb soprattutto per quanto concerne le politiche di rimborso. Per i più critici questa mancanza di tutela rappresenta un tradimento in un momento già molto delicato.

Tuttavia estraendo oggettivamente dallo studio questo pensiero è inevitabile assegnare un merito ad Airbnb che, a differenza di tutti gli altri concorrenti come Booking, Expedia ecc, ha stanziato una cifra importante di 250 milioni di dollari, come è già stato riportato in precedenza. Dunque un intervento per tentare di tutelare i partner è stato intrapreso. In merito alla questione è da sottolineare che Airbnb prende soltanto il 3% della somma della prenotazione dagli host mentre per

altre piattaforme concorrenti la percentuale trattenuta è molto più alta (per esempio Booking richiede il 15%).

Nonostante ciò molti host si sono sentiti abbandonati a causa di informazioni errate o spesso mancanti, non sentendosi trattati come partners.

Analizzando un ultimo punto legale, quasi la totalità degli intervistati ha mostrato di aspettarsi il mancato intervento del governo causato dalle situazioni difficili emerse dai rapporti negli anni.

Sicuramente la parte di maggiore interesse per l'elaborato in oggetto è rappresentata dall'ultima analisi che riporta le sensazioni dei diretti interessati in una visione di medio-lungo periodo. Al fine di individuare dei profili che raggruppino la molteplicità degli intervistati sono state create in primis due categorie ("host ottimisti" e "host pessimisti") e in seguito altre più specifiche; anche queste sono rappresentate in un continuum.

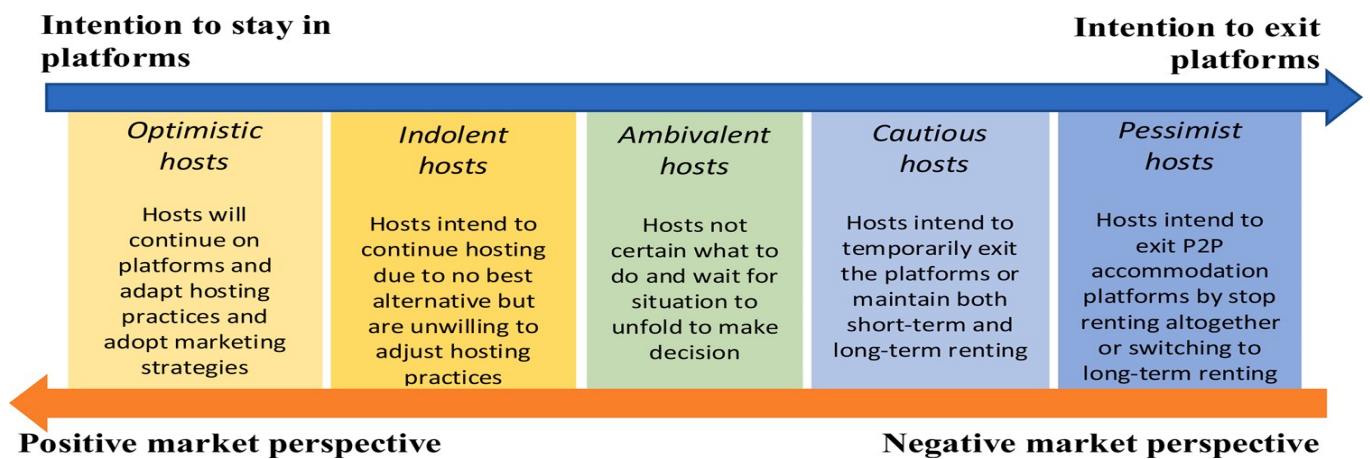


Figura num 2.5 "Categorie di host"

Le categorie riscontrate nello studio sono:

- Host pessimisti: essi fanno parte della prima categoria da destra del continuum e raccolgono tutti i proprietari che sono intenzionati ad uscire dal mercato vendendo le proprietà o passando al lungo termine. Le motivazioni sono dovute alla debolezza delle piattaforme in queste situazioni, si straordinarie, ma sempre più comuni. Un'altra osservazione importante è il confronto con le aziende alberghiere: questi infatti sono considerati favoriti in una prossima ripresa in quanto i turisti risulteranno maggiormente propensi ad usufruire di servizi con degli standard fissi di igiene e sicurezza.
- "Host prudenti": questa categoria è rappresentata da coloro che probabilmente passeranno in parte al mercato a lungo termine. Si possono identificare due principali scenari: un passaggio al mercato tradizionale per un tempo limitato per attendere una ripresa a livelli pre Covid e riuscire ad ottenere delle entrate per poi rientrare in quello dell'affitto a breve oppure riuscire a trovare un livello ideale di mescolamento delle proprietà nei due mercati, riuscendo in questo modo a non abbassare troppo i profitti ed aumentando la sicurezza.

- “Host ambivalenti”: la categoria centrale del continuum e come tale racchiude coloro che non ritengono di poter prevedere alcuna situazione futura data la mancanza di informazioni riguardo la fine della pandemia. Questi non hanno ancora scelto e non sceglieranno le misure intraprese prima del termine delle restrizioni governative.
- “Host indolenti”: spostando l’attenzione verso la parte sinistra del continuum si trova la categoria che rappresenta coloro che rimarranno sulla piattaforma a causa di diversi motivi. Essi vanno dalla posizione delle proprietà in zone turistiche, alle molteplici problematiche presenti nel mercato dell’affitto a lungo termine.
- “Host ottimisti”: questa categoria rappresenta il lato più a sinistra del continuum e contiene coloro che pensano che Airbnb uscirà addirittura rafforzata dalla pandemia in quanto i turisti preferiranno usufruire dei servizi delle piattaforme con meno contatto umano rispetto a quelli offerti dagli hotel. Ciò contrasta le analisi svolte dagli analisti del settore nel primo trimestre del 2020. Inoltre questi sono convinti che la piattaforma subirà un “pulizia” che la renderà migliore rimuovendo gli opportunisti. Qui si riscontra una critica alla trasformazione degli host negli anni.

Lo studio è molto utile per provare ulteriormente le considerazioni riportate nei paragrafi precedenti. Infatti è possibile notare l’impatto subito dagli host, importante tanto quanto quello subito da tutti gli appartenenti al settore dell’ospitalità. Inoltre dall’analisi risulta ancora marcata la differenza della reazione al Covid19 di host professionisti e non: infatti i primi dipendono sostanzialmente dalla durata che avrà la pandemia in quanto, senza entrate non riescono a sostenere i costi di mantenimento e pulizia delle proprietà, mentre i secondi più “tradizionali”, che vivono principalmente di esperienza ed empatia, vedono nella crisi pandemica una sorta di sospensione dell’attività di ospitalità.

In generale tra gli host emerge la volontà di rimanere nel mercato degli affitti a breve termine, per via dei grandi ricavi su tutto, ma, nonostante ciò, è stata individuata un’altra parte di proprietari con intenzioni opposte, probabilmente incoraggiati dalla gestione della situazione da parte di Airbnb.

Infine questo studio può essere molto utile per evidenziare delle lacune interne alle piattaforme che, date le risposte emerse, dovrebbero migliorare la propria Governance in termini di politiche adottate in situazioni critiche rendendo così possibile una standardizzazione del sistema degli host. La mancanza di regole precise può certamente essere un ostacolo, ma per le piattaforme non sarebbe redditizio perdere parte degli host professionisti e faranno di tutto affinché non accada

2.4. RISPOSTE DI AIRBNB

Dopo aver analizzato lo scenario attuale e le possibili situazioni future in cui si imbatte il colosso americano è interessante sottolineare il grande spirito di intraprendenza di tutti i componenti della piattaforma anche nelle difficoltà.

Infatti, dopo aver più volte riportato il rimborso di 250 Milioni di dollari di Airbnb nei confronti di alcuni host, è molto interessante considerare le innovazioni apportate per combattere la pandemia. In un'intervista rilasciata al Sole 24 Ore il CEO di Airbnb è apparso subito sicuro e ottimista dichiarando: "Siamo nati durante la grande recessione del 2008 e siamo quindi abituati alla gestione dei periodi critici" e ancora: "Il desiderio di connessioni e viaggi è una prerogativa umana, che uscirà rafforzata da questo periodo di separazione". Tuttavia dalle parole di uno dei creatori è apparsa una sensazione di cambiamento futuro dei modelli di viaggio "Vedremo una nuova flessibilità nel mondo in cui le persone lavorano e si spostano, incluso un maggiore interesse in viaggi più vicini a casa". Dunque ancora una volta è sottolineato che sarà importantissima la capacità di adattamento a queste nuove tendenze.

Le iniziative intraprese durante la pandemia sono molteplici e sono state ideate non solo dalla piattaforma ma anche dagli host stessi che hanno sentito il bisogno di reinventarsi dato il crollo delle prenotazioni.

Innanzitutto Airbnb ha tentato di apportare modifiche alle politiche di igiene e ciò appare subito evidente dal sito, ha inoltre introdotto delle recensioni più precise e critiche al fine di infondere fiducia ai viaggiatori.

Un'idea del tutto innovativa, nata da un host professionista di Roma in difficoltà e ben presto seguita da molti in Italia e non, è rappresentata dall'affitto non più di case-vacanze ma di smartoffices in cui operare in modo continuativo.

Infatti, essendo un periodo critico per il coworking, viste le politiche di distanziamento sociale, le abitazioni sono state pensate come luoghi tranquilli in cui poter svolgere la propria attività senza le distrazioni di casa.

Come racconta proprio l'innovatrice Roberta D'Onofrio, è molto utile non solo per i privati ma anche per le aziende affinché lo smartworking non causi perdita di produttività ed efficienza, dato che lavorare a casa circondati da figli e altre distrazioni non è sempre semplice. I prezzi sarebbero comunque simili a quelli delle case-vacanze, quindi riferiti ad una clientela di medio-alto livello, ma una permanenza più di lungo periodo potrebbe provocare l'abbattimento dei costi giornalieri. Quest'idea è stata considerata molto interessante ed è stata intrapresa da molti host che possiedono proprietà nei grandi centri urbani.

Un'altra iniziativa intrapresa in periodo Covid dalla piattaforma è rappresentata da "Airbnb Experience". Essa consiste nella condivisione di contenuti digitali al fine di viaggiare con la mente e confrontarsi con altre culture nell'impossibilità di viaggiare fisicamente. Anche questa nuova nicchia di Airbnb ha origine in Italia e, grazie alla novità, gli host possono condividere le proprie esperienze più disparate a tutti gli interessati tramite chiamate Zoom. Dunque questa si è rivelata una politica

molto innovativa ed intelligente che ha saputo sfruttare l'onda della crescita delle videochiamate del periodo di quarantena.

Le esperienze digitali sono veramente particolari e vanno dalle lezioni di yoga ai corsi di cucina passando per musica e danza. Queste iniziative sono molto importanti non tanto per il lato economico quanto per la dimostrazione di un forte senso di appartenenza alla community. Ancora una volta Airbnb dimostra di possedere un carattere dinamico e innovativo che lo contraddistingue dai competitor e il suo vantaggio competitivo si trasmette nella pratica con innovazioni apportate dagli utenti stessi.

Un altro aspetto molto importante da sottolineare è l'impegno in campo sociale. Sul sito infatti appare chiara una sezione dedicata all'ospitalità del personale ospedaliero che affronta ogni giorno in prima linea il Covid. Le proprietà in questo caso possono essere affittate gratuitamente o a prezzi molto ridotti.

Dunque Airbnb, insieme alla sua solida community, ha tentato di reagire alla situazione critica con idee innovative ma bisogna valutare se queste misure basteranno ad attrarre investitori e riemergere dalla pandemia ai livelli pre-Covid19. Al fine di focalizzarci su questo argomento è possibile osservare la situazione della tanto attesa quotazione in borsa della piattaforma.

2.5 POLICY DI CANCELLAZIONE AIRBNB

Uno dei parametri fondamentali che ogni host può scegliere per l'affitto delle proprietà è senza dubbio la politica di cancellazione adottata.

Essa consiste nell'individuazione di termini massimi e scadenze per poter usufruire della cancellazione di una prenotazione in modo gratuito o scontato rispetto al costo totale dell'affitto.

In questo periodo molto particolare e caratterizzato dalla costante incertezza è interessante ricercare delle possibili nuove preferenze degli ospiti in base a questo parametro. Prima però è necessario riportare le diverse politiche e classificarle in base alla rigidità.

La prima indicazione importante riguarda la possibilità di scelta da parte degli host che è caratterizzata da un unico vincolo: per prenotazioni inferiori a 28 giorni di affitto, il locatario è libero di scegliere qualsiasi policy mentre, in caso contrario e quindi per soggiorni maggiori di 28 giorni, la policy da adottare è quella a "Lungo Termine".

Le principali politiche di cancellazione, che rappresentano circa il 91% delle proprietà, sono sei e sono elencate in maniera precisa dal sito di Airbnb. (Airbnb)

- **Flessibile:** la cancellazione è gratuita fino a 24 ore prima del check-in, più precisamente fino all'orario indicato nella mail di conferma di prenotazione. Se invece si effettua la cancellazione in un momento successivo all'orario della mail ma prima del check-in, il rimborso è totale al netto dei costi del servizio e del primo pernottamento.



Figura num. 2.6 "Policy di cancellazione Flexible"

Cancellazione effettuata 24 ore prima del check-in: rimborso totale

Se l'ospite cancella la prenotazione meno di 24 ore prima del check-in, i costi del servizio e della prima notte non saranno rimborsabili

Se l'ospite durante il soggiorno decide di andare via, saranno rimborsate tutte le notti precedentemente prenotate a partire da 24 ore dalla cancellazione.

- Moderata: cancellazione gratuita fino a 5 giorni prima del check-in, precisamente prima della data e dell'ora riportati nella mail di conferma di prenotazione. La cancellazione precedente al check-in ma successiva a questa data comporta un rimborso del 50% del costo totale, esclusi come nel caso precedente i costi del servizio e il primo pernottamento.



Figura num 2.7 “Policy di cancellazione Moderate”

Cancellazione gratuita se avviene prima di cinque giorni interi precedenti al check-in

Se la cancellazione avviene tra i cinque giorni precedenti e il check-in stesso, il rimborso sarà del 50% del costo totale esclusi i costi del servizio e la prima notte.

Se l'ospite durante il soggiorno decide di annullare la prenotazione, sarà rimborsato il 50% del costo giornaliero delle notti non sfruttate a partire da 24 ore dopo la cancellazione.

- Rigida: cancellazione gratuita per 48 ore dopo la prenotazione, a patto che questa sia precedente di almeno 14 giorni alla data del check-in. Dopo questo periodo l'ospite può cancellare la prenotazione fino a 7 giorni prima della data di check-in ottenendo un rimborso del 50% del prezzo giornaliero e delle spese di pulizia, ma non dei costi del servizio.



Figura num 2.8 “Policy di cancellazione Strict”

Cancellazione gratuita se effettuata non oltre 48 ore dalla prenotazione, a patto che sia precedente di 14 giorni interi del check-in

Per ottenere un rimborso del 50% del prezzo giornaliero, l'ospite dovrà effettuare la cancellazione almeno 7 giorni prima della data del check-in. Se è stato effettuato un pagamento pari al 50%, non verrà applicato nessun rimborso; semplicemente non ci sarà nessun ulteriore addebito

Se l'ospite cancella la prenotazione meno di 7 giorni prima del check-in, o durante il soggiorno, non ci sarà alcun rimborso.

- Lungo termine: obbligatoria per prenotazioni di affitti superiori a 28 notti. La cancellazione è totalmente gratuita, o il rimborso è completo in caso di pagamento, a patto che questa avvenga almeno 28 giorni prima della data di check-in. Se invece la cancellazione avviene dopo 48 ore dalla prenotazione, saranno esclusi dal rimborso i primi 30 giorni dell'affitto e i costi del servizio.



Figura num 2.9 “Policy di cancellazione a Lungo termine”

La cancellazione è gratuita se è effettuata entro 48 ore dalla prenotazione e se è precedente di almeno 28 giorni al check-in

Se la cancellazione avviene dopo le 48 ore dalla prenotazione e prima del check-in, il primo mese della prenotazione non sarà rimborsato

Se la cancellazione avviene durante il soggiorno, l'ospite dovrà cambiare dalle impostazioni la data di check-out. In ogni caso l'ospite dovrà corrispondere all'host la cifra corrispondente a 30 giorni successivi alla nuova data di check-out o fino a al termine della prenotazione originaria se inferiore a 30 giorni

- Super rigidi 30/60 giorni: se la cancellazione avviene 30/60 giorni prima del check-in il rimborso sarà del 50% del pernottamento e delle spese di pulizia, sono escluse dal rimborso i costi del servizio. Questa politica di cancellazione è disponibile solo per gli host connessi



tramite software.

Figura num 2.10 “Policy di cancellazione Super rigida”

Se la cancellazione avviene 30/60 giorni prima del check-in, è disponibile un rimborso del 50% del prezzo giornaliero

Se la cancellazione non è effettuata nel periodo precedente a 30/60 giorni dalla data del check-in, le notti non sfruttate non sono rimborsabili

Se l'ospite cancella la prenotazione durante il soggiorno, non vi è alcun rimborso

Le principali politiche di cancellazione di Airbnb sono quindi sei in totale. Tuttavia le più utilizzate dagli host sono senza dubbio le prime tre riportate in precedenza: flessibile, moderata e rigida. La motivazione per cui la policy a “lungo termine” è piuttosto rara è intuitiva: essendo Airbnb leader del mercato a breve termine, non sono molto frequenti gli affitti che superano i 28 giorni, in cui è obbligatorio per gli host adottare questa politica.

Essendo Airbnb un ente molto dinamico in ogni campo, quello delle policy non fa di certo eccezione: infatti sono ideate di continuo nuove formule di cancellazione e spesso sono sperimentate in microaree o da singoli host per capire l’impatto e il successo nella praticità. Durante la pandemia del Covid-19, come più volte riportato nei capitoli precedenti, Airbnb ha adottato delle misure di rimborso per i diversi host, a seconda della politica adottata da questi ultimi nelle proprietà. Sarebbe inoltre interessante se le preferenze dei turisti cambieranno in base a questo parametro data l’incertezza del periodo.

3. ANALISI

3.1 DATI E METODOLOGIA DI STUDIO

Dataset

Al fine di svolgere l'elaborato in maniera precisa ci si è avvalsi del database relativo alla piattaforma Airbnb redatto da AirDNA, una data company di analisi statistiche.

AirDNA, per estrarre i valori, utilizza il "web-scraping" grazie al quale riesce ad ottenere i dati di diversi siti web (Airbnb, HomeAway ,Vacation Rental By Owner...) e a raccoglierli in un dataset. (Wikipedia).

I dati sono visualizzati mediante una matrice in cui ogni colonna della tabella rappresenta una particolare variabile, e ogni riga corrisponde ad un determinato membro del dataset in questione.

Il Dataset di AirDNA comprende 40 paesi in tutto il mondo; ognuno di essi riporta un arco temporale diverso a seconda della disponibilità dei dati. La caratteristica principale di AirDNA è senza dubbio l'accuratezza che si aggira intorno al 97.3%. (AirDNA)

AirDNA riporta tre dataset differenti; in ognuno di essi si trovano tutte le città ma con caratteristiche diverse sia temporali sia per quanto riguarda i dettagli della proprietà. Si analizzano ora i diversi file disponibili:

- Daily Dataset: questo è sicuramente il database più capiente e da informazioni dettagliate per ogni singolo annuncio, trattando ogni proprietà disponibile sulla piattaforma giorno per giorno.
- Monthly Dataset: è simile al precedente ma in esso si trovano le informazioni aggregate mensilmente per ogni proprietà disponibile.
- Annual Properties Performance Dataset: in questo dataset sono aggregati annualmente i dati mensili e riportati per ogni proprietà. Inoltre è senza dubbio il più ricco per quanto riguarda la descrizione di ogni proprietà.

I Dataset completi de descrizione sonoriportati in allegato.

3.2 DATASET ITALIANO E METODOLOGIA DI STUDIO

Essendo ancora assente gran parte dei dati di Airbnb dell'anno protagonista della pandemia, forniti dal più completo dataset mondiale della piattaforma, AirDNA, l'elaborato è basato sui primi otto mesi (gennaio-agosto) dell'anno 2020. Infatti è presente la completa disponibilità dei dati, nel periodo appena citato, per i due maggiori centri turistici italiani: Milano e Roma.

Si procederà quindi con un'analisi descrittiva volta a comprendere l'enorme crescita della piattaforma nei due luoghi turistici degli ultimi anni e in seguito sarà inserito il 2020 per quantificare il crollo in termini economici.

Dopo questa introduzione sarà effettuata un'analisi quantitativa per ipotizzare alcune nuove tendenze interne alla piattaforma di cui si è a lungo discusso nel capitolo precedente. Infatti, la situazione pandemica, potrebbe non essere un'eccezione di supercriticità ma, investitori e host, potrebbero frenare la vorticoso crescita di Airbnb e dall'altra parte, il mercato, potrebbe modificare alcuni tratti interni.

Infatti questa incertezza, su cui sono incentrati numerosi dibattiti in letteratura, è data dal fatto che questo sia il primo vero scoglio incontrato dal mercato dell'affitto a breve e la sua resistenza e capacità di adattamento saranno fondamentali per mantenere una posizione ancora più solida nel mondo dell'ospitalità.

Per questi motivi l'analisi sarà focalizzata sull'individuazione di nuovi trend seguiti dai guest nelle prenotazioni di proprietà Airbnb, in modo da tentare di comprendere come la piattaforma potrebbe cambiare.

Infine sarà effettuata una seconda analisi, utile per osservare come l'instabilità del periodo si sia manifestata nel settore turistico. In questa seconda fase saranno trattate le prenotazioni effettuate prima o dopo un certo lasso di tempo precedente al check-in.

3.3. MILANO

3.3.1 IL TURISMO A MILANO

Milano rappresenta una delle principali mete turistiche italiane, seconda solo a Roma. Il flusso di turisti annuale registrato dall'Istat nell'ultimo documento ufficiale mostra un numero di turisti in costante crescita da ormai un decennio ed è rappresentato da 11.852.973 visitatori annuali (Istat, 2018). In particolare la crescita di Milano ha assunto valori sempre più importanti dall'ospitalità dell'Expo nel 2015.

Analizzando ora il panorama europeo, il capoluogo lombardo si trova al nono posto nella classifica di arrivi internazionali nelle città europee con 651.300 arrivi l'anno. (Euromonitor, 2019)

I motivi di visita sono molteplici e al primo posto si trovano spostamenti per svago e benessere. Infatti Milano è uno dei principali poli della moda e dell'arte a livello mondiale e questo senza dubbio garantisce un gran numero di visitatori ogni anno. Oltre alle visite di piacere ad atelier, musei e locali notturni, un'altra componente sicuramente importante dell'ospitalità milanese è contraddistinta da motivi lavorativi, essendo il capoluogo lombardo il più importante polo economico italiano.

Questa crescita esponenziale degli ultimi anni ha permesso a Milano di essere inserita anche nella classifica delle città più visitate al mondo anche se le diverse fonti le assegnano posizioni diverse.

Senza ombra di dubbio questa opportunità è stata sfruttata a pieno dal settore turistico tradizionale che si è sviluppato aumentando le strutture a disposizione e il numero degli occupati, ma un ruolo fondamentale nella soddisfazione domanda sempre crescente è stato ricoperto dalle piattaforme di affitto a breve. In particolare, come sarà mostrato in seguito, Airbnb ha visto un aumento delle proprietà disponibili, delle prenotazioni e di conseguenza dei ricavi più che doppio rispetto al già elevato incremento di flussi turistici che si aggira dal 2017 anni vicino al 10% per anno (Comune di Milano).

Oggi Airbnb ha una presenza molto forte nel territorio e solo a Milano mette a disposizione 62.964 proprietà. E' immediato intuire quindi che uno shock improvviso come quello del Covid-19 possa aver impattato in modo critico su questo settore così costantemente in aumento. I dati relativi alle prenotazioni e ai ricavi sono riportati più avanti.

3.3.2 ANALISI DESCRITTIVA

Non essendo ancora disponibile il Dataset completo di AirDNA dell'anno 2020, fondamentale per studiare gli impatti della pandemia sul mercato a breve termine, è stato utilizzato il file contenente i dati relativi alla città di Milano. Per il capoluogo sono disponibili anche i mesi del 2020 fino ad agosto.

Per inquadrare nel migliore dei modi la situazione si è iniziato tramite il dataset "Montly Dataset" ad analizzare il numero di giorni prenotati Airbnb negli anni dal 2016 al 2019 nel capoluogo lombardo. In seguito si è ripetuta la stessa operazione più nel dettaglio, usando come base temporale non più l'anno ma il singolo mese.

In questa prima fase si è deciso di utilizzare i giorni prenotati come valore di riferimento e non i ricavi per riuscire a mostrare la crescita della piattaforma nel territorio come presenza e non solo come attività economica.

Da queste prime semplici analisi sono saltate immediatamente all'occhio due caratteristiche fondamentali degli andamenti:

- **Forte crescita:** la crescita media annuale del numero di giorni prenotati su Airbnb è del 34%. Nel 2019 la città di Milano ha superato abbondantemente i due milioni di giorni; tuttavia l'aumento negli ultimi anni sembra essersi stabilizzato: infatti si nota dal 2016 al 2017 un aumento del 46% mentre nei due anni seguenti la crescita è ferma intorno al 28%.



Grafico 1.1 "Milano: Numero di giorni prenotati per anno"

- **Stagionalità:** anche questo fenomeno non è certamente una novità per la piattaforma e per il settore turistico in generale. Ciò che è interessante notare nel grafico 1.2 è l'aumento negli anni della stagionalità. Il 2016 mostra un andamento si irregolare, ma la curva è decisamente più piatta rispetto agli anni successivi, soprattutto se confrontato con il 2019. Dunque una

crescita delle prenotazioni negli anni è accompagnata da un aumento del fattore stagionale in due periodi dell'anno: il primo concentrato nel mese di aprile, il secondo in quello di settembre.

In seguito si è proceduto applicando lo stesso metodo di filtraggio dei periodi di interesse inserendo i dati relativi alla stessa città di Milano ma nel periodo 2020. Essendo disponibili soltanto i primi otto mesi per l'ultimo anno sono stati considerati anche per gli anni precedenti i mesi da gennaio ad agosto.

Sono riproposti quindi gli stessi grafici con le modifiche dei dati appena citate.

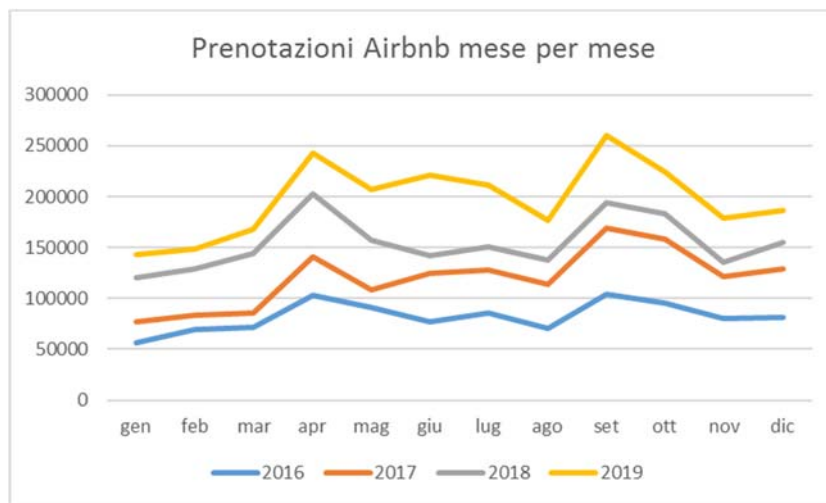


Grafico 1.2 "Milano: numero di notti prenotate mensilmente"



Grafico 1.3 "Milano: numero di giorni prenotato periodo gen-ago"

Come già riportato nei capitoli precedenti è possibile notare un fortissimo calo nelle prenotazioni dei primi otto mesi del 2020. Osservando i due grafici si nota la perdita maggiore a cavallo del mese di febbraio e marzo (50%) come è lecito aspettarsi dalle misure restrittive del Governo italiano introdotte proprio nei primi giorni di marzo. E' interessante osservare come i primi due mesi del 2020 mostrino un'ulteriore crescita rispetto all'anno precedente (18%) e, nonostante essi rappresentino un quarto dei periodi dei dati, il calo nel grafico 1.3 è molto netto. Questa differenza ovviamente è spiegabile dal fatto che nei primi due mesi del 2020 il Covid non ha in alcun modo influenzato il settore non essendo ancora individuato nella penisola italiana.

Utilizzando queste semplici analisi è interessante anche notare che, nonostante il crollo senza precedenti del 2020, i numeri dei primi otto mesi dell'anno considerato in termini di prenotazioni siano addirittura superiori a quelli dello stesso periodo del 2016.

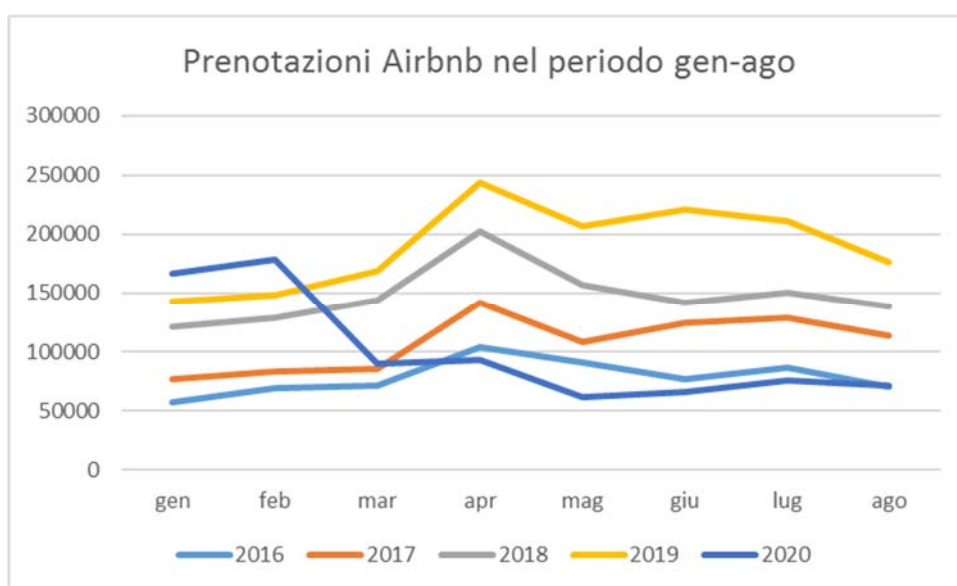


Grafico 1.4 "Milano: numero di notti prenotate mensilmente gen-ago"

Questa è un'ulteriore conferma della crescita della piattaforma nel territorio, in questo caso lombardo.

Se si considerano soltanto i mesi influenzati dal forte shock, quindi eliminando dalla precedente analisi i mesi di gennaio e febbraio, la situazione risulta ovviamente ancora più marcata.

Dal Grafico 1.5 si nota un numero di giorni prenotati nel 2020 inferiore addirittura a quello del 2016 per tutti i mesi studiati, eccezion fatta per i mesi di marzo e agosto in cui però si registra praticamente lo stesso numero. Il calo medio registrato in questi sei mesi del 2020 rispetto al 2019 è del 62%. Ovviamente lo shock del Covid oltre ad avere impattato fortemente sul numero di giorni prenotati ha anche avuto un effetto sulla stagionalità che risulta essere quasi annullata, a differenza di tutti gli anni precedenti. Questo nuovo trend che si osserva nei mesi del 2020 probabilmente è da imputare alle diverse misure restrittive in vigore nei periodi più che alle preferenze dei guest.

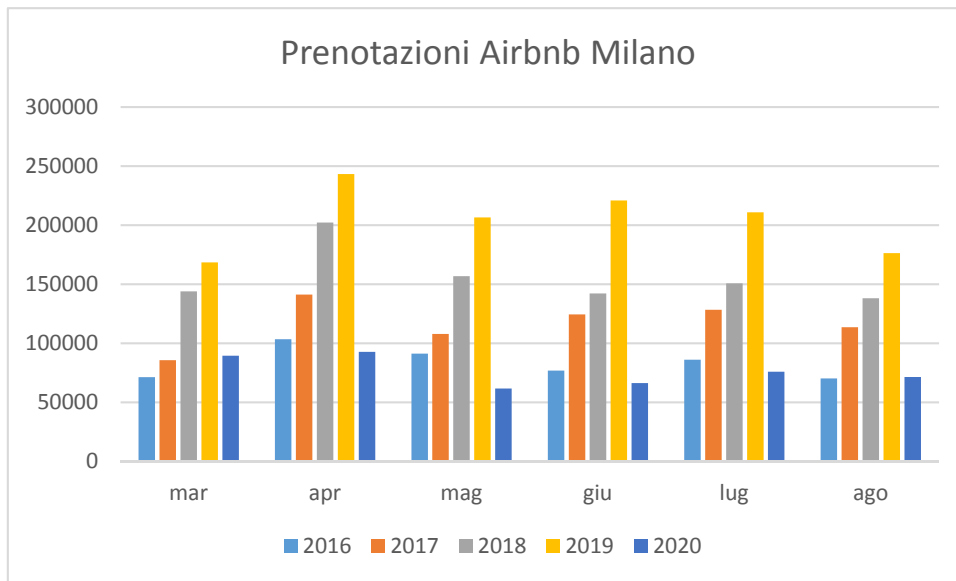


Grafico 1.5 “Milano: numero di notti prenotate mensilmente mar-ago”

3.4 ROMA

Roma è la città italiana che ospita il maggior numero di turisti con 26.944.569 visitatori ogni anno. (WorldTravel). Un'analisi più recente mostra addirittura un numero di viaggiatori vicino ai ventinove milioni. (Istat, 2019) Questi numeri hanno una grande rilevanza a livello nazionale: i visitatori rappresentano il 6,8% del turismo nazionale, il 4,1% della clientela italiana e il 9,4% di quella estera. La sua forte presenza in questo settore è dimostrata dal fatto che Milano, città appena trattata e seconda come numero di visitatori annuali, non conti neanche la metà dei turisti di Roma.

La classifica delle città europee per numero di arrivi internazionali annuali pone la capitale italiana al quinto posto con 9.703.200 arrivi, dopo Londra, Parigi, Istanbul e Antalya. (travel365)

Nonostante questi numeri, il flusso di turisti è in continua crescita tanto che dal 2017 al 2019 si è registrato un incremento di visitatori superiore al milione. (Istat)

Ovviamente i viaggiatori sono attratti dai molteplici monumenti storici presenti nella capitale e questo è dimostrato dalla grandissima presenza di turisti stranieri. Anche in questa classifica infatti Roma è al primo posto sopra Venezia.

A fronte di questi numeri è immediato comprendere l'importanza dell'imporsi di Airbnb all'interno soprattutto delle zone centrali della città. Infatti, anche per via del suo enorme flusso turistico, Roma è da molti anni al centro di numerosi dibattiti sull'impatto del mercato degli affitti a breve termine sui quartieri. Il mancato controllo e soprattutto la mancata regolamentazione nella capitale sono sicuramente alcuni tra gli argomenti più caldi degli ultimi anni nella letteratura di Airbnb in Italia.

Le proprietà disponibili sul sito sono ormai 91.963 e ciò ha senza dubbio impattato fortemente sulle caratteristiche del mercato immobiliare romano. Tuttavia l'elaborato si concentra su aspetti di attualità legati al periodo pandemico del Covid19.

Data l'enorme presenza sul territorio e gli elevati ricavi a cui erano abituati sempre più host professionisti, il Covid ha colpito in maniera molto dura la città di Roma: infatti proprio dagli host della capitale sono nate le nuove iniziative di Airbnb come AirbnbExperience e sono nate iniziative di protesta per la mancata tutela da parte della piattaforma.

3.4.1 ANALISI DESCRITTIVA

Come nel caso precedente l'elaborato procede con una prima fase di analisi in cui sono descritti gli anni di maggiore crescita di Airbnb nel territorio, dal 2016 al 2019. In seguito sarà effettuato un confronto con particolari parametri inserendo i mesi disponibili del 2020, da gennaio ad agosto.

Al fine di descrivere la situazione si è deciso di riportare i dati del "Monthly Dataset" prima aggregati per anno per mostrare la crescita esponenziale del numero dei giorni prenotati e in seguito è stato adottato lo stesso metodo con un'aggregazione mensile.

Il valore di riferimento è rappresentato dal totale dei giorni prenotati nei diversi periodi.

Il grafico 2.1 mostra subito una crescita esponenziale come già osservato nella città di Milano: anche in questo caso infatti il numero di giorni prenotati nel 2019 è maggiore del doppio di quelli del 2016. La crescita tuttavia sembra essersi quanto meno stabilizzata negli ultimi anni: considerando le variazioni di anno in anno del numero dei giorni prenotati si nota il maggiore aumento tra il 2016 e il 2017 (47%). Gli anni successivi invece mostrano un incremento più moderato e simile tra loro (rispettivamente il 24% e il 21%).



Grafico 2.1 "Roma: Numero di giorni prenotati per anno"

Analizzando ora con un focus temporale più preciso si ottiene una nuova visione: ovviamente è semplice cogliere anche tramite il grafico 2.2 la grande crescita del parametro considerato ma in questo caso si nota una stagionalità meno definita.

Nel 2016 la linea del numero di notti prenotate era piuttosto piatto e questo è ciò che è stato affermato per Milano ma in questo caso si nota un'anomalia nel nell'anno 2017, più precisamente nel mese di giugno. Infatti questo periodo è l'unico di quelli finora analizzati che riesce addirittura a toccare i valori registrati nell'anno successivo. Una spiegazione potrebbe essere la presenza di grandi eventi che hanno causato la presenza di un ulteriore numero di turisti. Infatti la stessa tendenza, opposta a quella del 2016 e 2018, si nota anche nell'anno 2019.

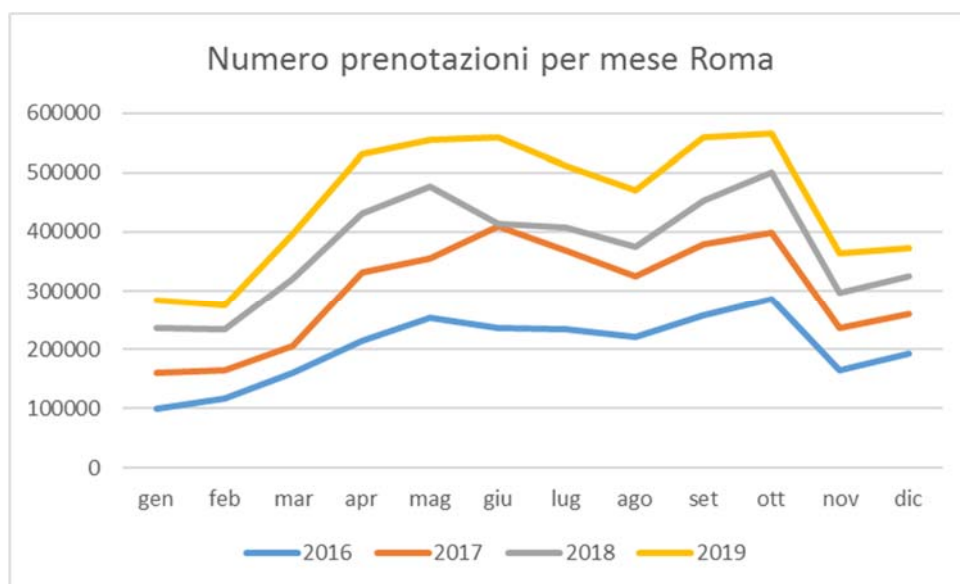


Grafico 2.2 "Roma: numero di notti prenotate mensilmente"

In generale, eccezion fatta per alcuni mesi centrali come agosto, si nota un forte calo delle notti prenotate e di conseguenza dell'afflusso turistico nei mesi invernali. I restanti otto mesi dell'anno, sette se non si considera agosto, seguono un trend piuttosto piatto che raggiunge il valore massimo nel mese di ottobre. Considerando gli ultimi tre anni dell'analisi la stagionalità risulta costante.



Grafico 2.3 “Roma: numero di giorni prenotato periodo gen-ago”

L’elaborato ripropone gli stessi metodi di analisi inserendo l’anno di maggiore interesse e considerando quindi, per tutti i periodi coinvolti, i primi otto mesi.

Dal grafico 2.3 si nota un ovvio calo delle notti prenotate nel 2020 che raggiunge un valore inferiore allo stesso periodo dell’anno precedente del 55% ma comunque superiore, anche in questo caso, al valore registrato nel 2016.

Osservando i mesi di gennaio e febbraio del 2020, non ancora influenzati dal virus, si riscontra una crescita rispetto all’anno precedente del 21%, a dimostrazione di un incremento della piattaforma ormai stabile.

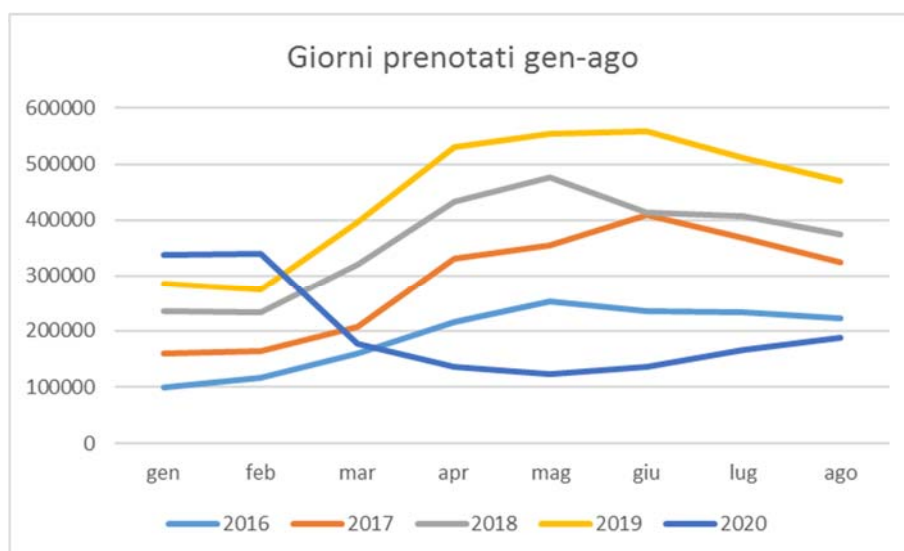


Grafico 2.4 “Roma: numero di notti prenotate mensilmente gen-ago”

Il crollo delle notti prenotate ha inizio nel mese di marzo. E' immediato comprendere che, essendo Roma e Milano due città italiane, gli effetti delle restrizioni imposte dal governo abbiano impattato sul valore studiato a partire dallo stesso periodo. Anche in questo caso il numero di notti prenotate nel 2020, nonostante la situazione critica, superano seppur di poco quelle registrate nel 2016.

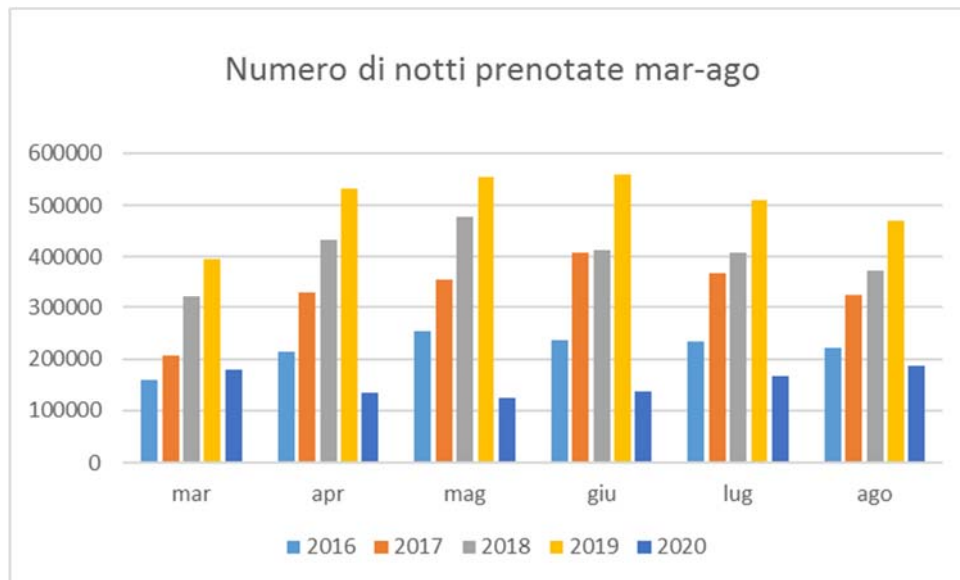


Grafico 2.5 "Roma: numero di notti prenotate mensilmente mar-ago"

Confrontando soltanto i mesi influenzati dalla pandemia appare subito chiara dal grafico 2.5 la criticità della situazione. Innanzitutto il mese di marzo mostra di non aver subito del tutto l'effetto Covid: il calo rispetto all'anno precedente infatti è del 55% ed è il minore di tutto il periodo considerato. Il calo maggiore si registra nel mese di maggio (77%) e il secondo miglior periodo è quello di agosto (60%). Questo ultimo dato potrebbe sembrare una dimostrazione di ripresa della piattaforma, tuttavia analizzando i singoli valori si evince che la motivazione sia fortemente legata al fattore stagionale: infatti agosto è il mese con minor numero di notti prenotate, escluso il periodo invernale.

Anche in questo caso nel 2020 non compare il fattore stagionale se confrontato con gli anni precedenti. Il calo medio nei sei mesi considerati dal 2019 al 2020 è del 68%.

3.5 PRENOTAZIONI E POLICY DI CANCELLAZIONE

Dopo aver inquadrato la situazione delle città di Milano e Roma mostrando i numeri delle notti prenotate e di conseguenza il calo del 2020 è possibile valutare nuovi fattori per analizzare possibili differenze.

Come è stato riportato nel capitolo precedente all'interno della piattaforma si sono create forti tensioni sulle misure di rimborso dedicate agli host, poichè esse erano dedicate soltanto a proprietà con determinate policy di cancellazione. L'elaborato si pone come obiettivo l'individuazione di possibili crolli o aumenti dei ricavi dalle prenotazioni in base alla policy di cancellazione adottata dagli host nelle singole proprietà delle due principali città turistiche italiane.

Questo aspetto potrebbe mostrare infatti un nuovo punto di vista dell'analisi che ha l'intento di identificare dei nuovi trend in termini di policy in momenti di crisi ed instabilità. Proprio per la criticità ed instabilità della situazione infatti, ci si potrebbe aspettare una diminuzione dei ricavi derivanti da proprietà con policy stringenti e quindi con minor probabilità di rimborso in caso di impossibilità di spostamento.

Essendo il settore turistico sempre più instabile, come trattato nel capitolo precedente, alcuni trend individuati nel corso dell'elaborato potrebbero continuare anche al termine della situazione pandemica; inoltre sarà importante per gli host valutare le nuove preferenze dei viaggiatori in modo da poter adattare le proprietà per una rapida ripresa. Ovviamente anche Airbnb, data la sua dinamicità, analizzerà queste nuove possibili tendenze in maniera proattiva, intervenendo con l'inserimento di nuove policy o con delle variazioni delle precedenti se sarà necessario.

Al fine di effettuare l'analisi è stato necessario dividere il file "Monthly Dataset" a causa delle eccessive dimensioni e combinare i file risultanti con un parametro del file "Annual Properties Performance Dataset", più precisamente inserendo nei dati mensili la variabile "Cancellation Policy".

Questa variabile comprende diverse tipologie di valori che, al fine di rendere l'analisi più chiara, sono state raggruppate in tre categorie: "strict" per una politica rigida, "Flexible" per una flessibile e "Moderate" per una moderata. Le tre categorie scelte sintetizzano in modo preciso le caratteristiche specifiche delle policy di cancellazione e rappresentano un livello di severità differente. Come è descritto in modo completo nel capitolo precedente ai due estremi si trovano le politiche "strict" e "flexible", mentre la "moderate" rappresenta un punto di incontro delle precedenti. La combinazione delle variabili di file diversi è stata effettuata tramite SQL Server Management. Con questo programma è stato creato un file mantenendo tutte le variabili utili per l'analisi: "Property ID", "Cancellation Policy", "Reporting Month" e "Revenue". Filtrando gli elementi per i periodi interessati e le differenti policy si sono potuti sommare i ricavi.

Le analisi sopra descritte sono state effettuate per i mesi da marzo ad agosto del 2019 e 2020.

3.5.1 MILANO

La prima osservazione che salta all'occhio considerando il capoluogo lombardo è senza dubbio la diminuzione dei ricavi che si registra in ogni mese del 2020 rispetto all'anno precedente per ogni tipo di policy. Tuttavia ciò è del tutto prevedibile dalla forte diminuzione delle prenotazioni appena trattata.

2020	Strict	Flexible	Moderate	Total
01/03/2020	\$ 996362,590	\$ 2660858,360	\$ 3420561,90	\$ 7077782,850
01/04/2020	\$ 1543295,380	\$ 3442723,260	\$ 4365114,170	\$ 9351132,810
01/05/2020	\$ 654213,650	\$ 1963103,770	\$ 2513452,910	\$ 5130770,330
01/06/2020	\$ 916627,580	\$ 2090301,80	\$ 3093747,320	\$ 6100676,70
01/07/2020	\$ 783956,630	\$ 2352991,390	\$ 3127954,120	\$ 6264902,140
01/08/2020	\$ 625920,20	\$ 2248557,980	\$ 2740760,680	\$ 5615238,860

Tabella 3.1 "Milano: ricavi 2020 divisi per policy di cancellazione"

2019	Strict	Flexible	Moderate	Total
01/03/2019	\$ 2367507,270	\$ 5181518,220	\$ 7183377,340	\$ 14732402,830
01/04/2019	\$ 5468283,220	\$ 11196812,550	\$ 15664652,470	\$ 32329748,240
01/05/2019	\$ 2821242,890	\$ 6356026,610	\$ 9467232,270	\$ 18644501,770
01/06/2019	\$ 2963849,370	\$ 6849950,980	\$ 10742313,180	\$ 20556113,530
01/07/2019	\$ 2784145,860	\$ 6363451,130	\$ 9808422,810	\$ 18956019,80
01/08/2019	\$ 2645699,260	\$ 5511795,590	\$ 7822475,050	\$ 15979969,90

Tabella 3.2 "Milano: ricavi 2019 divisi per policy di cancellazione"

2020	Strict	Flexible	Moderate
01/03/2020	14,077%	37,595%	48,328%
01/04/2020	16,504%	36,816%	46,680%
01/05/2020	12,751%	38,261%	48,988%
01/06/2020	15,025%	34,263%	50,712%
01/07/2020	12,513%	37,558%	49,928%
01/08/2020	11,147%	40,044%	48,809%
Media	13,670%	37,423%	48,908%

Tabella 3.3 "Milano: ricavi percentuali 2020 per policy di cancellazione"

2019	Strict	Flexible	Moderate
01/03/2019	16,07%	35,171%	48,759%
01/04/2019	16,91%	34,633%	48,453%
01/05/2019	15,13%	34,091%	50,778%
01/06/2019	14,42%	33,323%	52,258%
01/07/2019	14,69%	33,570%	51,743%
01/08/2019	16,56%	34,492%	48,952%
Media	15,63%	34,213%	50,157%

Tabella 3.4 "Milano: ricavi percentuali 2019 per policy di cancellazione"

Essendo i ricavi così differenti da un anno all'altro, si è deciso di riportare i valori percentuali al fine di poter effettuare un'analisi appropriata. Per fare ciò il valore dei ricavi provenienti da proprietà con una certa politica di cancellazione è stato diviso per il valore totale dei ricavi del periodo in esame. Prima di analizzare i dati nello specifico è necessaria un'importante precisazione: le prenotazioni dei primi due mesi considerati, specialmente per quanto riguarda marzo, sono state effettuate in gran parte nei mesi precedenti e quindi prima dell'esplosione della pandemia. Per questo motivo i periodi citati potrebbero godere di minore rilevanza statistica non avendo del tutto subito l'impatto diretto del Covid-19.

Dopo uno sguardo generale è ora possibile osservare le tre categorie nello specifico:

- **“strict”**: la policy più rigida è sicuramente la più interessante da analizzare data la forte instabilità del periodo. Innanzitutto questa categoria rappresenta in assoluto una minoranza rispetto alle altre due, contando percentuali sempre modeste che variano dall'11% al 16%. Questo primo aspetto mostra già una tendenza da parte dei viaggiatori di Airbnb a preferire la possibilità di rimborso in caso di cancellazione anche in un periodo pre-pandemico. Tuttavia, come è lecito aspettarsi, si nota un calo di due punti percentuali dal 2019 al 2020 se si considera il valore medio percentuale. Valutando mese per mese si registra un calo in tutti i periodi tranne in quello di giugno. È interessante osservare come il mese di agosto 2020, periodo in cui le norme restrittive erano meno rigide rispetto a quelle di inizio pandemia, registri il più basso valore percentuale di entrambi gli anni.
- **“Flexible”**: questa categoria rappresenta l'estremo opposto rispetto alla precedente ed è quindi quella più morbida. Dunque ci si potrebbe aspettare un aumento medio percentuale dei ricavi nel 2020. Innanzitutto si nota una mole di ricavi superiore alla categoria precedente; essi nei mesi osservati variano dal 34% al 40% dei ricavi totali. Considerando in primis il valore medio si registra un aumento di 3,2 punti percentuali. Analizzando i dati mese per mese si nota che quelli del 2020 sono sempre superiori rispetto a quelli dell'anno precedente. Anche in questo caso il valore più interessante, quello maggiore che si aggira intorno al 40%, si registra nel periodo di agosto 2020. Dunque, osservando anche questa policy, opposta alla precedente, si potrebbe pensare alla crescita di un trend che predilige maggiore libertà di cancellazione.
- **“Moderate”**: questa categoria rappresenta la via di mezzo rispetto alle due precedenti, come già riportato in modo più preciso nel capitolo precedente. Inoltre la policy moderata registra il maggior numero di ricavi sia per quanto riguarda il 2019 che per il 2020. Le percentuali mensili variano dal 46% al 52% ricoprendo quindi circa la metà degli incassi. Osservando i valori percentuali medi si nota subito che questa categoria gode di maggiore stabilità diminuendo da un periodo all'altro di circa 1,2 punti percentuali. Anche in questo caso tuttavia, è evidente una costante diminuzione che mostra i valori sempre percentuali di ogni mese del 2020 inferiori a quelli dell'anno precedente. Questo calo potrebbe essere spiegato nuovamente dalla forte incertezza: infatti, riportando le definizioni trattate nel precedente

capitolo, essa prevede un rimborso totale per cancellazioni effettuate cinque giorni prima del check-in; in questo periodo però è successo più volte che la stabilità della situazione cambiasse radicalmente in modo ancora più rapido.

Le analisi effettuate mostrano quindi risposte in linea con la domanda di ricerca dell'elaborato: l'unica policy che mostra una crescita percentuale di ricavi è quella flessibile mentre la diminuzione maggiore si ha osservando quella più rigida. Inoltre analizzando i dati percentuali mese per mese si nota una consolidazione di questa tendenza soprattutto nei mesi estivi, quelli finali. Una motivazione potrebbe proprio essere la consapevolezza dei guest di una situazione instabile che potrebbe cambiare da un momento all'altro non permettendo di raggiungere la proprietà prenotata. Dunque i visitatori sono incentivati senza dubbio ad usufruire di prenotazioni che godono del diritto di cancellazione gratuita fino al più breve tempo possibile precedente al check-in.

Si procede analizzando i valori non percentuali dei ricavi per la città di Milano. Il totale dei ricavi persi nei sei mesi considerati è di \$81.658.251. Ciò è utile per contestualizzare la gravità della crisi: solo nel capoluogo lombardo, in cui le proprietà disponibili sulla piattaforma Airbnb sono 62.964, si osserva una perdita media di ricavi mensili di quasi quattordici milioni di dollari. La perdita più significativa è rilevabile per le policy moderate (\$42.426.882), seguita da quelle flessibili (\$26.701.018) e infine da quella rigida (\$13.530.351). Questi valori ovviamente assumono minor significato statistico rispetto a quelli percentuali e, osservando la grande importanza che hanno le due principali politiche di cancellazione (84,6% nel 2019 e 86,3% nel 2020) sono del tutto prevedibili.

Inoltre, come da previsione, il mese che presenta minori perdite totali (\$7.654.616) è quello di marzo, per il debole effetto Covid; invece la perdita più consistente è registrata nel mese di aprile (\$22.978.615). Questo ultimo dato è dovuto dalla forte stagionalità del mese coinvolto che, negli anni osservati dal 2016 al 2019, era caratterizzato dal maggior numero di prenotazioni insieme a quello di settembre. Pur non avendo i dati di settembre 2020 infatti, sarebbe comunque lecito aspettarsi una perdita consistente di ricavi, simile a quella mostrata ad aprile; i due mesi considerati potrebbero tuttavia mostrare un'importante differenza dovuta alle restrizioni governative molto più morbide nel periodo di settembre.

Non considerando il mese di marzo, dato il debole effetto pandemico, il mese che registra un minor calo di ricavi è agosto (\$10.364.731) con un andamento di aumento di ricavi registrato anche nei due mesi precedenti. Questo potrebbe far trasparire i primi indizi di una possibile ripresa rapida post-pandemica ma è più verosimilmente da attribuire al basso numero di notti prenotate proprio nel mese di agosto in tutti gli anni osservati e quindi alla stagionalità. Tuttavia non è possibile effettuare delle previsioni osservando soltanto i dati relativi alla prima ondata del Covid.

3.5.2 ROMA

Analizzando i dati dei ricavi assoluti nella capitale lo scenario risulta simile. I ricavi totali infatti mostrano una diminuzione in tutti i mesi considerati. Tuttavia questo dato era evidente anche dalle analisi precedenti in termini di numero di notti prenotate.

Anche in questo caso, al fine di ottenere maggiore rilevanza statistica, si considerano i valori percentuali mese per mese dei ricavi di una singola policy sui ricavi totali del periodo considerato. Per analizzare i risultati in modo corretto è necessario ripetere nuovamente l'osservazione riportata nel capitolo precedente riguardante Milano: i primi mesi considerati, specialmente quello di marzo, potrebbero godere di minor significatività, in quanto non colpiti totalmente dall'effetto Covid19. Questo perché le prenotazioni per gli affitti sono state effettuate in gran parte in mesi precedenti in cui la pandemia non si era ancora manifestata.

Innanzitutto si notano dei ricavi totali nella città di Roma nettamente superiori rispetto a Milano e si conferma anche dal punto di vista monetario la tendenza ipotizzata nel capitolo precedente: il fattore stagionale è molto meno significativo rispetto a quello lombardo. Addirittura considerando l'anno 2019 quattro mesi su sei mostrano uno scostamento massimo di ricavi di sei milioni di dollari su cifre che si aggirano su quarantacinque milioni.

Si procede ora analizzando i mesi in base alla policy:

- **“Strict”**: i ricavi derivanti da properties caratterizzate da policy rigide rappresentano una minoranza rispetto a quelle con policy più moderate. Nei periodi considerati si nota un calo annuale percentuale medio di 2,14 punti. Si nota una particolare stabilità in tutti i mesi del 2020 in cui la percentuale relativa alla categoria “Strict” è sempre intorno al 20% e il suo massimo scostamento registrato è di 0.38%. Analizzando ora i diversi mesi si nota che quelli relativi all'anno 2020 sono sempre inferiori a quelli dell'anno precedente e i valori presentano una maggiore variabilità. Proprio per le condizioni indicate i due mesi che mostrano un maggiore scostamento tra gli anni sono quelli con una percentuale di polizze rigide più bassa nel 2019: aprile e agosto.
- **“Flexible”**: i ricavi relativi a properties che adottano politiche morbide rappresentano poco più di un terzo dei totali. In particolare, considerando la percentuale annuale media, si nota che la “flexible” è la policy che mostra un maggiore scostamento tra 2019 e 2020 con una differenza del 4,16%. Ancora una volta questo potrebbe mostrare una nuova tendenza dei guest a preferire, almeno momentaneamente, la possibilità di un rimborso in caso di cancellazione di una prenotazione. A conferma di ciò si nota che nel 2020 il trend percentuale di ricavi termina con un brusco incremento con i mesi estivi; agosto è l'unico mese in cui questo tipo di polizza rappresenta più del 40% dei ricavi totali e si nota un aumento di valore rispetto al mese di marzo, in cui la situazione era ancora piuttosto stabile,

di quasi quattro punti percentuali. Osservando i singoli mesi la maggiore variazione di valore appare osservando proprio il mese di agosto

2020	Strict	Flexible	Moderate	Total
01/03/2020	\$2320013,11	\$4676902,19	\$5803569,14	\$12800484,44
01/04/2020	\$1818722,34	\$3943474,13	\$4826397,37	\$10588594,24
01/05/2020	\$1740339,35	\$3492317,45	\$4397543,23	\$9630200,43
01/06/2020	\$1953556,43	\$3714899,07	\$4605673,19	\$10274129,09
01/07/2020	\$2285146,01	\$4718464,16	\$5090608,20	\$12094218,37
01/08/2020	\$2312380,30	\$5337202,14	\$5539502,22	\$13189085,06

Tabella 4.1 "Roma: ricavi 2020 divisi per policy di cancellazione"

2019	Strict	Flexible	Moderate	Total
01/03/2019	\$6163864,28	\$10057085,26	\$14300781,58	\$30521731,52
01/04/2019	\$9378651,06	\$15187014,50	\$21645571,59	\$46211237,55
01/05/2019	\$9465316,04	\$15775539,01	\$21912615,32	\$47153470,37
01/06/2019	\$9791188,58	\$16038182,58	\$22076060,47	\$47905432,43
01/07/2019	\$8465696,59	\$14255488,30	\$19155133,00	\$41876318,29
01/08/2019	\$7681352,03	\$12736086,41	\$17146452,23	\$37563891,07

Tabella 4.2 "Roma: ricavi 2019 divisi per policy di cancellazione"

2020	Strict	Flexible	Moderate
01/03/2020	18,12%	36,54%	45,34%
01/04/2020	17,18%	37,24%	45,58%
01/05/2020	18,07%	36,26%	45,66%
01/06/2020	19,01%	36,16%	44,83%
01/07/2020	18,89%	39,01%	42,09%
01/08/2020	17,53%	40,47%	42,00%
Media	18,14%	37,61%	44,25%

Tabella 4.3 "Roma: ricavi percentuali 2020 per policy di cancellazione"

2019	Strict	Flexible	Moderate
01/03/2019	20,20%	32,95%	46,85%
01/04/2019	20,30%	32,86%	46,84%
01/05/2019	20,07%	33,46%	46,47%
01/06/2019	20,44%	33,48%	46,08%
01/07/2019	20,22%	34,04%	45,74%
01/08/2019	20,45%	33,91%	45,65%
Media	20,28%	33,45%	46,27%

Tabella 4.4 "Roma: ricavi percentuali 2019 per policy di cancellazione"

- **"Moderate"**: i ricavi derivanti da properties con policy moderate, che rappresentano quindi un punto di incontro tra le prime, rappresentano quasi il 50% dei ricavi totali nei periodi considerati. Guardando la variazione media tra il 2019 e il 2020 si nota una diminuzione

contenuta di 2,02 punti percentuali. Osservando i singoli mesi si nota che questa diminuzione è da imputare ai due mesi estivi di luglio e agosto in cui, considerando il 2020, si registra un netto calo. Infatti queste mensilità del 2020 sono piuttosto anomale in quanto interrompono un andamento nei due anni molto stabile. Questo fattore può essere imputato ancora una volta all'instabilità del periodo.

Analizzando la situazione, in generale, si nota un cambiamento più consistente negli ultimi mesi in cui la situazione di instabilità è maggiormente consolidata.

Anche in questo caso le analisi effettuate mostrano risposte in linea con la domanda di ricerca, in particolare ancora più nette e definite. Infatti, così come per Milano, anche per Roma l'unica policy che riporta un aumento percentuale dei ricavi è quella più morbida che permette la cancellazione gratuita fino a ventiquattro ore prima del check-in. Oltre a ciò si nota che la diminuzione percentuale maggiore si registra per quanto riguarda le properties caratterizzate da policy di tipo "Strict": in un periodo simile, molto spesso, non potere cancellare una prenotazione gratuitamente significa perdere i soldi date le improvvise restrizioni governative. Questa tendenza sembra sconosciuta nei primi mesi considerati, in cui la variazione percentuale rispetto all'anno precedente è più contenuta, e va rafforzandosi nei mesi estivi.

Considerando ora i valori assoluti dei ricavi mensili, la differenza rispetto a Milano è ovvia in quanto la capitale italiana ospita il 50% in più di properties rispetto al capoluogo lombardo. Il mese caratterizzato da perdite economiche maggiori è quello di giugno che registra un $-37.631.303$ \$. La cifra è molto simile a quella del mese di maggio. In questi due mesi la differenza di ricavi scende addirittura del 79%. Per tentare di quantificare il danno subito dagli host, come da tutto il settore turistico peraltro, è sufficiente considerare che solo nei sei mesi al centro della ricerca dell'elaborato i ricavi del 2019 si differenziano da quelli del 2020 di $182.655.369$ \$.

3.5.3 CONSIDERAZIONI

Osservando ora i risultati registrati in entrambe le città congiuntamente, possono saltare all'occhio diverse similitudini. Sono trattati in questo paragrafo esclusivamente i valori percentuali al fine di poter mettere a confronto due zone caratterizzate da moli di ricavi differenti.

In primis si nota un andamento simile dei ricavi derivanti dalle differenti policy di cancellazione adottate dagli "host". Infatti, seguendo proprio la risposta al centro dell'elaborato, si nota una tendenza, sempre più consolidata, a ricercare proprietà che godono di politiche di cancellazione morbide.

Come già accennato nei paragrafi precedenti la causa principale potrebbe essere attribuita all'instabilità della situazione pandemica e all'insicurezza dei guests di poter raggiungere o meno la destinazione anche in brevi spazi temporali. Infatti l'aumento delle percentuali di ricavi si registra

soltanto nella politica più morbida e nelle altre due, compresa quella moderata che rappresenta una via di mezzo, si registra un calo più o meno netto. Questo perché la policy “moderate” consente sì un rimborso ma soltanto per cancellazioni effettuate almeno cinque giorni prima della data di check-in. In questo periodo però, l’instabilità è talmente marcata che è abbastanza comune assistere a cambi nella rigidità delle restrizioni improvvise. Tuttavia, per entrambe le città sotto esame, i ricavi derivanti da policy moderate restano i più stabili.

Dunque si predilige una possibilità di cancellazione con rimborso fino a ventiquattro ore prima dell’inizio del soggiorno. Ciò ovviamente potrebbe portare dei cambiamenti all’interno della piattaforma anche dal punto di vista degli host. Essi sono incentivati a modificare le policy di cancellazione delle proprietà perdendo però in questo modo buona parte di costanza nei ricavi: infatti una policy più rigida, dal punto di vista degli host, garantisce un’entrata, più o meno consistente, anche in caso di cancellazione. L’aumento ulteriore di proprietà con politica flessibile metterebbe ancora più in difficoltà gli “host prudenti” indecisi se tornare almeno per un breve periodo nel mercato degli affitti a lungo termine. (“Impacts of Covid-19 on peer-to-peer accommodation platforms: Host perceptions and responses”)

Questo studio pone le basi per una valutazione futura che sarà molto interessante: infatti sarà utile per Airbnb valutare se l’andamento considerato sia soltanto temporaneo, quindi fortemente legato al periodo, oppure se questa pandemia abbia dato un input tanto forte da riuscire ad imporre un cambiamento duraturo. Tuttavia per ottenere dei risultati validi sarà fondamentale considerare dati post-pandemici.

3.6 INDICATORI DI PERFORMANCE

In questo paragrafo saranno introdotti degli indicatori di performance al fine di analizzare i dati riportati in precedenza. In questo modo sarà possibile valutare nuovi aspetti legati alla perdita dei ricavi derivanti dalle differenti policy o alla variazione di questi da quelli attesi.

Il paragrafo precedente mostra che la pandemia ha avuto un impatto significativo sulle prenotazioni dei guest in base proprio alla policy di cancellazione. Dunque è interessante studiare la quantità di mancati ricavi da parte degli host nei mesi considerati dell'anno 2020. Per fare ciò è necessario rimuovere questo impatto. Dunque la domanda posta dallo studio è la seguente: se ci fosse stato soltanto un calo dei ricavi totali, senza variazioni di prenotazioni registrate nelle policy, come sarebbero cambiati i ricavi degli host?

Per rispondere alla domanda è necessario introdurre la variabile *Ricavi Fittizi 2020(t)* che mostra le entrate nei mesi dell'anno colpito della pandemia senza impatti sulle policy.

- La variabile *Totale Ricavi Reali 2020(t)* rappresenta la quantità effettiva di ricavi registrati nel periodo t dell'anno 2020
- La variabile *Percentuale Ricavi Per Policy 2019(t)* rappresenta il valore percentuale registrato di ricavi in base alla policy di cancellazione adottata dalla proprietà nell'anno 2019 e quindi senza l'influenza del Covid19
- t rappresenta i periodi considerati, ovvero i mesi

$$RF2020(t) = PRP(t) \% \times TRR(t)$$

In questo modo saranno riportati nelle tabelle i valori che i ricavi avrebbero assunto nel 2020 se la pandemia avesse avuto soltanto un impatto sul numero di prenotazioni e non sulla policy adottata.

	Strict	Flexible	Moderate
01/03/2020	\$1137404,573	\$2489319,714	\$3451058,563
01/04/2020	\$1581659,166	\$3238592,532	\$4530881,112
01/05/2020	\$776376,301	\$1749111,516	\$2605282,514
01/06/2020	\$879616,021	\$2032939,557	\$3188121,122
01/07/2020	\$920151,041	\$2103099,650	\$3241651,449
01/08/2020	\$929678,428	\$1936802,696	\$2748757,736

Tabe 5.1 "Ricavi ideali Milano 2020"

2020	Strict	Flexible	Moderate
01/03/2020	\$2585058,11	\$4217833,01	\$5997593,31
01/04/2020	\$2148973,38	\$3479870,51	\$4959749,53
01/05/2020	\$1933111,01	\$3221854,11	\$4475235,30
01/06/2020	\$2099885,50	\$3439659,12	\$4734584,05
01/07/2020	\$2444961,35	\$4117100,05	\$5532156,56
01/08/2020	\$2697005,05	\$4471776,38	\$6020303,21

Tabella 5.2 “Ricavi ideali Roma 2020”

In questo modo si ottengono i ricavi attesi dagli host nell’anno 2020. Un’ulteriore interessante sviluppo potrebbe essere quello di confrontare questi dati ottenuti con quelli reali al fine di individuare le maggiori variazioni.

Per questo motivo si introduce un nuovo elemento: *Variazione effetto Policy 2020 (t)*

$$VEP(t) = RR2020(t) - RF2020(t)$$

- RR2020(t) rappresenta la quantità di ricavi effettivamente registrata nei mesi oggetto dello studio in base alla policy di cancellazione adottata.

	Strict	Flexible	Moderate
01/03/2020	-\$141041,983	\$171538,646	-\$30496,663
01/04/2020	-\$38363,786	\$204130,728	-\$165766,942
01/05/2020	-\$122162,651	\$213992,254	-\$91829,604
01/06/2020	\$37011,559	\$57362,243	-\$94373,802
01/07/2020	-\$136194,411	\$249891,740	-\$113697,329
01/08/2020	-\$303758,228	\$311755,284	-\$7997,056
	-\$704509,50	\$1208670,896	-\$504161,396

Tabella 6.1 “VEP(t) Roma”

2020	Strict	Flexible	Moderate
01/03/2020	-\$265045,821	\$459069,594	-\$194023,773
01/04/2020	-\$330251,194	\$463603,454	-\$133352,260
01/05/2020	-\$192771,530	\$270463,484	-\$77691,954
01/06/2020	-\$146329,319	\$275240,008	-\$128910,689
01/07/2020	-\$159815,526	\$601364,159	-\$441548,632
01/08/2020	-\$384624,709	\$865425,641	-\$480800,932
Totale	-\$1478838,099	\$2935166,341	-\$1456328,241

Tabella 6.2 “VEP(t) Milano”

I dati riportati nelle tabelle 6.1 e 6.2 mostrano dei trend molto simili tra loro. Ciò che si nota in questo caso completa l’analisi precedente di percentuali di ricavi mensili in base alla policy.

Il valore del VEP(t) mostra un calo di ricavi per gli host, dovuto esclusivamente all'effetto policy e non al calo di ricavi totale: infatti essendo considerato il totale dei ricavi mensile del 2020 (TRR(t)) la diminuzione dei ricavi totali non incide sull'analisi.

In particolare le proprietà che subiscono una maggiore perdita dai ricavi attesi sono quelle che adottano una policy stringente e ciò è in linea con tutti i risultati ottenuti finora. Inoltre l'altro valore che salta immediatamente all'occhio è un aumento di ricavi reali rispetto a quelli attesi per quanto riguarda le policy flessibili. E' piuttosto interessante che tutti i mesi di entrambe le città mostrino un andamento comune con nessuna eccezione: i ricavi reali provenienti da proprietà con cancellazione gratuita fino a ventiquattro ore prima del check-in sono sempre maggiori di quelli attesi in tutti i periodi considerati. Nello stesso tempo si osserva la tendenza opposta per quanto riguarda polizze intermedie o rigide.

Inoltre come già era lecito dedurre dall'analisi precedente si nota un consolidamento di questa tendenza appena evidenziata anche con l'indicatore VEP(t) negli ultimi mesi di luglio e agosto.

Infatti per entrambe le città l'indice VEP(t) di luglio e agosto nella colonna delle politiche "Flexible" rappresenta quasi il 50% dell'indice totale calcolato su sei mesi.

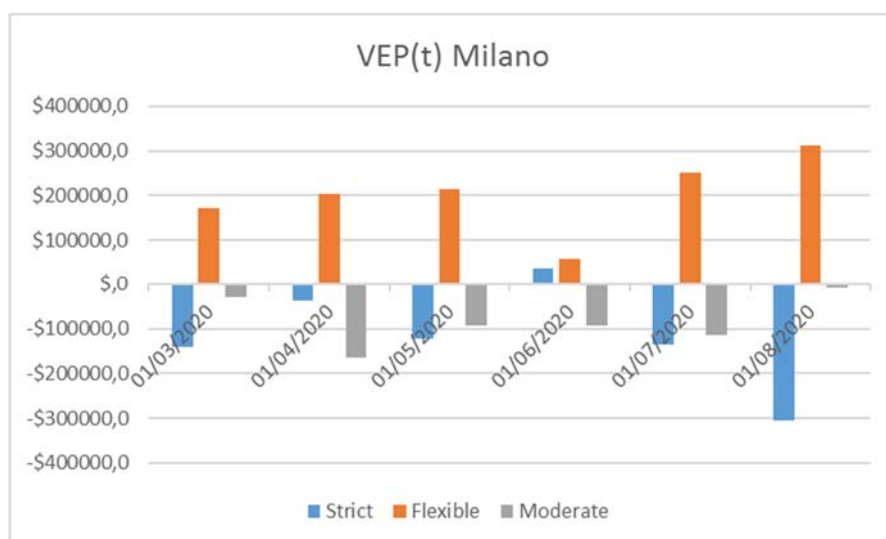


Grafico 3.1 "Milano: VEP(t)"

Ciò significa che la differenza tra ricavi attesi e ricavi reali trova il suo valore massimo nei due mesi estivi. Il valore totale VEP(t) “Flexible” è dato dalla composizione quasi equa della perdita delle altre due policy. In particolare nella città di Roma il valore “Flexible” totale è composto dal 50% delle perdite di “Moderate” e il restante 50% da quelle “Strict”.

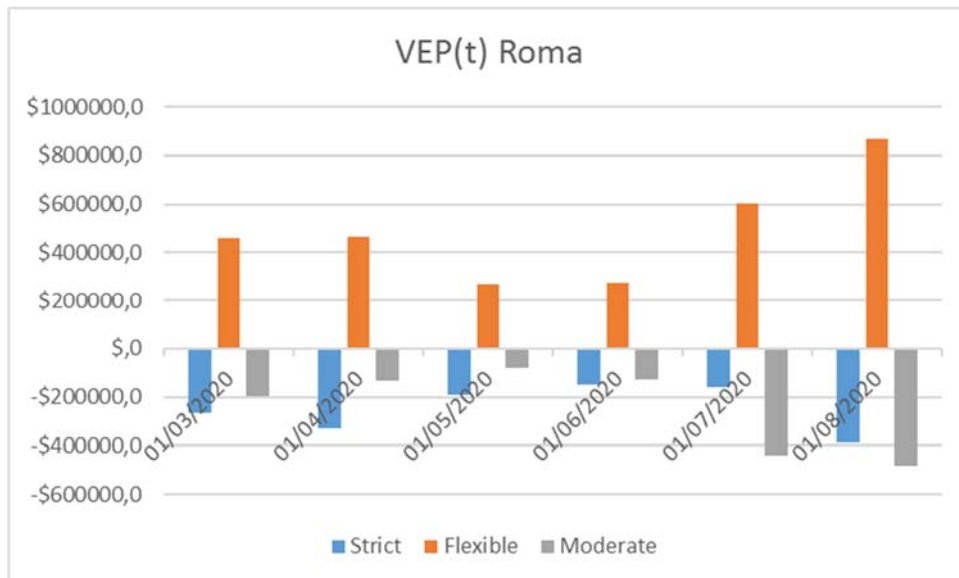


Grafico 3.2 “Roma: VEP(t)

Tuttavia il VEP(t) è sicuramente più significativo per le proprietà con policy “Strict” in quanto i ricavi totali generati da questo tipo di proprietà sono nettamente inferiori di quelli “Moderate” come è stato riportato nei capitoli precedenti e assumono di conseguenza una maggiore rilevanza statistica per un impatto più significativo.

3.7 PROPRIETA' PRENOTATE

Dopo avere analizzato il calo dei ricavi in base alla policy di cancellazione, l'elaborato si focalizza sul numero di proprietà prenotate ogni mese e i ricavi medi, il tutto mantenendo la variabile della politica.

In particolare è interessante calcolare se il Covid19 abbia impattato sul numero di proprietà prenotate con la stessa intensità osservata sui ricavi. In questo modo è possibile analizzare anche un possibile cambiamento dei ricavi medi per giorno.

Per effettuare la nuova analisi è necessario introdurre una variabile:

- Proprietà prenotate (t,t) : essa mostra il numero di proprietà che hanno avuto almeno una prenotazione nel tempo t,t. La variabile "t,t" rappresenta i sei mesi studiati per entrambi gli anni.

Al fine di ottenere una stima precisa è stata applicata una funzione utilizzando come variabili il periodo, il tipo di policy di cancellazione e i ricavi. E' stata quindi presa in considerazione ogni proprietà caratterizzata da una certa policy, che in un determinato mese e anno (t,t) , mostrava una casella dei ricavi diversa da 0. In questo modo sono state individuate soltanto le abitazioni che hanno ottenuto un ricavo, anche minimo, in quel determinato periodo.

Questa operazione è stata effettuata sempre sul "Monthly Dataset" delle due città studiate.

TOT	Strict	Flexible	Moderate
2019-01-03	4351	11010	11309
2019-01-04	4393	11961	11883
2019-01-05	4383	12051	12136
2019-01-06	4358	12208	12254
2019-01-07	4418	12535	12414
2019-01-08	4414	12682	12461
Tot	26317	72447	72457

TOT	Strict	Flexible	Moderate
2020-01-03	4062	12350	11962
2020-01-04	3983	12011	11638
2020-01-05	3866	11812	11398
2020-01-06	3797	11646	11173
2020-01-07	3741	11582	11001
2020-01-08	3668	11421	10830
Tot	23117	70822	68002

Tabella 7.1 "PP(tt) Milano"

	Strict	Fkexible	Moderate
2019-01-03	7462	14252	15753
2019-01-04	7333	14120	15795
2019-01-05	7248	14260	15919
2019-01-06	7307	14544	16102
2019-01-07	7459	15070	16396
2019-01-08	7506	15454	16606
Tot	44315	87700	96571

	Strict	Fkexible	Moderate
2020-01-03	6868	15140	16159
2020-01-04	6726	14872	15933
2020-01-05	6645	14651	15671
2020-01-06	6539	14541	15450
2020-01-07	6468	14507	15268
2020-01-08	6354	14380	15054
Tot	39600	88091	93535

Tabella 7.2 "PP(tt) Roma"

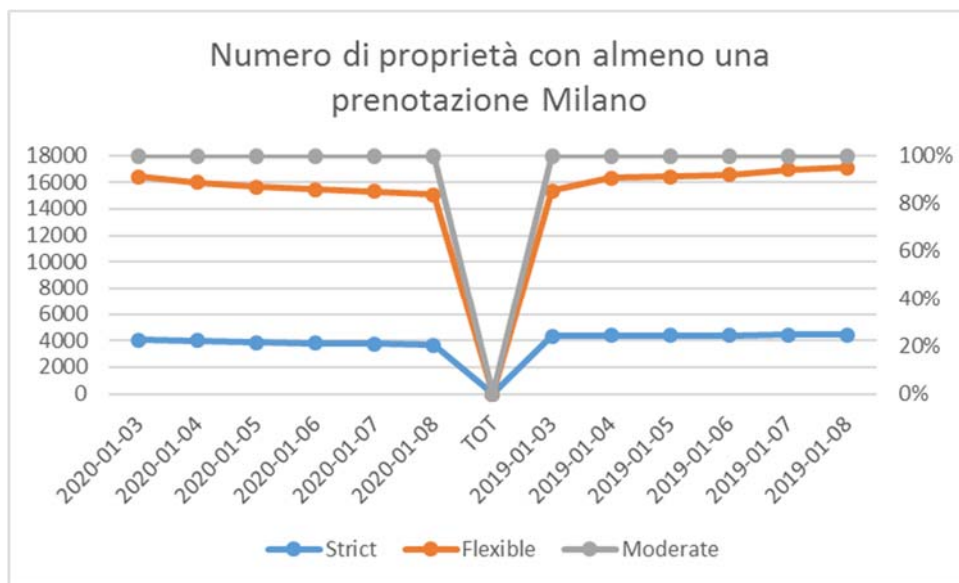


Grafico 4.1 "Milano: PP(t,t)"

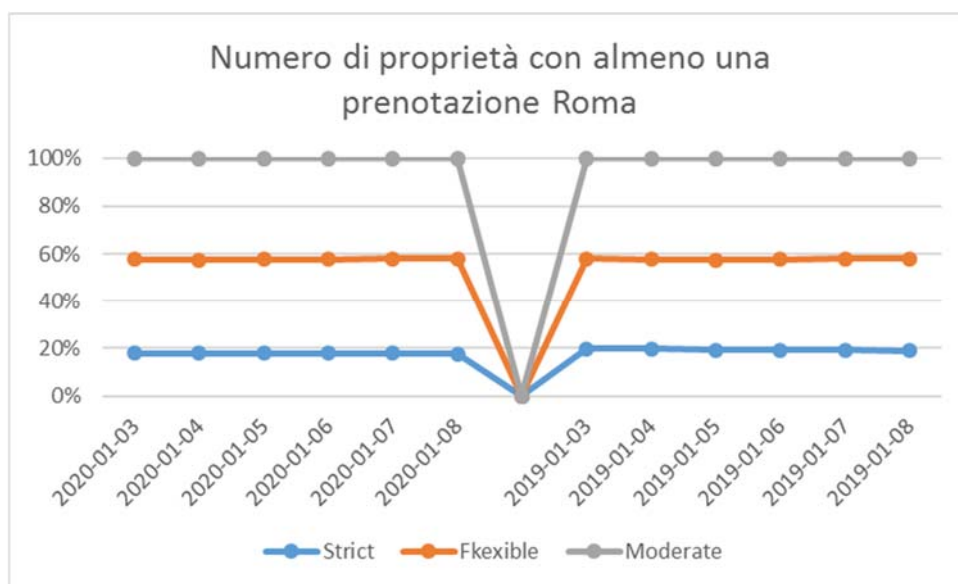


Grafico 4.2 "Roma: PP(t,t)"

I risultati della ricerca rappresentati sui grafici 4.1 e 4.2 tuttavia sono anomali. Infatti dato l'enorme calo di ricavi registrato in ogni mese del 2020 e la netta diminuzione di numero di notti prenotate ogni mese, era lecito aspettarsi un numero di proprietà senza alcuna prenotazione assolutamente maggiore. Invece i valori della variabile PP(tt) sono pressochè uguali nei due anni studiati. Le motivazioni possono essere molteplici. Addirittura in entrambe le città è possibile individuare un aumento dell'indice per quanto riguarda le policy "Flexible" e "Moderate". Lo scenario che si presenta dunque potrebbe essere quello di un numero comunque elevato di unità prenotate e non di poche proprietà che godono dei ricavi ridotti.

Una possibile motivazione può essere data da prenotazioni effettuate sì per molte proprietà ma caratterizzate da un numero molto limitato di notti anche perché una diminuzione del prezzo per notte prenotata così forte non sembra realmente possibile. Dopo le diverse analisi effettuate in precedenza, questa è l'unica che non sembra mostrare una situazione critica. C'è da dire che un possibile scenario, come già accennato in precedenza, potrebbe essere definito da tante proprietà che sono affittate per un giorno al mese, mentre negli anni precedenti la media di giorni prenotati era nettamente superiore. Ciò è già stato anche dimostrato con le analisi precedenti del numero di notti prenotate.

Per approfondire questi aspetti l'elaborato tenta di unire i parametri dei ricavi e di abitazioni con almeno una prenotazione nel periodo.

E' quindi introdotto un nuovo indicatore: *Ricavo Medio (tt)* che rappresenta la media dei ricavi per abitazione in un certo periodo considerato in cui questa ha goduto di almeno una prenotazione.

$$RM(tt) = RR(tt) / PP(tt)$$

Dividendo i ricavi di ogni periodo per il numero di proprietà che, proprio nel periodo considerato, hanno registrato almeno una prenotazione, si ottiene un ricavo medio per proprietà. Questo indicatore non prende in considerazione la differenza di prezzo di prenotazione e soprattutto il numero di prenotazioni che può essere differente da una proprietà all'altra.

	Strict	Flexible	Moderate
2020-01-03	\$245,289	\$215,454	\$285,952
2020-01-04	\$387,471	\$286,631	\$375,074
2020-01-05	\$169,222	\$166,196	\$220,517
2020-01-06	\$241,408	\$179,487	\$276,895
2020-01-07	\$209,558	\$203,159	\$284,334
2020-01-08	\$170,643	\$196,879	\$253,071

	Strict	Flexible	Moderate
2019-01-03	\$544,129	\$470,619	\$635,191
2019-01-04	\$1244,772	\$936,110	\$1318,241
2019-01-05	\$643,679	\$527,427	\$780,095
2019-01-06	\$680,094	\$561,103	\$876,637
2019-01-07	\$630,182	\$507,655	\$790,110
2019-01-08	\$599,388	\$434,616	\$627,757

Tabella 8.1 "RM(tt) Milan"

	Strict	Flexible	Moderate
2020-01-03	\$337,80	\$308,910	\$359,154
2020-01-04	\$270,402	\$265,161	\$302,918
2020-01-05	\$261,902	\$238,367	\$280,617
2020-01-06	\$298,755	\$255,478	\$298,102
2020-01-07	\$353,30	\$325,254	\$333,417
2020-01-08	\$363,925	\$371,155	\$367,975

	Strict	Flexible	Moderate
2019-01-03	\$826,034	\$705,661	\$907,813
2019-01-04	\$1278,965	\$1075,568	\$1370,407
2019-01-05	\$1305,921	\$1106,279	\$1376,507
2019-01-06	\$1339,974	\$1102,735	\$1371,014
2019-01-07	\$1134,964	\$945,951	\$1168,281
2019-01-08	\$1023,362	\$824,129	\$1032,546

Tabella 8.2 "RM(tt) Roma"

Essendo i dati di PP(tt) così simili nei due anni considerati e quelli relativi ai ricavi così differenti è inevitabile aspettarsi un crollo dell'indicatore RM(t,2020).

In entrambe le città lo scenario che si presenta è lo stesso: il ricavo medio per unità con almeno una prenotazione subisce un crollo da un anno all'altro.

Analizzando i numeri con maggiore precisione si ottiene una diminuzione percentuale media dell'indice del 71,33% per la città di Roma. Inoltre non si osservano grosse disparità in base alla policy di cancellazione: il calo è del 72% per le policy "Strict", 69% per quelle "Flexible" e 73% per quelle "Moderate".

Per la città di Milano la situazione è simile seppur con una diminuzione leggermente minore: il calo della media percentuale dell'indice è del 65%. Anche in questo caso il comportamento delle diverse policy non incide in maniera significativa sul totale. Per quanto riguarda le policy "Strict" si registra un -67%, per le "Flexible" -63% e per le "Moderate" -66%.

In entrambe le zone in ogni caso la policy che subisce una variazione minore, anche se di pochissimi punti percentuale, è quella più morbida.

Questa diminuzione quantifica anche le perdite degli host che hanno visto i propri ricavi mensili più che dimezzati a causa della pandemia; ciò è senza dubbio molto più significativo per gli host professionisti, possessori di diverse proprietà che fino al 2019 garantivano entrate sempre crescenti.

Tuttavia questo calo dei ricavi non risulta essere accompagnato da un plausibile calo dell'indice PP(tt) e per questo motivo si ottiene una diminuzione così forte del parametro RM(tt).

Le motivazioni possono essere imputate fondamentalmente a due fattori:

- **Numero di giorni:** il parametro PP(tt) infatti indica soltanto se una proprietà abbia avuto almeno una prenotazione in un mese o meno, non dice nulla né sul numero di prenotazioni né sul numero di giorni prenotati. Dunque è possibile che un'abitazione che nel 2019 fosse stata prenotata e quindi pagata per 25 giorni nel 2020 sia stata prenotata soltanto per un giorno. Questi due casi così differenti dal punto di vista economico sarebbero trattati allo stesso modo dall'indicatore PP(tt).
- **Ricavo per notte prenotata:** vista la forte crisi un andamento così anomalo degli indicatori potrebbe essere imputato anche al crollo dei prezzi di prenotazione. Diminuendo la domanda è inevitabile una diminuzione dei prezzi da parte dell'offerta per equilibrare il mercato.

L'elaborato si pone come ulteriore obiettivo quello di individuare il fattore dominante tra quelli citati. In primis è possibile affermare da subito che un calo del prezzo per notte prenotata così importante sembra quanto meno inverosimile. Per provare questa tesi analiticamente il lavoro si concentra sull'individuazione di un parametro già calcolato ad inizio capitolo: il numero di giorni prenotati. Esso, utilizzato per inquadrare la situazione di forte crisi subita da Airbnb nelle città di Roma e Milano, mostra infatti che il numero di notti prenotate nel 2020 sia di gran lunga inferiore a quelle del 2019. Dunque il fattore dominante da individuare è proprio il numero di giorni. Ciò che

è interessante valutare è l'andamento dei ricavi medi per notte in base alla politica di cancellazione adottata e mostrare come l'effetto policy abbia impattato sui ricavi medi giornalieri.

Proprio a questo scopo si confrontano nuovamente i periodi studiati tramite l'introduzione di un nuovo indicatore: *Ricavi medi per giorno(t,t)*

$$RMG(t,t) = RR(t,t) / NGP(t,t)$$

- NGP(t,t) rappresenta il numero di notti prenotate in un determinato periodo t nel 2019 o 2020 in base alla policy di cancellazione. I dati già riportati ad inizio capitolo devono essere divisi in base alla policy di cancellazione adottata dagli host.
- RR(t,t) indica il valore di ricavi reali mostrati nei diversi periodi degli anni considerati
- RMG(t,t) mostra i ricavi medi per giorno prenotato tenendo conto del tipo di policy adottata dall'abitazione in oggetto

In questo modo è possibile analizzare l'andamento medio dei ricavi per notte prenotata mantenendo il fattore della politica.

Al fine di individuare l'indice NGP(t,t) è stato necessario unire nuovamente i due dataset mensile e giornaliero e sfruttare le informazioni necessarie. Sono state sommate le notti prenotate per entrambe le città mantenendo le variabili del mese per ognuno degli anni e le policy di cancellazione.

Tuttavia è importante sottolineare che la somma di questo indice non riporta il numero totale delle notti per periodo ricavate all'inizio del capitolo in quanto sono considerate soltanto le proprietà che adottano una delle sei principali policy di cancellazione al fine di rendere l'analisi più chiara. Inoltre le policy, come nelle analisi precedenti, sono state aggregate in tre categorie principali: strict, flexible e moderate.

	Strict	Flexible	Moderate
01/03/2019	\$102,396	\$90,146	\$95,383
01/04/2019	\$165,080	\$132,799	\$145,446
01/05/2019	\$108,530	\$90,480	\$99,514
01/06/2019	\$112,408	\$93,561	\$105,874
01/07/2019	\$108,590	\$91,221	\$101,675
01/08/2019	\$118,286	\$93,273	\$100,757

	Strict	Flexible	Moderate
01/03/2020	\$101,359	\$83,363	\$89,830
01/04/2020	\$138,363	\$101,838	\$116,016
01/05/2020	\$108,746	\$89,594	\$97,153
01/06/2020	\$126,397	\$92,446	\$111,890
01/07/2020	\$105,173	\$87,439	\$101,392
01/08/2020	\$99,939	\$88,936	\$97,145

Tabella 9.1 "Milano: RMG (t,t)"

	Strict	Flexible	Moderate
01/03/2019	\$73,118	\$58,260	\$65,515
01/04/2019	\$86,289	\$66,694	\$75,203
01/05/2019	\$83,398	\$64,892	\$71,874
01/06/2019	\$83,076	\$64,708	\$71,367
01/07/2019	\$76,749	\$61,380	\$68,099
01/08/2019	\$74,864	\$59,198	\$66,383

	Strict	Flexible	Moderate
01/03/2020	\$62,923	\$50,442	\$54,770
01/04/2020	\$75,333	\$57,198	\$61,194
01/05/2020	\$70,426	\$59,309	\$63,520
01/06/2020	\$70,365	\$54,222	\$59,724
01/07/2020	\$63,765	\$50,788	\$54,871
01/08/2020	\$60,193	\$50,352	\$53,50

Tabella 9.2 “Roma: RMG (t,t)”

Le tabelle 9.1 e 9.2 mostrano quindi i valori dei ricavi medi per notte prenotata in base alla policy di cancellazione nei periodi oggetto di studio.

L’andamento dell’indice tra il 2019 e il 2020 risulta piuttosto stabile, soprattutto se paragonato con il precedente PP(t,t). Tuttavia dopo le diverse analisi finora riportate ciò appare piuttosto scontato.

In ogni caso si registra comunque un calo dei ricavi medi per ogni policy di cancellazione in entrambe le città. Le uniche anomalie sono osservate a Milano per quanto riguarda le policy rigide a maggio e giugno e per quelle moderate sempre a giugno. In tutti gli altri mesi i ricavi medi per notte prenotata del 2020 sono minori rispetto agli stessi nel 2019.

	Strict	Flexible	Moderate
01/03	1,01%	7,52%	5,82%
01/04	16,18%	23,31%	20,23%
01/05	-0,20%	0,98%	2,37%
01/06	-12,44%	1,19%	-5,68%
01/07	3,15%	4,15%	0,28%
01/08	15,51%	4,65%	3,58%

Tabella 10.1 “Milano: variazione percentuali indice RMG(t,t)”

Analizzando distintamente le due zone di interesse si notano tuttavia alcune differenze: la città di Milano mostra un maggiore equilibrio tra i due anni considerati essendo caratterizzato da una variazione media percentuale negativa del 5% per abitazioni con policy strict, 8% per quelle con policy flexible e 5% anche per quelle con policy moderate. Quindi ogni politica di cancellazione è caratterizzata da un calo.

Tuttavia rispetto ai cali drastici osservati dagli indicatori analizzati in precedenza la situazione dei ricavi medi per notte prenotata sembra stabile. Già nella capitale però la situazione sembra essere piuttosto diversa con un calo dell’indice osservato maggiore.

Osservando la tabella 10.2 infatti si nota un calo in tutti i periodi per ogni policy adottata dagli host. Inoltre, a differenza di ciò che si osserva a Milano in cui la variazione percentuale ha un andamento incostante e molto variabile, la situazione a Roma è simile in tutti i mesi considerati.

Osservando anche per la capitale la variazione dell'indice in base alla policy tra 2019 e 2020 si ottiene una variazione negativa delle abitazioni con policy strict del 15%, con quella flexible del 14% e con quella moderate del 17%.

Dunque anche per Roma si registra un calo per ogni politica di cancellazione.

	Strict	Flexible	Moderate
01/03	13,94%	13,42%	16,40%
01/04	12,70%	14,24%	18,63%
01/05	15,55%	8,60%	11,62%
01/06	15,30%	16,20%	16,31%
01/07	16,92%	17,26%	19,42%
01/08	19,60%	14,94%	19,41%

Tabella 10.2 "Roma: variazione percentuale indice RMG(t,t)"

In ogni caso un calo del ricavo medio per notte, anche se piuttosto lieve, sembra coerente con la ricerca dell'elaborato: un calo così forte della domanda infatti avrebbe impattato in questo modo sui prezzi di prenotazione di una singola notte bloccata dai guest. E' importante comprendere la differenza tra i ricavi medi, finora considerati, e i prezzi che nell'elaborato non assumono particolare valore. Questo perché i prezzi non presuppongono alcuna prenotazione mentre i ricavi medi analizzati corrispondono ad una proprietà prenotata.

Dunque le analisi rispondono alla domanda di ricerca mostrando un numero di unità prenotate molto stabile tra i due anni ed è così anche per i ricavi medi per notte, in cui si registra un calo ma non di grande entità soprattutto nella città di Milano. Come era stato ipotizzato infatti il vero fattore che assume un ruolo fondamentale nella crisi della piattaforma degli affitti è il forte decremento di notti prenotate per unità abitativa sia per Milano che per Roma.

Queste analisi riescono a cogliere le cause del crollo dei ricavi e identificano la situazione statica nel 2020 senza l'influenza del comportamento degli host. Il prosieguo dell'elaborato tenta di misurare le performance registrate dagli host con un possibile intervento di modifica delle caratteristiche delle properties: la policy di cancellazione.

3.8 PRESENZA E PERFORMANCE DEGLI HOST IMPRENDITORI

Come è stato a lungo descritto nel capitolo precedente la piattaforma Airbnb è al centro di una profonda trasformazione dal lato host: infatti nonostante la gran parte degli appartenenti alla categoria veda la piattaforma degli affitti come una possibilità di ulteriore guadagno per arrotondare lo stipendio e sfruttare alcune proprietà, sta prendendo sempre più piede la presenza di host professionisti. Questi ultimi sono presentati in letteratura come “multiproprietari” e sono contraddistinti da un forte carattere imprenditoriale. Dunque come ulteriore scopo l’elaborato tenta di comprendere la differenza tra i due tipi di host misurando le performance, in termini di ricavi, di coloro che hanno mantenuto o modificato le caratteristiche delle proprie properties in termini di policy di cancellazione. Infatti, grazie alla propria mentalità imprenditoriale, alcuni host avrebbero potuto cogliere l’andamento favorevole delle policy più morbide e quello sfavorevole delle policy strict nel 2020. L’analisi è svolta nello stesso periodo inquadrato finora: “01/03/2019 - 01/08/2019” e “01/03/2020” – “01/08/2020”.

Questo studio, a differenza delle altre affrontate fino a questo punto, gode di un carattere dinamico che tenta di misurare la possibilità degli host di rendere meno critica questa crisi dovuta alla pandemia.

Al fine di effettuare lo studio è stato necessario aggiungere al Dataset già descritto ed utilizzato in precedenza un nuovo file riportante le policy adottate negli anni protagonisti aggiornati rispettivamente al 31/12/2019 e 31/12/2020.

Tramite le tabelle pivot sono stati aggregati i ricavi per ogni proprietà nei periodi già riportati in precedenza e questi sono stati filtrati in base alle policy adottate nei due diversi anni. In questo modo è stato possibile individuare il numero di host che hanno mantenuto la stessa policy e di coloro che invece hanno tentato di rispondere alla crisi cambiandola. Sono stati calcolati anche i relativi effetti per entrambe le città.

Al fine di completare lo studio effettuato finora, maggiore attenzione è stata dedicata alle proprietà caratterizzate nell’anno 2019 da policy restrittive; questo per mostrare quanti host, definiti professionisti, abbiano colto questo nuovo trend e siano intervenuti sul fattore policy.

Infatti, come è stato riportato in precedenza, le proprietà con politiche più restrittive sono quelle che hanno subito mediamente delle perdite maggiori di ricavi percentuali a causa dell’insicurezza del periodo e dell’impossibilità di ricevere un rimborso in caso di cancellazione.

Di seguito sono analizzate le due città.

3.8.1 MILANO

Secondo il file di AIRDNA aggiornato al 31/12/2019, nella città di Milano, il numero di proprietà con policy strict nel 2019 individuata è 3.525 e rappresenta il 12% del totale. Analizzando le rispettive nell'anno successivo si osserva che 188 sono hanno cambiato la politica di cancellazione passando ad una Flexible e 468 ad una Moderate, rispettivamente il 5% e il 13%.

Dunque in totale quasi una proprietà su cinque, tra quelle con policy restrittiva nel 2019, ha cambiato strategia.

Si nota quindi una forte propensione a cambiare da parte degli host per tentare di reagire al forte shock subito a dimostrazione di un notevole spirito imprenditoriale. Ciò sottolinea ancora una volta un grande cambiamento interno agli host che hanno tentato in ogni modo di ridurre le inevitabili perdite.

2019-2020 Str->Str	2019-2020 Str->Fle	2019-2020 Str->Mod
\$10782817,260	1.221.624,07 \$	\$2650340,790
2716	188	469

Tabella 11.1 "Milano: cambio di policy di cancellazione"

Dopo aver mostrato l'elevato numero di cambiamenti registrati a cavallo dell'anno pandemico dagli host si mostrano le performance ottenute:

- **Str → Str** : nonostante i cambiamenti la maggior parte delle proprietà rigide ha mantenuto la propria politica, circa l'80%. In totale la perdita subita da queste properties ammonta a 10.782.817,26 \$ che, tentando di standardizzare dividendo per le 2716 unità interessate, permette di individuare una perdita media di **3.970,16 \$**.
- **Str → Fle**: le proprietà che subiscono nei due anni un cambio radicale di policy sono 188, dunque un valore basso intorno al 5%. La perdita totale legata a queste unità è di 1.221.624,02 \$ che rappresenta una perdita media per unità di **6.498,40 \$**.
- **Str → Mod**: infine vi sono 469 proprietà che subiscono una variazione meno marcata, passando da una policy restrittiva a una moderata. La perdita totale individuata è di 2.650.340,79 \$ e la perdita media per abitazione è dunque di **5.651,04 \$**.

3.8.2 ROMA

Presentando i numeri della città di Roma nel file delle policy di cancellazione aggiornato al 31/12/2019 si nota una presenza delle proprietà caratterizzate da policy “strict” piuttosto importante. Precisamente queste sono 8.878 su un campione di 45.533 e rappresentano quindi circa il 19%. Nel 2020 si nota subito un calo con 7.635 presenze.

E’ interessante adesso notare i cambiamenti e gli effetti dei cambi di politica di cancellazione da una restrittiva ad altre più morbide.

2019-2020 str -> str	2019-2020 str -> fle	2019-2020 str -> mod
1.411.598,32 \$	327.632,65 \$	156.886,61 \$
5.758	1.895	1.024

Tabella 11.2 “Roma: cambio di policy di cancellazione”

Nella Tabella 11.2 si nota subito un importante cambiamento da parte degli host: 1.895 proprietà subiscono un trasferimento opposto ad una policy “flexible” mentre 1.024 uno più contenuto adottando una policy “moderate”. Rispetto al totale di policy Strict questi cambiamenti rappresentano rispettivamente il 21% e l’11%.

Prima di mostrare gli effetti relativi a questi cambiamenti è importante notare ancora una volta, anche grazie a questa analisi, una forte presenza di host interventisti e quindi imprenditori: in un anno colpito da una crisi inaspettata quanto imponente, soltanto il 67% delle proprietà con politica rigida appartiene ad host che sono rimasti a guardare senza tentare un cambiamento di policy. È doveroso affermare in ogni caso che gli host professionisti sono spesso multiproprietari e dunque l’intervento di un singolo host come questi appena citati può comportare il cambiamento di diverse proprietà.

In ogni caso la Tabella 11.2 mostra nella prima riga la perdita di ricavi per le proprietà in base ai cambiamenti di policy:

- **Strict → Strict** : le proprietà che hanno mantenuto la stessa politica stringente nei due anni sono 5.758 e hanno subito una perdita complessiva di circa venti milioni di dollari. Tentando di standardizzare i numeri, i valori sono stati divisi, come nel caso precedente di Milano, per il numero di proprietà ottenendo in questo modo un valore medio di perdita per proprietà dal mese di marzo a quello di agosto tra il 2019 e il 2020 di **3.523,15 \$**.
- **Strict → Flexible** : alcune proprietà, precisamente 1.895 come già riportato in precedenza, hanno subito un cambio radicale di policy dalla più stringente alla più morbida.

Una possibile ipotesi è rappresentata dall'individuazione da parte degli host del trend studiato in precedenza. La perdita media per ogni unità è di **3.662,37 \$**.

- **Strict → Moderate** : osservando ancora la Tabella 11.2 si nota che 1.024 proprietà hanno subito un cambiamento di policy più contenuto: da "Strict" a "Moderate". Per questo tipo di proprietà si registra un calo medio di **4.895,25 \$**.

3.8.3 OSSERVAZIONI

In entrambe le città salta subito all'occhio la volontà degli host di intervenire per tentare di contrastare questo periodo critico. La situazione è ancora più marcata a Roma rispetto che a Milano con una percentuale di cambiamenti di policy molto elevata. Nella capitale infatti circa una proprietà su tre è passata da un tipo di politica rigida ad una meno restrittiva.

E' anche interessante notare una nuova differenza tra le zone: nel capoluogo lombardo è maggiore la fetta di proprietà che si affida ad un cambio più contenuto (Str -> Mod) mentre a Roma si osserva il contrario: la maggioranza delle proprietà subisce un cambio radicale (Str->Fle).

Ovviamente vista la criticità della situazione qualsiasi strategia adottata da parte degli host porta ad un'inevitabile calo del ricavo medio nei sei mesi considerati tra i due anni.

L'effetto subito dalle proprietà assume un carattere più variabile nella città di Milano in cui si osservano marcate differenze mentre nella città di Roma vige una maggiore stabilità. Ovviamente non è possibile giudicare le performance non avendo la controprova dei ricavi che avrebbero avuto le stesse proprietà con una scelta differente. Infatti è evidente che ci siano molte altre variabili che agiscono sulla prenotazione di una specifica abitazione.

Il carattere dinamico dello studio permette di valutare non solo i danni subiti dalle abitazioni, come nel resto del settore turistico in generale, ma evidenzia la volontà degli host di reagire ad una situazione complicata. A prescindere dagli effetti ottenuti infatti, si nota un marcato cambiamento del ruolo i host: è importante ricordare infatti che i proprietari originari delle abitazioni Airbnb sono identificati come semplici privati con un forte spirito di condivisione e la volontà di sfruttare proprietà vuote possedute. Ormai, come dimostra l'elaborato, gli host sono veri e propri imprenditori che adottano mezzi e strategie tramite studi e analisi di mercato per ottenere nuove fette e conseguenti maggiori ricavi. Questo ovviamente porta ad un contrasto crescente con coloro che operano nel settore turistico tradizionale e ad una crescita esponenziale del mercato degli affitti a breve termine.

3.9 PERIODO DI PRENOTAZIONE

3.9.1 METODOLOGIA DI STUDIO E ANALISI DELLE CITTA'

Dopo aver mostrato un primo cambiamento all'interno della piattaforma causato dall'effetto della pandemia tramite le policy di cancellazione, l'elaborato si pone come obiettivo quello di individuare un altro trend riguardante il periodo di prenotazione.

Infatti l'instabilità della situazione potrebbe influire non solo sul tipo di proprietà prenotata, ma anche sul momento in cui avviene la prenotazione stessa. Per questo motivo si è analizzata ogni prenotazione effettuata nei periodi già studiati in precedenza osservando il numero di giorni trascorso dal momento della prenotazione stessa al check-in.

Al fine di effettuare questo tipo di studio è stato necessario utilizzare il file di maggiore dimensione di entrambe le città: "Daily Dataset". Tramite un algoritmo sviluppato con Python è stato possibile per ogni prenotazione individuare la distanza tra la data della prenotazione stessa e quella del check-in.

Inoltre è stata stabilita una soglia limite chiamata "L".

- $L = 30$ giorni
- $\Delta T: T_{\text{check-in}} - T_{\text{prenotazione}}$

In base a queste variabili le prenotazioni per proprietà sono state classificate in:

- Tardiva(T) se $\Delta T < L$
- Ordinaria(O) se $\Delta T > L$

I periodi di prenotazione considerati sono "01/03/2019 – 01/08/2019" e "01/03/2020 – 01/08/2020".

Essendo i valori assoluti del numero di prenotazioni così differenti da un anno all'altro, si utilizzano i valori percentuali delle prenotazioni ordinarie e tardive su quelle totali per ogni periodo analizzato; questi sono riportati in seguito nella Tabella 9.1 per la città di Milano e nella Tabella 9.2 per la città di Roma.

2019	Ordinarie	Tardive
mar-19	40%	60%
apr-19	56%	44%
mag-19	48%	52%
giu-19	49%	51%
lug-19	48%	52%
ago-19	45%	55%

2020	Ordinarie	Tardive
mar-20	61%	39%
apr-20	71%	29%
mag-20	60%	40%
giu-20	50%	50%
lug-20	39%	61%
ago-20	44%	56%

Tabella 12.1 “Milano: percentuale prenotazioni ordinarie e tardive”

Nota: Sono evidenziate in verde le caselle che mostrano un valore percentuale superiore all’anno precedente, in rosso quelle che mostrano un valore inferiore

Osservando il periodo si nota un’inversione del trend a cavallo dei mesi estivi. Da marzo a giugno si nota infatti una percentuale di prenotazioni ordinarie superiori al 2019 di un valore medio del 7%. E’ curioso notare che la differenza più netta si registri nel mese di marzo, in cui l’effetto Covid19 non dovrebbe essere presente o quasi.

In questo caso però la motivazione potrebbe essere imputata al fatto che, durante l’inizio della pandemia, in particolare nei periodi caratterizzati da restrizioni più rigide, le uniche prenotazioni effettuate siano quelle di un lasso di tempo superiore a trenta giorni e quindi con maggiore probabilità di essere causate da motivi di lavoro o di studenti fuori sede. E’ difficile infatti che durante il lockdown le proprietà fossero prenotate gli ultimi giorni al fine di trascorrere un weekend di svago e divertimento.

Questo potrebbe anche spiegare l’inversione del trend nel periodo estivo, in cui le restrizioni prese sono state caratterizzate da maggiore flessibilità.

Infatti ancora una volta l’incertezza maturata nei primi periodi dell’anno ha fatto sì che le prenotazioni per le vacanze estive di luglio e agosto non avvenissero in periodi antecedenti di due o tre mesi e ma nel corso dei mesi stessi. Infatti la possibilità di prenotare in periodi antecedenti senza poi riuscire ad effettuare lo spostamento e quindi, in alcuni casi di policy restrittiva, di subire anche una perdita economica hanno causato uno slittamento delle date di prenotazione per le vacanze estive.

Il panorama milanese quindi mostra una prima parte del periodo analizzato, costituita da marzo, aprile e maggio, in cui le prenotazioni erano già state effettuate da tempo e la gente, spesso bloccata dalle restrizioni governative, era disincentivata ad effettuarne delle altre, sia per i mesi in oggetto, sia per i successivi.

In una seconda fase i mesi estivi sono caratterizzati da una differenza di variazione dall’anno precedente: mentre per giugno e agosto la differenza tra 2019 e 2020 è molto ridotta (1%), per luglio è decisamente più marcata (9%).

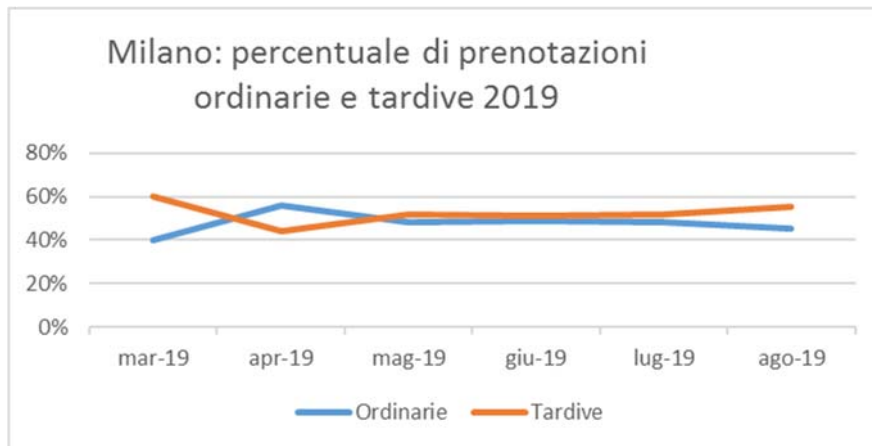


Grafico 5.1 “Milano: percentuale di prenotazioni ordinarie e tardive 2019”

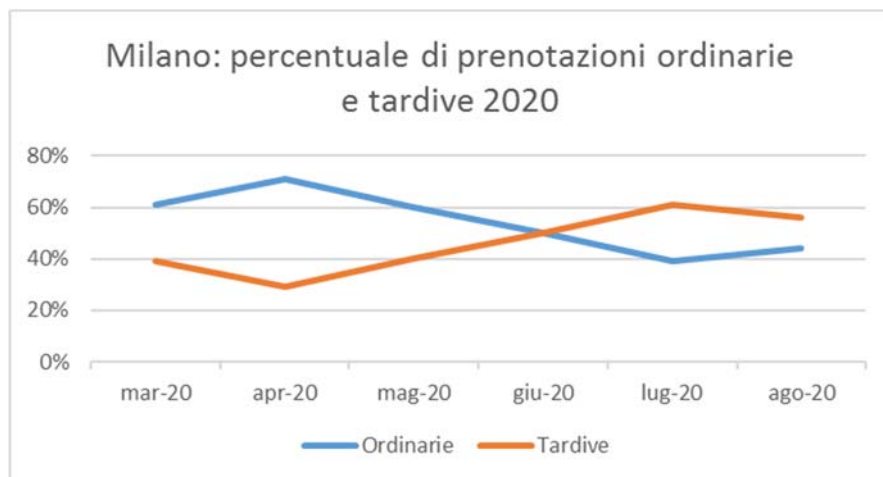


Grafico 5.2 “Milano: percentuale di prenotazioni ordinarie e tardive 2020”

Osservando i due grafici riguardanti la città di Milano si nota nel 2020 un aumento della forbice tra le due diverse tipologie di prenotazioni che evidenziano l’instabilità del periodo. Nel 2019 il grafico 5.1 mostra infatti un andamento quasi stabile tra prenotazioni ordinarie e tardive soprattutto nei mesi centrali del periodo. Nel grafico 5.2 invece è evidenziato una chiara inversione del trend a cavallo del mese di giugno: da marzo a maggio si registra infatti una maggioranza di prenotazioni ordinarie, viceversa nei mesi di luglio e agosto sono maggiori quelle tardive.

Un parametro utile per mostrare più chiaramente lo sbilanciamento registrato nei due anni tra le diverse tipologie è rappresentato da $S(t,T)$.

$$S(t,T) = | O(t,T) - T(t,T) |$$

- $O(t,T)$: percentuale di prenotazioni ordinarie effettuate nel mese t dell’anno T .

- $T(t,T)$: percentuale di prenotazioni tardive effettuate nel mese t dell'anno T .

2019	S(t,T)	2020	S(t,T)
mar-19	20%	mar-19	22%
apr-19	12%	apr-19	42%
mag-19	4%	mag-19	20%
giu-19	2%	giu-19	0%
lug-19	4%	lug-19	22%
ago-19	10%	ago-19	12%

Tabella 13.1 "Milano: S(t,T)"

Osservando la Tabella 10.1 si nota un valore percentuale medio maggiore per quanto riguarda il 2020; l'indice è simile nei due anni a confronto solo per i mesi di marzo, in cui il fattore pandemico è meno marcato, giugno e agosto.

Il mese che riporta un valore più alto per il 2019 è marzo con il 20% mentre per il 2020 è aprile con il 42%. Nell'ultimo anno addirittura si notano quattro mesi su sei analizzati con una percentuale maggiore o uguale al 20%.

Per tentare di quantificare un valore annuo si effettua la media dell'indice per i due anni in oggetto e si ottiene per il 2019 un valore del 6% e per il 2020 19,7%. Questo dimostra ancora una volta una situazione meno stabile nel nuovo anno con una disparità nettamente marcata tra le prenotazioni tardive e quelle ordinarie.

Dopo aver riportato e analizzato i numeri della città di Milano, si procede con lo stesso metodo per Roma.

2019	Ordinarie	Tardive	2020	Ordinarie	Tardive
mar-19	50%	50%	mar-20	60%	40%
apr-19	62%	38%	apr-20	65%	35%
mag-19	68%	32%	mag-20	62%	38%
giu-19	67%	33%	giu-20	52%	48%
lug-19	62%	38%	lug-20	40%	60%
ago-19	50%	50%	ago-20	47%	53%

Tabella 12.2 "Roma: percentuale di prenotazioni ordinarie e tardive"

La situazione osservata nella capitale ha diverse variazioni rispetto a quella appena analizzata a Milano.

In primis nell'anno 2019 si nota uno sbilanciamento molto più marcato delle differenti tipologie di prenotazioni, eccezion fatta per marzo e agosto in cui l'equilibrio è perfetto con il 50% prima e dopo la soglia dei trenta giorni.

E' interessante osservare che in nessun mese del 2019 le tardive assumano un valore superiore delle ordinarie; dunque lo scenario studiato si presenta totalmente differente da quello di Milano ancor prima dell'analisi relativa all'effetto pandemico.

Nel 2020 si nota un proseguimento del trend, nonostante il già più volte riportato calo di prenotazioni, almeno per quanto riguarda i primi tre mesi. Da giugno in poi i valori percentuali suggeriscono un comportamento completamente opposto da parte dei guest.

Già da maggio le prenotazioni ordinarie subiscono una riduzione del 6% rispetto all'anno precedente ma da giugno in poi questo andamento risulta sempre più rafforzato. Proprio il mese di giugno infatti mostra un sostanziale equilibrio con 52% di ordinarie e il 48% di tardive; i mesi seguenti consolidano questa inversione raggiungendo i valori più elevati per le prenotazioni effettuate a meno di trenta giorni dalla data del check-in.

Precisamente a giugno 2020 si registra il valore più alto dei due anni per le tardive con il 60%.

Nonostante le differenze tra le due città infatti il trend seguito dai mesi estivi del 2020 rappresenta un primo punto di incontro. Dunque nei primi periodi in cui gli interventi governativi hanno permesso alcune libertà di spostamento e diminuito le restrizioni, i turisti hanno ricominciato ad effettuare affitti di abitazioni nei giorni immediatamente successivi. Questo nuovo trend può anche essere motivato con il fatto che nei mesi precedenti da marzo a maggio l'insicurezza della durata e dell'entità delle restrizioni governative fosse talmente importante da non consentire una pianificazione nei mesi estivi. Dunque un allentamento di queste ha consentito nuovamente ai turisti di poter ricominciare a prenotare gli alloggi Airbnb.

Osservando i valori percentuali si nota quindi uno stesso trend nelle due città con un inizio di questo precedente a Roma rispetto a Milano.

Si procede applicando il parametro $S(t,T)$ precedentemente spiegato.

2019	$S(t,T)$	2020	$S(t,T)$
mar-19	0%	mar-20	20%
apr-19	24%	apr-20	30%
mag-19	36%	mag-20	24%
giu-19	34%	giu-20	4%
lug-19	24%	lug-20	20%
ago-19	0%	ago-20	6%

Tabella 13.2 "Roma: $S(t,T)$ "

Dalla tabella 10.2 è possibile notare un'altra importante differenza rispetto alla città di Milano: infatti l'indice medio $S(t,2019)$ mostra un valore del 19,7% e quindi superiore rispetto al 16,3% registrato nel 2020. Di conseguenza la variabilità del periodo di prenotazioni è maggiore nell'anno privo di effetto pandemico.

I mesi centrali del 2019 mostrano il valore maggiore annuale, come era possibile individuare anche dalla tabella 9.2, e quindi un forte squilibrio tra le prenotazioni ordinarie e quelle tardive. Nell'ultimo mese la situazione appare più stabile per entrambi gli anni con percentuali di $S(t,T)$ che misurano rispettivamente lo 0% e il 6%.

Le differenze tra i due anni studiati hanno ovviamente poche analogie tra le due città, è possibile dedurre ciò già dalle differenze riscontrate nel periodo pre pandemico: infatti essendo molto differenti gli andamenti delle ordinarie e delle tardive nel 2019, non possono che esserlo anche gli effetti del Covid mostrati nel 2020.

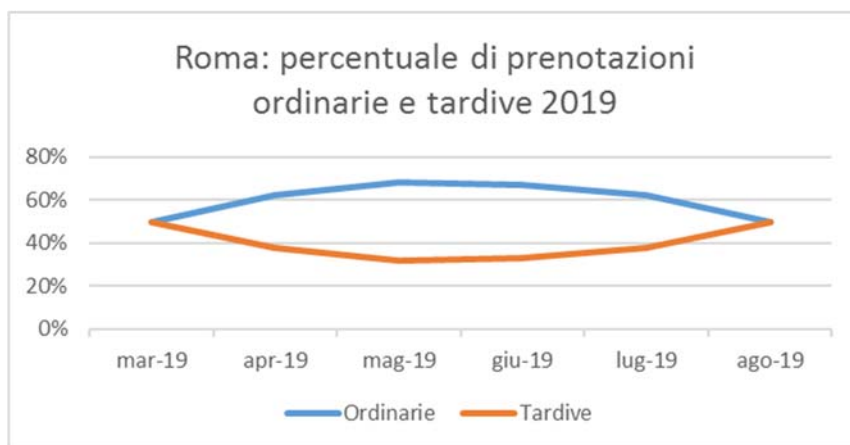


Grafico 5.3 "Roma: percentuale di prenotazioni ordinarie e tardive 2019"

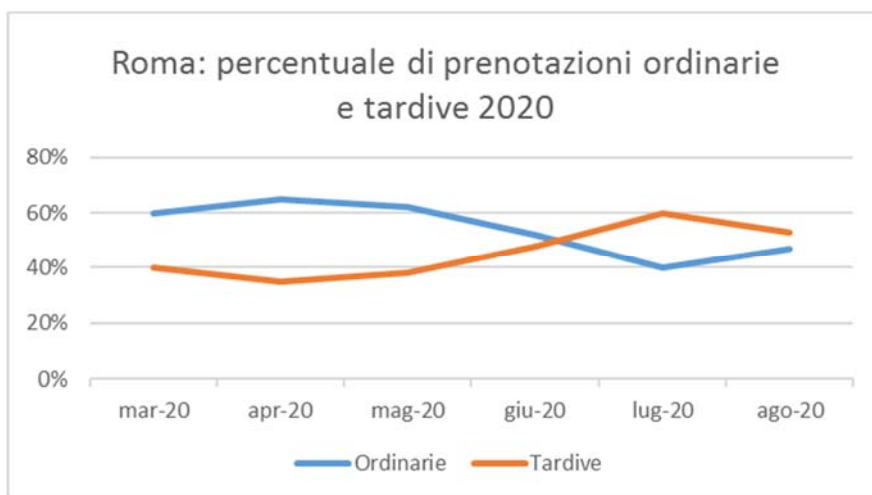


Grafico 5.4 “Roma: percentuale di prenotazioni ordinarie e tardive 2020”

Dai grafici 5.3 e 5.4 salta all’occhio un’interessante deduzione già accennata in precedenza: il 2019 è caratterizzato da un valore di prenotazioni tardive che non supera mai quelle delle ordinarie. Ciò vuol dire che prima dell’insediarsi della pandemia il mercato era ben delineato e molto stabile con la gran parte degli affitti totali bloccata in un periodo superiore a trenta giorni dalla data di check-in.

Lo stesso trend, come appare sulle curve del grafico 5.4, caratterizza i primi mesi anche del 2020; ancora una volta è necessario ricordare che i periodi di marzo e aprile sono statisticamente meno rilevanti per i motivi più volte citati.

Nel mese di giugno si ha una radicale inversione del trend con i mesi estivi che per la prima volta registrano numeri superiori per le prenotazioni tardive. Come già riportato in precedenza questo su questo dato influisce l’alleggerimento delle misure restrittive che ha consentito di avere una certa libertà di movimento e di raggiungimento della meta desiderata.

Dunque per entrambe le città, nonostante le grosse differenze riscontrate nel 2019, si registra un’inversione del trend nel periodo di giugno che mostra un valore di $S(t,T)$ minore.

I primi mesi del 2020 mostrano una situazione in cui gli ospiti, vista la criticità della situazione, non hanno potuto effettuare prenotazioni né per i mesi stessi, quindi tardive, né per i mesi successivi, quindi ordinarie. Dopo un apparente sblocco sono rinate le prenotazioni, con un notevole calo di quelle ordinarie non essendo state effettuate nei periodi precedenti.

Anche nell’analisi relativa al periodo di prenotazione quindi, così come quella relativa alle policy di cancellazione, si vede come l’instabilità del Covid abbia influenzato il mercato degli affitti a breve termine; infatti nonostante le differenze tra Milano e Roma anche prima della pandemia, è possibile notare delle similitudini sugli andamenti nel primo periodo del 2020.

A differenza dell’analisi precedente però sembra più difficile che il cambiamento del periodo di prenotazione possa stabilizzarsi e rimanere tale anche dopo la pandemia in quanto è fortemente influenzato dalle esigenze dei guests. Infatti per semplificare questa motivazione è possibile

affermare che per un viaggiatore in cerca di un alloggio in un periodo di normalità sia indifferente o quasi affittare un'abitazione con una policy rispetto che un'altra, mentre il giorno in cui avviene la prenotazione può portare dei grandi cambiamenti di prezzo e soprattutto di disponibilità. Questo problema è ancora più marcato nei periodi di maggiore affluenza.

In conclusione si può affermare che la pandemia ha influenzato, almeno nei mesi considerati, le prenotazioni in base al momento in cui queste sono state effettuate ma questa inversione del trend sembra comunque temporanea e quindi statisticamente meno significativa della precedente.

3.10 RELAZIONE TRA POLICY DI CANCELLAZIONE E PERIODO DI PRENOTAZIONE

Dopo aver individuato i trend registrati nel periodo tra marzo e agosto dell'anno 2019 e 2020, quindi imputabili alla pandemia, legati alla policy di cancellazione e al periodo di prenotazione separatamente, l'elaborato si pone come obiettivo quello di individuare un legame tra i due fattori.

Infatti nonostante le differenze individuate tra le due città e tra le due variabili oggetto di studio, l'analisi fino a questo punto ha mostrato un forte legame tra la criticità del periodo pandemico e l'andamento delle prenotazioni e dei ricavi.

Al fine di effettuare l'analisi riguardante la perdita di valore è necessario riportare i due studi con il medesimo parametro monetario: per questo anche i dati relativi al periodo di prenotazione, precedentemente analizzati come numero di prenotazioni per quantificare il calo, sono riportati in ricavi, precisamente in dollari.

In questo modo è possibile confrontare i dati per il periodo in oggetto effettuando uno studio economico per individuare dei possibili legami tra le variabili in oggetto.

Essendo i dati registrati corrispondenti a valori elevati, come nel resto del capitolo, si riportano i valori in percentuale per rendere l'analisi più immediata.

Lo studio prende ancora una volta in considerazione i mesi da marzo ad agosto del 2019 e del 2020 a Milano e Roma.

3.10.1 MILANO

Mettendo a confronto i dati relativi alle due analisi salta subito all'occhio, come già riportato in precedenza, la forte instabilità tra le categorie individuate nell'anno pandemico rispetto a quello precedente. Infatti i valori dei ricavi sia per policy adottata sia per periodo di prenotazione registrati nel 2019 risultano piuttosto stabili, con delle variazioni minime di mese in mese; la situazione è totalmente diversa nel 2020.

Analizzando proprio i valori relativi all'anno colpito dal Covid, si notano alcune similitudini tra gli andamenti dei ricavi in base alla policy e al periodo di prenotazione: infatti i mesi da marzo a giugno, in cui l'instabilità della situazione è più marcata, mostrano un forte sbilanciamento del periodo di prenotazione con una percentuale media di 66% di prenotazioni ordinarie e quindi effettuate prima di 30 giorni dalla data di check-in. In questi mesi le percentuali di ricavi provenienti da proprietà con policy strict risulta piuttosto importante, in linea con gli stessi periodi del 2019.

Al contrario osservando gli ultimi due mesi dell'analisi (evidenziati nella Tabella 15.1 in verde), quelli di luglio e agosto, in cui è presente un sostanziale equilibrio tra prenotazioni tardive e ordinarie, si osservano i valori più bassi di ricavi provenienti da proprietà con policy strict. Pertanto il valore percentuale maggiore dei due anni studiati di ricavi delle policy Flexible si registra ad agosto 2020. (40%)

L'unico mese che non sembra seguire l'andamento appena descritto è quello di maggio 2020 (evidenziato nella Tabella 15.1 in rosso) in cui, nonostante il 60% di prenotazioni effettuate prima della soglia di trenta giorni dal check-in, appare una percentuale di ricavi provenienti da policy strict piuttosto bassa (12%) e di conseguenza una importante dalle flexible (38%).

2019	Ordinarie	Tardive
mar-19	40%	60%
apr-19	61%	39%
mag-19	51%	49%
giu-19	53%	47%
lug-19	50%	50%
ago-19	48%	52%

2019	Strict	Flexible	Moderate
01/03/2019	16,07%	35,171%	48,759%
01/04/2019	16,91%	34,633%	48,453%
01/05/2019	15,13%	34,091%	50,778%
01/06/2019	14,42%	33,323%	52,258%
01/07/2019	14,69%	33,570%	51,743%
01/08/2019	16,56%	34,492%	48,952%

Tabella num 14.1 "Milano: confronto ricavi percentuali in base a policy di cancellazione e periodo di prenotazione nel 2019"

2020	Ordinarie	Tardive
mar-20	63%	37%
apr-20	75%	25%
mag-20	61%	39%
giu-20	60%	40%
lug-20	49%	51%
ago-20	50%	50%

2020	Strict	Flexible	Moderate
01/03/2020	14,077%	37,595%	48,328%
01/04/2020	16,504%	36,816%	46,680%
01/05/2020	12,751%	38,261%	48,988%
01/06/2020	15,025%	34,263%	50,712%
01/07/2020	12,513%	37,558%	49,928%
01/08/2020	11,147%	40,044%	48,809%

Tabella num 15.1 "Milano: confronto ricavi percentuali in base a policy di cancellazione e periodo di prenotazione nel 2020"

Per quanto riguarda i ricavi relativi alle policy moderate, come già osservato in precedenza, presentano una forte stabilità e il loro comportamento non sembra essere legato al periodo di prenotazione. E' lecito pensare infatti che le policy più estreme dal punto di vista della rigidità subiscano un effetto maggiore e siano quindi legate al periodo di prenotazione.

Lo scenario che si osserva quindi può essere ricondotto a due periodi distinti: in un primo periodo, in cui le restrizioni governative erano più stringenti, le prenotazioni effettuate pochi giorni prima del check-in rappresentano una percentuale modesta e questi mesi sono caratterizzati da una percentuale di policy simile a quella del 2019.

In un secondo periodo in cui si registra un alleggerimento delle restrizioni e quindi una maggiore possibilità di spostamento, la percentuale di prenotazioni tardive e quindi effettuate in prossimità del check-in acquisisce maggiore importanza e insieme cresce anche il valore di ricavi derivanti da proprietà con politiche flessibili. Questo fattore che lega la crescita dei due parametri considerati può essere spiegato ancora una volta dalla forte instabilità della situazione: i guest, nonostante l'alleggerimento delle restrizioni, hanno effettuato prenotazioni in prossimità del check-in mantenendo però l'attenzione su un possibile e improvviso cambio dei decreti governativi e scegliendo di conseguenza proprietà caratterizzate dalla possibilità di cancellazione gratuita.

Infatti quasi la totalità dei punti percentuali persi in questi mesi dalle proprietà con policy rigide sono acquisiti da quelle morbide, la percentuale di quelle moderate, come già accennato in precedenza, non è influenzata da questo cambio di trend.

Dunque l'elaborato mostra una crescita congiunta nei mesi estivi del 2020 dei valori legati alle prenotazioni tardive e alle policy flexible.

Essendo le properties caratterizzate da politiche moderate non fortemente influenzate dal periodo di prenotazione si osserva anche un legame di proporzionalità indiretta negli stessi periodi tra gli introiti da prenotazioni tardive e quelli da proprietà con politiche restrittive.

I due fattori analizzati però presentano una sostanziale differenza rapportando i due anni su cui si focalizza lo studio: i mesi estivi infatti, per quanto riguarda il periodo di prenotazione, registrano percentuali molto simili nei due anni. Sono i mesi in cui i valori si discostano meno tra quelli

osservati. Se invece ci si concentra sulla policy di cancellazione gli stessi mesi sono quelli che presentano maggiori differenze nei due anni.

Se da un lato quindi luglio e agosto sembrano riportare la situazione del periodo di prenotazione alla normalità grazie all'alleggerimento delle restrizioni, la variabile della politica subisce l'effetto opposto.

Una possibile motivazione potrebbe essere la presenza di un'influenza maggiore tra le restrizioni governative e il periodo di prenotazione rispetto a quella delle stesse sul tipo di policy adottata dalle proprietà. Infatti i guest, tornata una maggiore libertà di spostamento, avrebbero in ogni caso preferito un affitto meno vincolante e con una possibilità di rimborso considerati i già più volte citati interventi governativi improvvisi.

3.10.2 ROMA

Analizzando ora i dati relativi alla capitale italiana lo scenario dei valori percentuali provenienti da prenotazioni tardive e ordinarie appare simile a quello di Milano, seppur con un minore sbilanciamento.

Infatti anche Roma presenta un primo periodo, da marzo a giugno, in cui prevalgono le prenotazioni ordinarie con una percentuale media registrata del 57%. Nonostante ciò però, a differenza di ciò che si osserva a Milano, i valori relativi alla politica di cancellazione registrati nel 2020 differiscono da quelli del 2019.

Infatti per tutti i mesi dell'anno relativo alla pandemia i valori dei ricavi provenienti da proprietà con policy strict sono inferiori rispetto al precedente e, al contrario, quelli provenienti da policy flexible sono superiori.

2019	Ordinarie	Tardive
01/03/2019	53%	47%
01/04/2019	38%	62%
01/05/2019	71%	29%
01/06/2019	71%	29%
01/07/2019	67%	33%
01/08/2019	53%	47%

2019	Strict	Flexible	Moderate
01/03/2019	20,20%	32,95%	46,85%
01/04/2019	20,30%	32,86%	46,84%
01/05/2019	20,07%	33,46%	46,47%
01/06/2019	20,44%	33,48%	46,08%
01/07/2019	20,22%	34,04%	45,74%
01/08/2019	20,45%	33,91%	45,65%

Tabella num 14.2 “Roma: confronto ricavi percentuali in base a policy di cancellazione e periodo di prenotazione nel 2019”

2020	Ordinarie	Tardive
01/03/2020	62%	38%
01/04/2020	66%	34%
01/05/2020	65%	35%
01/06/2020	57%	43%
01/07/2020	51%	49%
01/08/2020	49%	51%

2020	Strict	Flexible	Moderate
01/03/2020	18,12%	36,54%	45,34%
01/04/2020	17,18%	37,24%	45,58%
01/05/2020	18,07%	36,26%	45,66%
01/06/2020	19,01%	36,16%	44,83%
01/07/2020	18,89%	39,01%	42,09%
01/08/2020	17,53%	40,47%	42,00%

Tabella num 15.2 “Roma: confronto ricavi percentuali in base a policy di cancellazione e periodo di prenotazione nel 2020”

Nonostante il calo rispetto all'anno precedente, in ogni caso, i valori mostrati dalle proprietà con politiche rigide risultano ancora nettamente superiori rispetto a quelli relativi di Milano in qualsiasi periodo.

Anche per Roma però il periodo estivo costituito dai mesi di luglio e agosto presenta delle caratteristiche ben delineate: le percentuali dei ricavi frutto delle prenotazioni ordinarie e tardive raggiungono infatti un sostanziale equilibrio e, per la prima volta nei due anni considerati, nel mese di agosto 2020, il valore legato alle prenotazioni tardive supera quello delle ordinarie.

Ancora una volta la motivazione potrebbe essere imputabile alla maggiore libertà concessa dal governo.

Nei mesi anomali per questo fattore, dal punto di vista delle policy di cancellazione, si registra un aumento dei ricavi percentuali provenienti dalle politiche più morbide. Questo andamento è dunque il medesimo osservato nel capoluogo lombardo.

E' interessante notare che il mese in cui si osserva il maggior valore percentuale delle prenotazioni tardive di entrambi gli anni, agosto 2020, è lo stesso che mostra il valore più alto di ricavi percentuali caratterizzati da policy Flexible che raggiunge il 40%.

La Tabella 14.2 però indica un'importante differenza dalla città di Milano: i ricavi acquisiti dalle proprietà con politiche morbide non derivano da quelle con politiche strict come è successo nel capoluogo lombardo bensì quasi totalmente dalla perdita di ricavi delle moderate.

Dunque i valori registrati dalle politiche stringenti non sembrano essere fortemente legati al periodo di prenotazione ma, nonostante il già citato calo di tutti i periodi considerati rispetto all'anno precedente, mantengono nei mesi dell'anno pandemico una maggiore stabilità rispetto alle politiche moderate.

L'elaborato quindi individua un nuovo rapporto di proporzionalità diretta tra i ricavi legati alle prenotazioni tardive e quelli conseguenti alle politiche morbide in luglio e agosto 2020 ma, nel caso della capitale, un rapporto di proporzionalità inversa tra i ricavi provenienti da prenotazioni tardive e quelli da proprietà con politiche moderate nel medesimo periodo.

3.10.3 OSSERVAZIONI

Considerando ora un panorama generale si osservano alcune similitudini tra le due zone italiane.

In primis a Milano si nota, come già accennato in precedenza, un aumento di distanza temporale tra prenotazione e check-in, essendo la situazione molto stabile nel 2019. A Roma il panorama è completamente diverso in quanto già nell'anno precedente alla pandemia le percentuali di prenotazioni ordinarie e tardive mostrano dei valori poco equilibrati; nella capitale infatti si nota una diminuzione dei lag medi di prenotazione tra i due periodi.

Per quanto riguarda la policy di cancellazione si nota, sia a Milano che a Roma, una tendenza da parte dei guest a preferire proprietà con politica flessibile, come già mostrato in precedenza ed un consolidamento del trend osservato nei mesi finali dell'analisi.

Si individua infatti un trend nei mesi estivi, con una crescita delle prenotazioni tardive per proprietà flexible nonostante le forti differenze presenti, soprattutto nel caso del periodo di prenotazione, delle due città nel 2019.

Infatti il 2019 presenta una situazione legata al periodo di prenotazione molto diversa in cui una città presenta forte equilibrio mentre l'altra delle rilevanti disparità.

Inoltre la variabile relativa al periodo di prenotazione sembra fortemente legata alle restrizioni governative, più di quanto non lo sia quella relativa al tipo di politica adottata. Quest'ultima sembra più legata all'instabilità generale del periodo se si confrontano i dati di ogni mese di 2020 rispetto agli stessi nel 2019. Nonostante i cambiamenti spesso improvvisi delle imposizioni restrittive del governo dell'anno colpito dal Covid le policy preferite dai guest sembrano essere delineate e continuano nei periodi considerati a seguire anche aumentando l'intensità.

Osservando ancora i due mesi estivi, con l'aumento dei ricavi provenienti da prenotazioni tardive, si nota un'ulteriore differenza sul calo delle policy: a Milano infatti la crescita delle prenotazioni di abitazioni Flexible corrisponde ad un calo di quelle Strict, a Roma invece si nota sì un aumento di quelle Flexible ma questo è accompagnato da un forte calo di quelle moderate.

Da ciò ne consegue che le policy Moderate per Milano e quelle Strict per Roma non sembrano essere fortemente legate al periodo di prenotazione.

Sarà curioso osservare, con una maggiore libertà di spostamento, e di conseguenza un ipotetico calo delle prenotazioni tardive, come si comporteranno i guest riguardo la scelta della policy adottata dalla proprietà prenotata. Certo che con una situazione ancora fortemente instabile un parametro molto importante è rappresentato dalla possibilità di rimborso in caso di cancellazione e dunque è normale aspettarsi un prosieguo di un valore alto di policy strict. Un ulteriore dubbio è rappresentato dall'incertezza o comunque dall'individuazione di un momento in cui i risultati ottenuti dalle abitazioni in base alla policy adottata torneranno ai livelli pre-pandemici. Attualmente ovviamente non è possibile dare una risposta a queste domande. Certo è che una situazione senza precedenti come quella attuale possa avere delle conseguenze nelle dinamiche del mercato di Airbnb, come d'altronde dell'intero settore turistico, anche a lungo termine.

Come già riportato in precedenza è doveroso ripetere che per trarre delle conclusioni più affidabili sarà necessario analizzare i dati relativi all'intero periodo pandemico e introdurre ulteriori variabili che influenzano senza dubbio i ricavi provenienti dalle prenotazioni; per questo motivo le considerazioni affrontate hanno un carattere ipotetico.

CONCLUSIONE E POSSIBILI SCENARI FUTURI

L'elaborato tenta di comprendere nuovi trend interni alla piattaforma Airbnb in periodi particolarmente critici. Infatti dopo anni caratterizzati da una vorticoso crescita, la pandemia del Covid-19 ha messo in ginocchio tutto il settore turistico e il colosso americano non ha fatto eccezione.

Tuttavia data l'ormai forte presenza delle proprietà diffuse in tutto il mondo, una fine di Airbnb appare piuttosto improbabile; in ogni caso possono essere maggiormente plausibili dei cambiamenti interni alla piattaforma riguardanti i comportamenti di host e guest.

Il lavoro infatti dimostra inizialmente quanto sia stata profonda la crisi registrata nelle città italiane di Roma e Milano nel periodo che va da marzo ad agosto del 2020. Dopo l'analisi descrittiva iniziale però, l'attenzione dell'elaborato si sposta sull'individuazione di variabili che hanno intensificato o meno la forte crisi.

Prendendo infatti in considerazione le policy di cancellazione emerge che in un periodo critico simile le proprietà che hanno subito delle perdite maggiori sono quelle con politiche più stringenti che non consentono quindi un rimborso in caso di cancellazione della prenotazione.

Al contrario le proprietà che hanno adottato in questo periodo delle policy più morbide, con un rimborso fino a 24 ore prima del check-in in particolare, hanno subito sì un calo ma di minore entità. Questi trend sono stati osservati in entrambe le città oggetto di studio per tutti i periodi considerati.

E' interessante notare che questo trend negli ultimi mesi studiati, quelli estivi di luglio e agosto, appaia ancora più consolidato. Il rafforzamento dell'andamento proprio nei mesi finali, nonostante la presenza di restrizioni meno drastiche, dell'analisi potrebbe caratterizzare la nascita di una nuova divisione delle prenotazioni in base alla policy anche in periodo posteriore alle misure di sicurezza imposte dai governi.

Infatti, anche visti l'enorme crescita degli spostamenti e il continuo sviluppo, diversi studi riportati in precedenza sostengono che le situazioni di criticità potrebbero essere sempre più frequenti in futuro. La situazione attuale quindi è considerata quindi una sorta di banco di prova per realtà ormai stabilizzate come Airbnb.

Osservando ora le componenti interne alla piattaforma, gli host di Airbnb devono valutare l'opzione di cambiare alcuni elementi delle proprietà affittate al fine di guadagnare fette di mercato e riuscire a resistere anche in situazioni simili. Tuttavia questa affermazione risulta estremamente semplificativa: vi è infatti un trade-off tra aumento dei ricavi percentuali e sicurezza di un guadagno.

Infatti le policy stringenti che, come dimostrato dallo studio, hanno subito la maggiore diminuzione percentuale in periodo Covid, consentono una certa stabilità di entrate in caso di prenotazione; questo perché il rimborso non è compreso in caso di cancellazione.

E' importante comprendere che questi andamenti devono essere compresi il prima possibile dagli host, vista la trasformazione di questo ruolo negli ultimi anni; gli host professionisti infatti, anche a causa dei mancati interventi statali, rischiano di non riuscire a superare situazioni critiche simili.

Dall'analisi emerge anche una forte presenza di host interventisti, almeno per quanto riguarda un cambio di policy, soprattutto nella capitale italiana e quindi mostra ancora una volta l'evoluzione che sta vivendo Airbnb negli ultimi e la volontà dei proprietari di diventare protagonisti attivi nel settore per superare periodi di crisi ed aumentare i ricavi.

Le performance dovranno essere valutate per ogni singola abitazione secondo i ricavi e le caratteristiche, in quanto l'andamento delle prenotazioni è legato a quello di moltissime variabili ma resta senza dubbio interessante la mentalità imprenditoriale di sempre più host.

Un altro andamento osservato è quello del periodo di prenotazione: sia per quanto riguarda Roma che Milano infatti, si registrano trend simili nell'anno 2020 nonostante le grandi differenze tra le città osservate nel 2019. Tuttavia, come accennato durante la stesura dell'analisi, questo andamento sembra essere temporaneo in quanto fortemente legato all'instabilità del periodo e all'impossibilità di spostamento.

Unendo le variabili delle policy di cancellazione e del periodo di prenotazione nei mesi estivi emergono delle evidenze simili in entrambe le città considerate con un consolidarsi dell'aumento di proprietà con politiche morbide e prenotazioni a ridosso del check-in.

Dunque in futuro, al termine della pandemia, potrebbe emergere una nuova versione di Airbnb con degli equilibri interni differenti rispetto all'anno 2019. Infatti un cambio percentuale di ricavi in base alla policy potrebbe incentivare un cambio di strategia da parte degli host ed essendo questo trend sempre più consolidato l'incentivo potrebbe rivestire un ruolo sempre più importante.

Quasi certamente Airbnb riuscirà a superare questo periodo critico ma sarà in qualche modo differente dalla piattaforma pre-pandemica almeno per quanto riguarda la distribuzione dei ricavi.

Sarà importante da parte del colosso americano riuscire a comprendere i nuovi trend e adattarsi in base all'andamento di questi ultimi.

ALLEGATI

ALLEGATO N 1 “Legenda tabelle AIRDNA”

CAMPO	Descrizione
Property ID	Elemento univoco che caratterizza ogni singolo alloggio
Date	Giorno analizzato da AirDNA
Status	Disponibile (A), Bloccato (B), Prenotato (R)
Booked Date	Giorno della prenotazione da parte del guest
Price (USD)	Prezzo in dollari
Price (Native)	Prezzo in valuta locale
Reservation ID	Elemento univoco che caratterizza la singola prenotazione

CAMPO	DESCRIZIONE
Property ID	Elemento univoco che caratterizza ogni singolo alloggio
Host ID	Elemento univoco che caratterizza ogni singolo host
Listing Title	Titolo dell'annuncio
Property Type	Tipologia di alloggio
Listing Type	Tipologia di annuncio: Entire home/apt, Private Room e Shared Room.
Bedrooms	Numero di stanze da letto
Reporting month	Indica il mese per cui è calcolata la performance
Country	Stato
State	Regione
City	Città
ZipCode	Codice postale
Neighborhood	Distretto o quartiere
Metropolitan Statistical Area	/
Occupancy Rate LTM	Rapporto tra giorni prenotati e giorni totali
Revenue (USD)	Ricavo in dollari
Revenue (Native)	Ricavo in moneta locale
Average Daily Rate (USD)	Rapporto tra totale ricavi in dollari su notti prenotate
Average Daily Rate (Native)	Rapporto tra totale ricavi in valuta locale su notti prenotate
Number of Reservation	Rapporto tra totale ricavi in valuta locale su notti prenotate
Reservation Days	Numero di giorni prenotati della proprietà
Avaiable Days	Numero di giorni disponibili della proprietà
Blocked Days	Numero di giorni bloccati della proprietà
Latitude	Latitudine
Longitude	Longitudine

Active	Minimo tempo di soggiorno
Scraped during Month	Numero di giorni riservati negli ultimi 12 mesi
Currency Native	Valuta scelta dall'host per l'affitto del proprio alloggio

CAMPO	DESCRIZIONE
Property ID	Elemento univoco che caratterizza ogni singolo alloggio
Listing Title	Tipo di annuncio
Property Type	Tipo di proprietà
Listing Type	Titolo dell'annuncio
Created Date	Data di creazione dell'annuncio
Last Scraped Date	Ultima data di aggiornamento
Country	Paese
Latitude	Latitudine
Longitude	Longitudine
State	Regione
City	Città
Zipcode	Codice postale
Neighborhood	Distretto o quartiere
Metropolitan Statistical Area	/
Currency Native	Valuta del paese in cui in Listing
Average Daily Rate (USD)	Rapporto tra totale ricavi in dollari su notti prenotate
Average Daily Rate (Native)	Rapporto tra totale ricavi in valuta su notti prenotate
Annual Revenue LTM (USD)	Ricavi dell'ultimo anno in dollari
Annual Revenue LTM (Native)	Ricavi dell'ultimo anno in valuta locale
Occupancy Rate LTM	Rapporto tra giorni prenotati e giorni totali
Number of Bookings LTM	Rapporto tra prenotazioni totali e giorni disponibili
Count Reservation Days LTM	Numero di prenotazioni
Count Available Days LTM	Numero di giorni disponibile e non prenotato
Count Blocked Days LTM	Numero di giorni non disponibili
Bedrooms	Numero camere da letto
Bathrooms	Numero di bagni
Max Guests	Numero massimo di ospiti
Calendar Last Updated	Ultima volta che host ha aggiornato il calendario
Response Rate	Tasso di risposta in 24 h
Airbnb Superhost	Variabile booleana che indica se l'host ha lo status di superhost o meno
HomeAway Premier Partner	/
Cancellation Policy	Policy di cancellazione adottata dalla property
Security Deposit (USD)	Deposito cauzionale in dollari
Security Deposit (Native)	Deposito cauzionale in valuta locale
Cleaning Fee (USD)	Spese per la pulizia della casa in dollari
Cleaning Fee (Native)	Spese per la pulizia della casa in valuta locale
Extra People Fee (USD)	Spese per accogliere persone extra in dollari
Extra People Fee (Native)	Spese per accogliere persone extra in valuta locale

Published Nightly Rate (USD)	/
Published Monthly Rate (USD)	/
Published Weekly Rate (USD)	/
Check-in Time	Orario di check-in
Checkout Time	Orario di check-out
Minimum Stay	Numero minimo di giorni prenotati
Number of Reviews	Numero di recensioni
Number of Photos	Numero di foto disponibili
Instantbook Enabled	Variabile booleana che mostra o meno la presenza di prenotazione istantanea
Overall Rating	Rating del listing
Airbnb Listing URL	URL della pagina

ALLEGATO N.2 “Codice python per periodo di prenotazione”

```
import pandas as pd
import datetime
import argparse

parser = argparse.ArgumentParser(description='Airbnb data analysis')

# Mandatory command line parameters
# *if these parameters are not provided through command line, program won't start
parser.add_argument('sdate', type=str, help='Starting date of the interval to be considered in the
format "dd/mm/yyyy')

parser.add_argument('edate', type=str, help='Ending date of the interval to be considered in the
format ' 'dd/mm/yyyy')

# Optional command line parameters (notice the '-' before their name)
# *if these parameters are not provided through command line, their default values will be used
parser.add_argument('-data', type=str, default='./data.csv',
                    help='path to the excel file containing data. Default is ./data.csv')
parser.add_argument('-threshold', type=int, default=30,
                    help='max distance (in days) allowed to a date and its respective. Default is 30.')
parser.add_argument('-chunk', type=int, default=10000,
                    help='Size (=num of rows) of each chunk. Default is 10000.')

def process_chunk(df, sdate, edate, threshold):
    # 1) "Date" falls in the interval (s_date, e_date)
    df = df.loc[(df['Date'] >= sdate) & (df['Date'] <= edate)]
    # 2) "Status" is R
    df = df.loc[df['Status'] == 'R']
    # get num of rows and price of all entries which satisfy conditions (1) and (2)
    num_rows_chunk = len(df.index)
    price_chunk = df['Price (USD)'].sum()
```

```

# 3) "Date" - "Book_date" <= threshold
df = df.loc[(df['Date'] - df['Booked Date']).dt.days <= threshold]

# get num of rows and price of all entries which satisfy conditions (1), (2) and (3)
num_rows_ok_chunk = len(df.index)
price_ok_chunk = df['Price (USD)'].sum()
return num_rows_ok_chunk, price_ok_chunk, num_rows_chunk, price_chunk

if __name__ == '__main__':
    args = parser.parse_args()

# Getting command line parameters
csv_path = args.data
chunk_size = args.chunk
s_date = datetime.datetime.strptime(args.sdate, '%d/%m/%Y')
e_date = datetime.datetime.strptime(args.edate, '%d/%m/%Y')
threshold = args.threshold

# Defining output variables
# There are 3 conditions:
# 1) "Date" falls in the interval (s_date, e_date)
# 2) "Status" is R
# 3) "Date" - "Book_date" <= threshold
tot_rows = 0 # num of rows which satisfy conditions (1) and (2)
tot_price = 0 # sum of Price(USD) of rows which satisfy conditions (1) and (2)
tot_rows_ok = 0 # num of rows which satisfy conditions (1), (2) and (3)
tot_price_ok = 0 # sum of Price(USD) of rows which satisfy conditions (1), (2) and (3)
tot_rows_not = 0 # num of rows which satisfy conditions (1) and (2) but NOT (3)
tot_price_not = 0 # sum of Price(USD) of rows which satisfy conditions (1) and (2) but NOT (3)

# Processing data chunk by chunk
num_rows_processed = 0
for chunk_df in pd.read_csv(csv_path, chunksize=chunk_size):
    # cast dates columns to datetime format
    chunk_df['Date'] = pd.to_datetime(chunk_df['Date'], infer_datetime_format=True)

```

```

    chunk_df['Booked Date'] = pd.to_datetime(chunk_df['Booked Date'],
infer_datetime_format=True)

    num_rows_ok, price_ok, num_rows, price = process_chunk(chunk_df, s_date, e_date,
threshold)

    tot_rows_ok += num_rows_ok
    tot_price_ok += price_ok
    tot_rows += num_rows
    tot_price += price
    num_rows_processed += len(chunk_df.index)
    if num_rows_processed % (chunk_size * 10) == 0:
        print(f'Processing {num_rows_processed}th row... Please wait')
tot_rows_not = tot_rows - tot_rows_ok
tot_price_not = tot_price - tot_price_ok
    print(f'Tot rows: {tot_rows}, Tot price(USD): {tot_price}')
print(f'OK rows: {tot_rows_ok}, OK price(USD): {tot_price_ok}')
print(f'NOT OK rows: {tot_rows_not}, NOT OK price(USD): {tot_price_not}')
print(f'\nTotal rows processed: {num_rows_processed}')

```


BIBLIOGRAFIA

<https://www.ilpost.it/2020/10/05/prezzi-case-coronavirus>

Airbnb, COVID-19 Risk and Lockdowns: Local and Global Evidence, Maggie R. Hu, Chinese University of Hong Kong

Impacts of Covid-19 on peer-to-peer accommodation platforms: Host perceptions and responses, Anna Farmaki a, *, Cristina Miguel b, Maria Hadjielia Drotarova a, Ana Aleksić c, Anita Čeh Časni d, Fani Efthymiadou

“Seeing the invisible hand: Underlying effects of COVID-19 on tourists’ behavioral patterns Zhiyong Li a, Shan Zhang a, Xinyi Liu a, *, Metin Kozak b, Jun Wen”

<https://wtcc.org/Research/Economic-Impact>

excel <https://ilbolive.unipd.it/it/news/crescita-turismo-miliardo-viaggiatori-mondo-unwto-istat>

<https://www.agi.it/economia/news/2020-10-03/turismo-paga-effetti-piu-pesanti-covid-male-occupazione-e-fiducia-9837729/>

Airbnb, COVID-19 Risk and Lockdowns: Local and Global Evidence, Maggie R. Hu, Chinese University of Hong Kong

<https://wtcc.org/Research/Economic-Impact>

<https://quifinanza.it/lavoro/video/airbnb-affitti-brevi-smart-working-smart-office-coronavirus/377936/><https://smartmoney.startupitalia.eu/airbnb-si-quota-in-borsa-ora-e-ufficial>

<https://www.exportiamo.it/aree-tematiche/14545/gli-effetti-del-covid-19-sull-economia-globale/>

<https://www.psicologiadellavoro.org/la-piramide-dei-biso>

“Current State and Developement of Airbnb accomodation offer in 167 countries”)

“Impacts of Covid-19 on peer-to-peer accommodation platforms: Host perceptions and responses”

Anna Farmaki a, *, Cristina Miguel b, Maria Hadjielia Drotarova a, Ana Aleksić c, Anita Čeh Časni d, Fani Efthymiadou a

Impacts of COVID-19 on global tourism industry: A cross-regional comparison

Naciye Güliz Uğur¹, Adem Akbıyık

<https://community.withairbnb.com/t5/Supporto/COMUNICAZIONE-DEI-DATI-ISTAT/td-p/554732>

<https://argomenti.ilsole24ore.com/istat.html>

<https://www.airbnb.it/resources/hosting-homes/a/answers-for-travelers-about-covid-19-153>

“Impatto del Covid-19 su trasporto aereo e turismo: possibili scenari evolutivi” Marcello Tadini, Elisa Piva

RINGRAZIAMENTI

Durante questo percorso ho vissuto esperienze che mi hanno aiutato a crescere e a conoscere meglio me stesso. In questo momento, ad un passo dal traguardo finale, ripenso a tutti gli ostacoli che sono riuscito a superare con determinazione e costanza e mi rendo conto ancora una volta che non sarei riuscito ad ottenere questo risultato contando solo sulle mie forze.

Per questo il mio più grande ringraziamento va ai miei genitori per avermi dato l'opportunità di intraprendere questa avventura ma soprattutto per avermi dato la possibilità di prendere liberamente ogni singola decisione. A voi dedico questo traguardo e spero siate orgogliosi non solo del percorso ma di quello che, ormai a venticinque anni, sono diventato.

Un ringraziamento speciale va a mio fratello che in ogni momento di difficoltà è sempre stato dalla mia parte pronto ad aiutarmi e a condividere le sue esperienze con me.

Purtroppo in questo momento di felicità provo un grande dispiacere a non poter condividere il traguardo ottenuto con i miei nonni che mi immagino orgogliosi ovunque siano.

Un ulteriore ringraziamento va alla mia fidanzata che mi ha accompagnato in questi anni anche nei momenti più difficili, condividendo con me tensioni e gioie fino al raggiungimento del titolo.

Ringrazio i miei amici di sempre che conoscono l'impegno e la dedizione che ho dedicato a questo percorso e ovviamente i miei compagni di viaggio.