

Indice

1. Introduzione	3
2. La Sharing Economy	6
2.1 Introduzione	6
2.2 Driver della diffusione della Sharing Economy	8
2.3 Modello di Business della Sharing Economy	11
2.3.1 Value Proposition nella Sharing Economy	12
2.3.2 Value Creation and Delivery nella Sharing Economy	13
2.3.3 Value Capture nella Sharing Economy	13
3. Airbnb.....	15
3.1 Introduzione	15
3.2 La crescita	17
3.3 Il Mercato	19
3.4 La magnitudo del cambiamento apportato da Airbnb.....	21
3.5 L’impatto della pandemia sulle decisioni aziendali	23
3.6 Airbnb in Italia.....	24
4. Descrizione del Dataset.....	25
4.1 Introduzione	25
4.2 Pulizia del dataset	27
4.3 Analisi del dataset	28
4.3.1 Analisi temporale a livello aggregato	28
4.3.2 Analisi temporale a livello individuale	30
4.3.3 Analisi del Coefficiente di Variazione	37
4.4 Analisi del turismo estero	39
5. Analisi matrici origine destinazione	45
5.1 Matrice origine Italia – Estero destinazione Italia, dati annuali.....	45
5.2 Matrice origine Italia – Estero destinazione regioni italiane, dati terzo trimestre	47
5.3 Matrice intra-regionale origine destinazione Italia	54
5.3.1 Flussi regionali in ingresso nel 2019	55
5.3.2 Flussi regionali in uscita nel 2019	56
5.3.3 Flussi regionali in ingresso nel 2020	58
5.3.4 Flussi regionali in uscita nel 2020	60

5.3.5 Flussi regionali in ingresso nel 2021	65
5.3.6 Flussi regionali in uscita nel 2021	66
6. Conclusioni.....	69
Bibliografia	79
Appendice	82

1. Introduzione

La diffusione dell'epidemia di Covid-19 in tutto il mondo ha avuto effetti mai riscontrati nel passato sul settore del turismo, causando un quasi totale arresto nei primi mesi della pandemia, per poi gradualmente migliorare con l'avvicinarsi dell'estate del 2020.

L'Italia è stata tra i primi Paesi occidentali a registrare il primo caso di Covid-19: tra febbraio e aprile 2020 i casi positivi sono cresciuti esponenzialmente superando i centomila, con conseguente aumento del numero di pazienti che necessitavano di terapia intensiva e del numero di decessi.

La paura del contagio e le misure di contenimento, sia per viaggiatori stranieri sia per viaggiatori italiani, hanno avuto come conseguenza una netta diminuzione dei flussi turistici, scesi a livelli prossimi allo zero nel mese di marzo 2020.

Quanto sopra ha comportato un altrettanto forte impatto sul PIL e il tasso d'occupazione globale, infatti secondo dati del World Travel & Tourism Council, prima della pandemia, i viaggi e il turismo (compresi l'indotto del settore) rappresentavano 1 nuovo posto di lavoro su 5 creato in tutto il mondo nel periodo 2014-2019 e il 10,3% di tutti i posti di lavoro (334 milioni) e il 10,4% del PIL globale (10 trilioni di dollari USA) nel 2019.

L'Italia, che rappresenta il focus principale dall'analisi, non è stata certo immune agli effetti della pandemia. Secondo uno studio del 2019, alle attività turistiche sono direttamente riconducibili oltre il 5 per cento del PIL e oltre il 6 per cento degli occupati del Paese. In Europa solamente Portogallo e Grecia, registrano impatti del settore più alti sul PIL nazionale, mentre la Spagna si attesta a livelli comparabili a quelli italiani (Andrea Petrella e Roberto Torrini et al., 2019).

Diversi articoli hanno analizzato gli effetti del Covid-19 sul settore turistico, di particolare rilievo alla presente tesi è stato lo studio che ha riscontrato una correlazione negativa e statisticamente significativa tra il flusso di viaggiatori stranieri in una determinata provincia in Italia e la situazione epidemiologica locale, controllando anche le misure restrittive a livello nazionale e regionale (Della Corte et al., 2021).

A livello globale, tra i numerosi studi pubblicati, è stato dimostrato come esista una correlazione negativa tra il turismo internazionale e il livello cumulato di casi confermati di COVID-19 e decessi entro il 30 aprile 2020 (Farzanegan et al., 2021), è stato paragonato l'impatto della pandemia Covid-19 rispetto alle precedenti pandemie e ad altre crisi globali (Gössling et al., 2020) e come il settore del turismo sia facilmente colpito dalle crisi globali a seguito di comportamenti immediati di viaggiatori che decidono di cancellare o ritardare i propri viaggi, con la diffusione della notizia (Uğur e Akbıyık, 2020).

Utilizzando le recensioni e le cancellazioni come proxy per le prenotazioni Airbnb, è stato riscontrato un calo del 57,8% delle attività di prenotazione globali, con un calo dell'8,8% dopo il blocco di Wuhan e che ogni raddoppio dei casi di nuova infezione è associato a un calo delle prenotazioni del 4,16% (Maggie R. Hu, Adrian D. Lee, 2020).

In riferimento al mercato europeo di Airbnb, è stata analizzata la risposta dei prezzi alle variazioni della domanda dimostrando che gli aumenti del COVID-19 Stringency Index hanno causato un calo significativo della domanda di Airbnb (Francesco Luigi Milone et Al., 2023), che caratteristiche dei mercati locali e situazione economica dei paesi di origine hanno avuto una grande influenza sulle prenotazioni e sulle cancellazioni (Boros et al., 2020), mentre in riferimento alle attività classificate come parte del Sharing Economy sono stati studiati gli effetti della pandemia e le risposte degli attori coinvolti (Hossain, 2021).

Concentrandosi invece sul mercato italiano, è stato dimostrato che l'epidemia ha ridotto drasticamente sia l'offerta di appartamenti disponibili per l'affitto sia la domanda dei clienti, fino all'inizio del 2021. Le strutture ricettive più esposte al turismo straniero sono state le più colpite e i proprietari hanno reagito tagliando i prezzi con risultati che sono stati principalmente guidati dalle restrizioni imposte dal governo (Elisa Guglielminetti, Michele Loberto and Alessandro Mistretta, 2022)

Tra il 2010 e il 2019, il tasso di occupazione delle strutture ricettive italiane è cresciuto con una media di 1.5% annuo. Durante il 2020 le misure adottate per fronteggiare la diffusione del Covid-19 e la paura del contagio hanno determinato un drammatico calo dei flussi turistici: le presenze sono diminuite del 52% e la flessione ha interessato sia la componente nazionale (-33,8%) sia, in misura più marcata, quella estera (-70,3%), che nel 2019 rappresentava la metà delle presenze. (Cristina Demma, 2021).

Durante il 2021 è iniziata una ripresa dei flussi e un parziale ritorno dei turisti provenienti dall'estero (+62,2% rispetto al 2020), ma nonostante i segnali di ripresa il bilancio consuntivo è risultato a fine anno ancora molto distante dai valori del 2019 (Maria Teresa Santoro and Mascia Di Torrice, 2022)

Il contributo che questa tesi mira a portare alla letteratura disponibile sull'argomento è quello di analizzare i flussi turistici in entrata e in uscita in Italia, nel periodo compreso tra gennaio 2019 e dicembre 2021, sia in ottica quantitativa sia in ottica qualitativa. Il centro dell'analisi è la geografia dei flussi turistici, sia a livello nazionale sia a livello regionale.

I dati in possesso si riferiscono a recensioni effettuate sulla piattaforma Airbnb, usate come proxy dell'andamento del settore turistico in generale, in quanto ci si aspetta un impatto egualmente forte anche sulle diverse strutture ricettive, in particolare quelle più tradizionali come alberghi e B&B.

L'analisi è stata sviluppata sfruttando un ampio set di dati forniti dal Politecnico di Torino, tra cui informazioni relative al paese e regione di origine del viaggiatore, alla localizzazione geografica della proprietà affittata sul marketplace AirBnb. Questi dati hanno permesso di analizzare come il flusso degli spostamenti sia cambiato rispetto al periodo precedente all'inizio della pandemia.

Le statistiche descrittive e in particolare l'analisi effettuata con l'ausilio di matrici origine-destinazione mostrano che lo scoppio dell'epidemia abbia avuto un impatto negativo drammatico sul numero di prenotazioni, un forte impatto sulle abitudini dei viaggiatori italiani ed esteri e non abbia impattato in maniera proporzionale tutte le aree geografiche.

2. La Sharing Economy

2.1 Introduzione

Il termine “Sharing Economy” fu introdotto per la prima volta dal professor Lessig dell’università di Harvard e indica il consumo collaborativo costituito da attività di condivisione di risorse (Lessig L, 2008).

Nasce come un modello economico di tipo peer-to-peer (P2P) che permette, spesso attraverso piattaforme online, la condivisione di beni e/o servizi

La Sharing Economy viene definita, secondo Matosfka, “*un ecosistema socioeconomico costruito attorno alla condivisione di risorse umane e fisiche. Comprende la creazione, la produzione, la distribuzione, il commercio e il consumo condivisi di beni e servizi da parte di diverse persone e organizzazioni*” ed è costituita da dieci fondamenti (Benita Matofska, Chief Sharer, 2023):

- I. *People*: le persone sono il fulcro centrale della Sharing Economy. Le persone collaborano, producono, distribuiscono rendendo possibile il funzionamento e la diffusione di un modello economico di tipo peer-to-peer (P2P). Successivamente il termine comunità verrà utilizzato per indicare l’insieme di persone che partecipano al modello P2P.
- II. *Production*: la Sharing Economy rende la produzione di beni e servizi aperta e accessibile a tutti, rendendola collaborativa e cooperativa.
- III. *Value & Systems of Exchange*: all’interno della Sharing Economy coesistono differenti tipologie di scambi, di incentivi e di creazione di valore. Il valore non è puramente un valore economico, ma bensì ambientale e sociale. Inoltre, la Sharing Economy si basa su ricompense materiali e immateriali, incoraggiando l’utilizzo efficiente delle risorse.
- IV. *Distribution*: le risorse vengono ri-distribuite equamente su scala locale, regionale, nazionale e globale. L’economia e il consumo collaborativo promuovono un’equa distribuzione dei beni a beneficio della società nel suo insieme. Le risorse o i beni inutilizzati vengono ri-distribuiti a coloro che le desiderano o ne hanno necessità.

- V. *Planet*: la Sharing Economy pone il pianeta al centro del sistema economico. La produzione e distribuzione di risorse viene svolta in armonia con le risorse naturali disponibili. La sostenibilità è un punto fondamentale all'interno di attività di condivisione.
- VI. *Power*: la Sharing Economy consente una ri-distribuzione economica e sociale del potere. Questo modello economico promuove una retribuzione equa riducendo le diseguaglianze e sprona i cittadini a diventare membri coinvolti nello sviluppo degli ambienti in cui vivono e lavorano.
- VII. *Shared Law*: il meccanismo legislativo, all'interno di una economia di condivisione, è democratico ed accessibile. Viene incoraggiata e incentivata la partecipazione della popolazione ad attività di condivisione tra cittadini e tra imprese
- VIII. *Communications*: all'interno della Sharing Economy le informazioni sono condivise, disponibili ed accessibili a tutti. La tecnologia e le piattaforme digitali hanno facilitato e supportato la condivisione dei flussi informativi.
- IX. *Culture*: la Sharing Economy produce una cultura basata sul NOI. La condivisione si radica in tutti gli ambienti di una società, promuovendo la diversità e la collaborazione.
- X. *Future*: la Sharing Economy si basa su una visione a lungo termine di impatti e conseguenze delle azioni attuali

2.2 Driver della diffusione della Sharing Economy

La Sharing Economy è un modello economico che ha trovato la sua maggiore diffusione a livello mondiale soprattutto nell'ultimo decennio. I driver di questa diffusione sono differenti e di diversa natura (Anna Felländer, Claire Ingram, Robin Teigland, 2015):

I. *Aumento della diffusione di internet e degli smartphone*

Internet e gli smartphone rappresentano il principale acceleratore della diffusione della Sharing Economy.

I dati raccolti da istituti statistici internazionali dimostrano come la diffusione degli smartphone sia aumentata in quasi tutti i Paesi presi in esame negli ultimi anni raggiungendo una consistente fetta della popolazione globale.

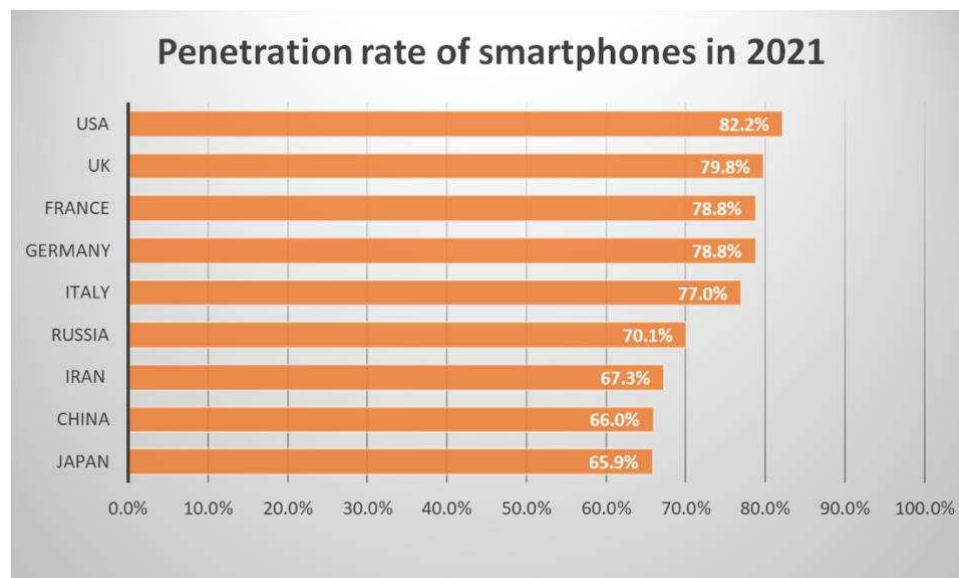


Figura 2.1: Diffusione degli smartphone 2021 (Anna Felländer, Claire Ingram, Robin Teigland, 2015)

II. *Progressi tecnologici nei settori delle piattaforme informatiche e analisi dei Big Data*

Nonostante la condivisione delle risorse non sia una novità a livello economico, lo è sicuramente la creazione di piattaforme di mercato bilaterali che consentono la comunicazione peer-to-peer. Questa comunicazione può essere mediata da aziende, come Uber, che gestiscono le proprie piattaforme oppure da singoli individui che utilizzano social network esistenti, come Facebook, o progettano le proprie applicazioni, utilizzando software open source, per organizzare autonomamente le proprie attività di condivisione. Inoltre, l'analisi dei Big Data è diventato uno strumento fondamentale per fare previsioni sulla domanda di mercato e comportarsi di conseguenza per strutturare una offerta adeguata.

III. *Barriere all'ingresso*

La digitalizzazione ha creato una maggiore democratizzazione dell'imprenditorialità e dell'innovazione riducendo le barriere all'ingresso per i creatori di applicazioni e i fornitori di piattaforme digitali. I costi ed i rischi sono notevolmente diminuiti rispetto al passato, in quanto i costi di produzione, distribuzione e commercializzazione vengono abbattuti dalla presenza di piattaforme come YouTube e Facebook.

IV. *Maggiore facilità nell'effettuare transazioni*

Le transazioni finanziarie sono state notevolmente agevolate dalle innovative soluzioni di pagamento digitale.

V. *Maggiore trasparenza*

La trasparenza è una caratteristica distintiva delle piattaforme di Sharing Economy. Gli acquirenti e i fornitori possono essere costantemente valutati tramite social media e siti di social networking, aumentando la trasparenza e fiducia reciproca.

VI. *Crisi finanziaria*

La crisi finanziaria ha portato molte persone a cercare fonti alternativi di reddito e la Sharing Economy consente di guadagnare attraverso la condivisione di beni materiali e immateriali.

VII. *Calo dei modelli di consumo*

La riduzione del potere economico e del reddito disponibile ha generato la consapevolezza che il possesso di un prodotto è più costoso rispetto all'accesso al prodotto stesso.

2.3 Modello di Business della Sharing Economy

Il modello di business della Sharing Economy è costituito da un **Service Enabler** che agisce da intermediario fra un **Service Provider** (fornitore di un bene o servizio) e il cliente.

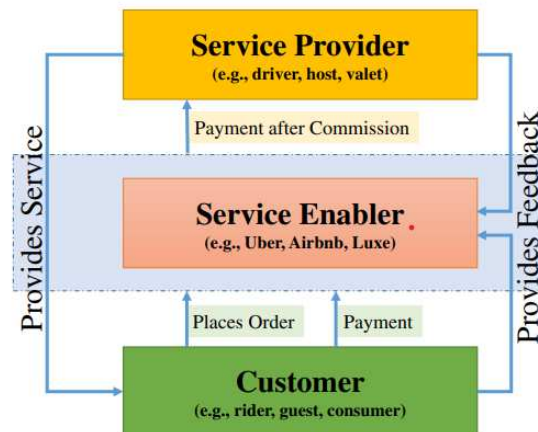


Figura 2.2: Modello di business della Sharing Economy (V. Kumara, Avishek Lahiria, Orhan Bahadir Dogana, 2017)

Questo modello di business si differenzia dai tradizionali mercati *two-sided*; infatti, la Sharing Economy si fonda sull'elevata qualità che i fornitori sono tenuti a mantenere in relazione ad un contatto diretto con i clienti, mentre i mercati tradizionali ricercano una maggiore qualità nel prodotto venduto.

Per entrare nel dettaglio del modello di business della Sharing Economy, verrà utilizzato uno dei framework più famosi e citati al mondo: il **Business Model Canvas**.

Il Business Model Canvas è costituito da nove elementi comunemente aggregati in tre categorie:

- I. **Value Proposition:** rappresenta l'offerta, il target di mercato dell'azienda e la tipologia di relazioni che l'azienda intende stabilire con i clienti;

- II. **Value Creation and Delivery:** rappresenta tutte le attività che un'azienda compie per produrre, vendere e distribuire i propri prodotti e servizi, i partner, i canali di vendita, comunicazione e distribuzione e tutte le risorse fondamentali utilizzate nel processo;
- III. **Value Capture:** rappresenta la struttura dei costi aziendali e il flusso dei ricavi.

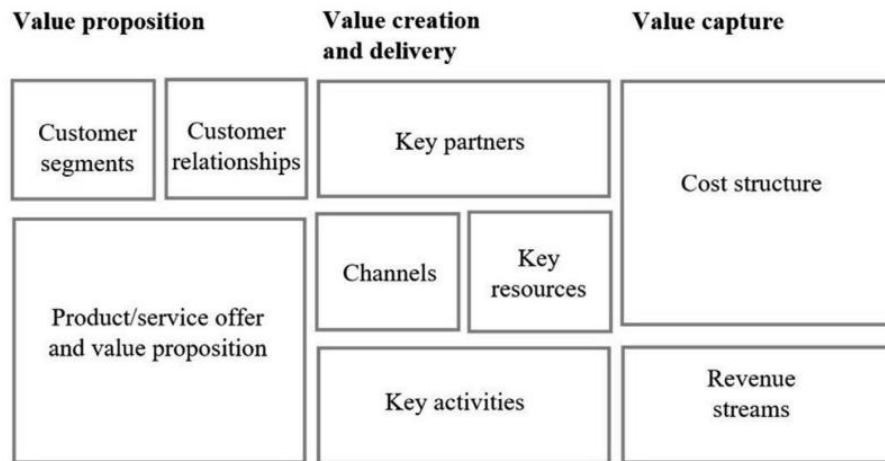


Figura 2.3: Business Model Canvas (M. Ritter, H. Schanz, 2018)

2.3.1 Value Proposition nella Sharing Economy

Una caratteristica identificativa della Value Proposition della Sharing Economy è l'accesso alle risorse piuttosto che la proprietà (M. Ritter, H. Schanz, 2018). Quindi, la principale differenza fra transazioni che coinvolgono proprietà e accesso è che le prime riguardano il trasferimento di risorse e diritti sulle risorse, mentre le ultime riguardano solamente il trasferimento dei diritti sulle risorse.

Per questo motivo, uno dei principali elementi della Value Proposition della Sharing Economy, oltre ai prodotti fisici, sono le risorse intangibili.

Il concetto di dematerializzazione dei prodotti tangibili nasce con i sistemi PSS (Product-Service Systems), cioè i modelli di business che cambiano la loro Value Proposition passando dalla vendita di prodotti tangibili all'offerta di servizi immateriali.

Questo deriva dall'esigenza di offrire una combinazione fra prodotti tradizionali e servizi per soddisfare ogni tipologia di necessità del cliente.

2.3.2 Value Creation and Delivery nella Sharing Economy

La Value Creation and Delivery della Sharing Economy può essere definita in base agli attori coinvolti. Nello specifico, possono essere considerati all'interno del processo di domanda e offerta: consumatori e fornitori (peers), imprese, enti governativi (M. Ritter, H. Schanz, 2018)

Il mercato della Sharing Economy è maggiormente guidato dalle relazioni domanda-offerta del tipo peer-to-peer.

I peers vengono definiti come *Prosumers*, alternano cioè il ruolo di produttori di beni e servizi e consumatori co-creando la proposta di valore.

Per la Sharing Economy, quindi, non esiste un controllo centralizzato sul processo di Value Creation and Delivery, ma piuttosto una decentralizzazione che permette una differenziazione elevata nella creazione della proposta di valore.

2.3.3 Value Capture nella Sharing Economy

All'interno della Sharing Economy si possono individuare due categorie di generatori di valore (M. Ritter, H. Schanz, 2018):

- Beneficiari diretti: utenti che traggono valore utilizzando in maniera diretta i servizi delle piattaforme di condivisione;
- Beneficiari indiretti: utenti che traggono valore utilizzando in maniera indiretta i servizi delle piattaforme di condivisione (es. aumentando la propria visibilità).

I beneficiari diretti e indiretti possono essere identificati sia tra i fornitori che tra i clienti; quindi, il flusso dei ricavi può provenire sia dai primi che dai secondi che da entrambi.

Inoltre, nei modelli di business della Sharing Economy, si possono identificare principalmente quattro approcci a livello di pricing:

- I. La piattaforma trattiene una somma (fissa o variabile) ogni volta che viene eseguita una transazione tra cliente e fornitore;
- II. Abbonamento periodico (es. settimanale, mensile ecc.) per l'utilizzo dei servizi offerti dalla piattaforma;
- III. Pagamento per servizi premium offerti dalla piattaforma;
- IV. La piattaforma offre servizi gratuiti, ma guadagna delle inserzioni pubblicitarie;

Abitualmente le piattaforme scelgono di concentrarsi solamente su uno di questi modelli, ma non mancano esempi di soluzioni ibride.

3. Airbnb

3.1 Introduzione

AirBnB fu fondata in California, Stati Uniti, nel 2008 da Brian Chesky, Nathan Blecharczyk e Joe Gebbia. Proprio Brian trovò un ingegnoso modo di raccogliere i soldi necessari per pagare l'affitto del suo appartamento a San Francisco offrendo un servizio di Bed & Breakfast. Il nome Airbnb nasce dal fatto che all'inizio gli ospiti di Brian passavano la notte su un materassino ad aria, che in inglese viene indicato con il termine "air bed".

I tre amici presto capirono l'esistenza di un grosso mercato formato dai viaggiatori in cerca di sistemazioni di breve periodo a costi contenuti. La domanda per queste sistemazioni era particolarmente elevata nelle città che ospitavano eventi come mostre, concerti e manifestazioni sportive riferite a un pubblico giovane; proprio in queste città l'azienda iniziò a muovere i primi passi per creare una comunità (Capineri & Romano, 2021).

Bastarono pochi mesi al giovane team per rendersi conto di un'ulteriore fetta di mercato non pienamente soddisfatta dalle offerte presenti, ovvero coloro che viaggiavano sia per piacere che per lavoro, ma che per risparmiare o per mantenere la propria indipendenza e i propri spazi non amavano pernottare in alberghi. La business proposition iniziale basata sull'idea "social travel" ovvero un viaggio avventuroso in cui l'utente veniva ospitato da padroni di casa, condividendo con loro tempo ed esperienze si allargò includendo nuovi servizi.

Questi nuovi servizi hanno gradualmente raccolto l'interesse di sempre più soggetti raggiungendo anche i viaggiatori con più alte disponibilità economiche e host con beni immobiliare di valore sempre più elevato; con conseguenza l'alta presenza di sistemazioni anche di lusso nella piattaforma.

In sintesi, Airbnb è una piattaforma che mette in comunicazione coloro che necessitano di trovare una sistemazione ("utenti") e coloro che possiedono o detengono il diritto di subaffittare la proprietà ("host"). Gli utenti possono affittare case nel proprio paese di appartenenza o all'estero, per brevi periodi, attraverso contratti standardizzati disponibili nella propria lingua, con prezzi trasparenti e conosciuti al

momento prenotazione riducendo significativamente il pericolo di truffe. Contemporaneamente gli host hanno accesso a un mercato di viaggiatori internazionale, la cui identità viene verificata durante il processo di registrazione, così come l'effettiva disponibilità di effettuare il pagamento per l'intera durata del pernottamento.

Per consentire il corretto funzionamento della piattaforma l'azienda ha dovuto implementare alcune caratteristiche essenziali per migliorare l'esperienza dei propri utenti, le più importanti sono elencate di seguito:

- I. Programmazione delle date;
- II. Gestione dei pagamenti e prenotazioni istantanee;
- III. Assicurazione;
- IV. Sistema basato sulla reputazione (sia per le abitazioni, che per gli host e gli utenti);
- V. Equilibrio tra offerta e domanda.

Alla luce di quanto riportato sopra, si evidenzia il principale fattore di successo di Airbnb e di differenti compagnie che operano nel contesto della sharing economy, ovvero la comunità.

Con questo termine, che perde una parte del proprio significato tradotto in italiano, si intende l'insieme di persone che utilizzano la piattaforma sia come utenti che come host. Infatti, nonostante molte altre start-up abbiano provato a imitare il business model di Airbnb nella maggior parte dei casi la crescita di queste è stata bloccata dalla difficoltà di catturare parte della comunità di Airbnb in quanto la piattaforma garantisce un livello di servizio tale da averne comportato la loro fidelizzazione.

3.2 La crescita

I risultati ottenuti negli ultimi anni sono stati superiori alle più ottimistiche previsioni iniziali; infatti, l'azienda di San Francisco nel 2021 ha sfiorato i 6 miliardi di dollari di ricavi, con circa 300 milioni di prenotazioni sulla piattaforma, numeri mai raggiunti negli esercizi precedenti.

Nonostante la tendenza di crescita sia stata momentaneamente bloccata dalla pandemia covid-19 che ha portato i governi dei principali mercati in cui opera Airbnb, tra cui figurano Stati Uniti d'America, Francia, Italia, Giappone, Spagna, Gran Bretagna e Germania, ad apportare politiche contenitive dei contagi tramite forti limitazioni nel settore del turismo, il numero di prenotazioni è cresciuto più del 10% dal 2019 al 2021.

Nei prossimi mesi bisognerà valutare quale parte della crescita ottenuta nel 2021 sia strutturale e quale invece collegata alla posticipazione di viaggi programmati nel 2020 e non effettuati per via delle restrizioni.

Di seguito una tabella riassuntiva che mostra la sostenuta crescita e il rallentamento di questa durante la pandemia:

Anno	Fatturato (\$ Miliardi)	Prenotazioni (Milioni)
2016	1.7	52
2017	2.6	115
2018	3.6	140
2019	4.8	272
2020	3.3	193
2021	5.9	300

Tabella 3.1: Crescita Airbnb

La costante crescita ha portato l'azienda alla quotazione sul mercato Nasdaq a dicembre del 2020. Questo passo appare come una pietra miliare nello sviluppo della compagnia e ha garantito accesso a capitale che potrà essere utilizzato per continuare lo sviluppo della piattaforma.

Importante sottolineare come il fatturato di Airbnb si basa quasi esclusivamente sulle commissioni applicate durante le prenotazioni, la media del 2021 è del 12,78% per prenotazione. La grossa parte di questa commissione viene pagata dall'host, mentre l'utente paga solamente il 3% del proprio valore della prenotazione come commissione di servizio alla piattaforma.

3.3 Il Mercato

AirBnb possiede un business model assolutamente peculiare, per il quale è difficile definire un insieme di concorrenti. Secondo un'analisi più ampia, gli alberghi sono diretti concorrenti dell'azienda americana, ma in un senso più stretto si può considerare anche solamente il sub-settore composto delle piattaforme di prenotazioni come Booking.com, Hotels.com. e Expedia.

Successivamente verranno fatte considerazioni sul settore dell'*hospitality* (Alberghi, Airbnb e piattaforme di prenotazione online), ma per contestualizzare il posizionamento nel mercato delle piattaforme di prenotazione online sembra opportuno mostrare un grafico con le quote di mercato ottenute da Airbnb e i suoi diretti competitor, ovvero piattaforme di prenotazione online, nel 2021.

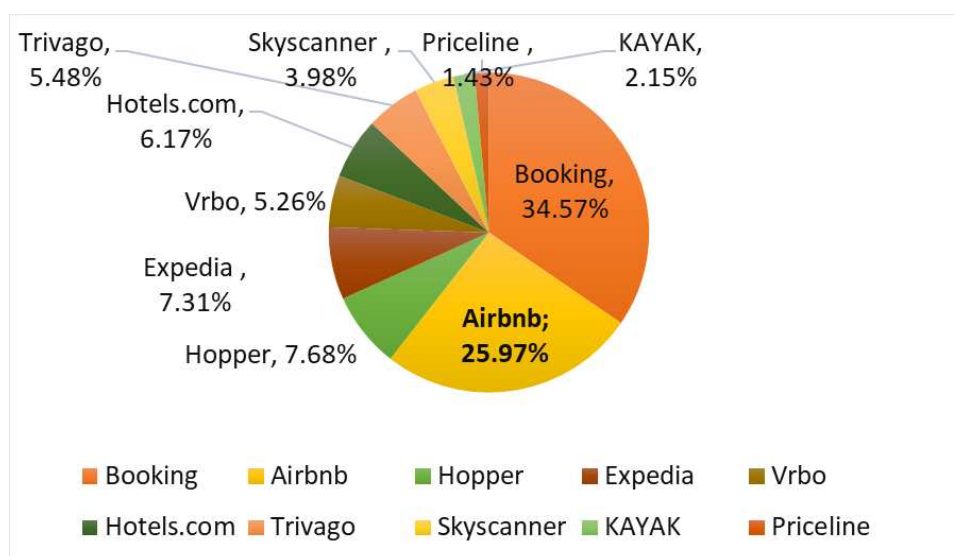


Figura 3.1: Market share piattaforme di prenotazione online

Come si evince dal grafico l'unico competitor che detiene quote di mercato superiori ad Airbnb è booking.com, un'azienda olandese fondata nel 1996, la quale però a differenza dell'azienda di San Francisco, non si concentra solamente sul mercato degli appartamenti, ma grossa parte dei propri ricavi e prenotazioni derivano da collaborazioni con alberghi.

A differenza di booking, la value proposition di Airbnb ha attaccato ferocemente il settore alberghiero, i viaggiatori infatti per la prima volta potevano affittare case anche

per periodi molto limitati, con contratti standardizzati e protetti da possibili truffe. Con l'avvento di questa startup gli alberghi si sono trovati a competere per la prima volta con i proprietari di alloggi disponibili ad affittarli sulla piattaforma, ampliando significativamente l'offerta per i viaggiatori.

Gli hotel tradizionali garantivano ai propri clienti: esperienza similari in qualsiasi luogo, professionalità e numerosi servizi. Questo però comportava spese elevate per il pagamento dei dipendenti, l'affitto e la gestione dello stabile, ma allo stesso tempo difficoltà di crescita organica dovuta all'alta competizione e alle difficoltà di risposta alla volatilità della domanda in quanto le strutture sono dotate di un numero di stanze prestabilito e modificabile a fronte di cospicui investimenti e lunghe tempistiche.

Questo ultimo punto comportava infatti delle importanti scelte strategiche e analisi della domanda prima della costruzione dell'immobile per rispondere a picchi di richieste di prenotazione in determinati periodi dell'anno (es. festività ed eventi ospitati nelle aree in prossimità della struttura) catturando più clienti possibili, ma tenendo conto dei costi di manutenzione legati alla dimensione delle strutture e dei servizi offerti.

3.4 La magnitudo del cambiamento apportato da Airbnb

Il caso di Airbnb è stato estensivamente studiato dalla passata letteratura in quanto in grado di portare un cambiamento irreversibile, in inglese definito con la parola “*disruptive*”, in un settore che stava attraversando un periodo di forte consolidamento ovvero dove i players minori stavano sempre di più lasciando quote significative di mercato alle grandi catene di alberghi, che si caratterizzavano per forti economie di scala accompagnate dallo sfruttamento di marchi riconosciuti a livello globale, da un accesso più semplificato al credito, da vari programmi di fidelizzazione dei clienti e collaborazioni con le più grandi imprese che necessitavano di utilizzare strutture alberghiere con regolarità per i loro dipendenti e/o clienti.

Ormai da anni diversi anni i manager delle più famose catene internazionali avevano iniziato a distinguere tra operare una struttura alberghiera e possedere l’asset in cui l’attività veniva svolta. Infatti, soprattutto negli Stati Uniti si è rafforzata negli anni la distinzione tra la compagnia che possiede l’asset immobiliare e percepisce un affitto, ma non detiene alcun rischio sulla gestione operativa e la compagnia che gestisce l’albergo senza possedere l’asset, ma stipulando solamente contratti di affitto e gestione. Colossi come Marriott International e Hilton International a differenza di quello che i clienti sono portati a pensare, non possiedono gli hotel, ma li gestiscono solamente. Questa distinzione non è altrettanto comune in Italia, basti pensare all’alta presenza di alberghi a gestione familiare dove non esiste distinzione tra la chi gestisce e chi possiede l’asset immobiliare.

Questa breve introduzione sul settore dell’hospitality è propedeutica all’analisi della portata del cambiamento introdotta da Airbnb; infatti, la compagnia con sede a San Francisco ha apportato un ulteriore cambiamento non solo non possiede gli immobili che vengono dati in locazione, ma non gestisce nemmeno questi ultimi essendo solamente una piattaforma di prenotazione.

Questo business model, caratterizzato da una leggera struttura di costi fissi, permette alla compagnia un ampio controllo dei costi in quanto i più onerosi sono direttamente in capo agli host. Il vantaggio di questo business model è stato fortemente comprovato durante la pandemia.

È altresì importante considerare l'altra faccia della medaglia, infatti, il cambiamento apportato dall'azienda statunitense non è stato immune da critiche, la più aspra sono rivolte alle conseguenze sugli affitti nelle maggiori città metropolitane. In molti hanno fatto notare come con l'avvento della piattaforma i proprietari di casa potessero percepire rendimenti maggiori rispetto a quelli ottenibili con affitti a medio-lungo termine e contratti tradizionali. Questo ha causato una sostanziale diminuzione dell'offerta di case disponibili per gli affitti a medio-lungo termine e un conseguente aumento dei canoni applicati, a spese della popolazione con redditi inferiori e meno stabilità economica, spesso caratterizzati anche dalla giovane età.

Rimane molto difficile stabilire un aumento effettivo dei prezzi, in quanto bisognerebbe isolare l'effetto Airbnb da altre tendenze presenti nel mercato come la maggior propensione dei giovani a muoversi verso i centri urbani principali, in Europa in città come Londra, Parigi, Milano e Madrid, che ha significativamente aumentato domanda di case in affitto.

3.5 L'impatto della pandemia sulle decisioni aziendali

Nonostante la pandemia abbia colpito tutti i settori, le aziende operanti nella *sharing economy* e nel settore turistico sono state sicuramente tra le più colpite. L'azienda ha saputo rispondere all'emergenza della pandemia con due importanti decisioni:

- I. Estensiva e flessibile politica di rimborso per gli utenti che hanno dovuto cancellare la propria prenotazione per via della pandemia, mantenendo elevata la soddisfazione degli utenti;
- II. Riducendo di circa il 25% la forza lavoro (quasi 1.900 persone) e quindi lavorando sulla gestione dei costi del personale con il fine di migliorare i risultati economici in un periodo di grandissimo stress dove i ricavi sono stati praticamente ridotti a zero per i primi mesi della pandemia.

L'impressione è che nei mesi successivi alle quarantene applicate dei governi, molti viaggiatori abbiano preferito strutture indipendenti come quelle prenotabili sulla piattaforma, rispetto alla tradizionale struttura alberghiera, in quanto le interazioni con persone esterne e le aree comuni tendono a essere significativamente inferiori, come di conseguenza le possibilità di contrarre il virus.

Da considerare tra le conseguenze della pandemia anche la proliferazione dello smart working, Airbnb infatti si trova in una posizione di vantaggio per garantire a lavoratori con l'intenzione di spostarsi all'estero per periodi medio-lunghi di conservare le proprie responsabilità lavorative in un ambiente lontano dall'ufficio. Molti sono i casi di team, gruppi di amici e coppie che hanno preso la decisione di visitare nuovi posti e fare nuove esperienze grazie a questa maggiore libertà di movimento.

3.6 Airbnb in Italia

Il mercato italiano è stato uno dei primi a rispondere positivamente alle iniziative e servizi proposti dall'azienda statunitense. Nel 2012, il country Manager dell'epoca, Matteo Stifanelli, aveva dichiarato che la risposta era stata superiore alle aspettative con una crescita del 650% nei ricavi da commissioni rispetto all'anno precedente.

Le cause di tale crescita sono state riconducibili al fatto che negli anni precedenti alla crisi immobiliare del 2008, le famiglie italiane avevano investito molto in seconde case riscontrando poi difficoltà ad affittarle con continuità negli anni successivi. Questo fattore assieme al grande interesse turistico che suscitano i patrimoni culturali italiani hanno portato il numero di prenotazioni effettuate sul territorio a crescere a tassi molto elevati, rappresentando uno dei maggiori mercati per la piattaforma.

In un'intervista avvenuta nel 2019 a Matteo Frigerio, Country Manager di Airbnb Italia, sono emersi alcuni dati molto interessanti sul mercato nazionale: il paese si posiziona terzo al mondo per numero di alloggi sulla piattaforma, solamente dietro a Stati Uniti e Francia; il numero di annunci sulla piattaforma è circa di 400 mila unità, di cui 300 mila case e appartamenti completi e 100 mila stanze in immobili in condivisione. Nella medesima intervista è stato dichiarato che la media di persone per prenotazione di case o appartamenti indipendenti è di 2,6 unità.

La poderosa crescita nel mercato italiano è stata accompagnata da incertezze normative, in parte risolte con il decreto crescita" 34/2019 e il "decreto sicurezza" 113/2018" con la creazione di una banca dati nazionale in cui viene affidato un codice alfanumerico, indicato con la sigla CIC, a ciascuna proprietà messa a disposizione per gli affitti a breve termine.

I due principali obiettivi di questi due decreti sono quelli di limitare l'evasione fiscale e raccogliere i dati sui viaggiatori. Infatti, è stata fatta chiarezza e aumentato il controllo sulla tassazione dei redditi prodotti da queste piattaforme, in modo da annullare eventuali vantaggi fiscali in confronto agli affitti a lungo termine. Contemporaneamente è diventato obbligatorio comunicare alla Questura i dati anagrafici degli ospiti, da eseguire sull'apposito sito "alloggi web" della Polizia di Stato.

4. Descrizione del Dataset

4.1 Introduzione

Il dataset oggetto di questo lavoro di tesi è stato fornito dal Politecnico di Torino e racchiude le informazioni relative alle recensioni che sono state pubblicate sulla piattaforma Airbnb in un intervallo temporale che copre gli anni dal 2019 al 2021, per proprietà ubicate solamente sul suolo italiano.

Nel dettaglio, il dataset si presenta come un'unica tabella caratterizzata dalle seguenti colonne:

- *Property ID*: rappresenta l'ID della proprietà ed è caratterizzato da un codice alfanumerico di 10 caratteri.

In alcuni casi, ad uno stesso Property ID possono essere associate più proprietà. Questo accade quando in un'unica struttura sono presenti più appartamenti che possono essere dati in locazione.

- *Review Date*: rappresenta la data in cui l'utente ha effettuato una recensione alla Property ID di riferimento. Nello specifico, le date sono state raggruppate prendendo come riferimento il primo giorno del mese. Per esempio, in corrispondenza della Review Date 1/10/2019 sono presenti tutte le recensioni effettuate nel mese di ottobre 2019.
- *User ID*: rappresenta l'ID dell'utente che ha effettuato una recensione.
- *Member Since*: rappresenta la data in cui l'utente che ha effettuato la recensione è diventato membro della piattaforma Airbnb.
- *First Name*: rappresenta il nome dell'utente che ha effettuato la recensione.
- *Country_x*: rappresenta il Paese di provenienza dell'utente che ha effettuato la recensione.
- *State_x*: rappresenta lo Stato di provenienza dell'utente che ha effettuato la recensione.
- *City_x*: rappresenta la Città di provenienza dell'utente che ha effettuato la recensione
- *Work*: rappresenta la professione dell'utente che ha effettuato la recensione

- *Country_y*: rappresenta il Paese in cui è ubicata la proprietà per cui l'utente ha effettuato la recensione.
- *Latitude*: rappresenta la latitudine della proprietà per cui l'utente ha effettuato la recensione.
- *Longitude*: rappresenta la latitudine della proprietà per cui l'utente ha effettuato la recensione.
- *State_y*: rappresenta lo Stato in cui è ubicata la proprietà per cui l'utente ha effettuato la recensione.
- *City_y*: rappresenta la Città in cui è ubicata la proprietà per cui l'utente ha effettuato la recensione.

4.2 Pulizia del dataset

Le prime operazioni svolte con il dataset fornito sono state operazioni di pulizia conseguite con il fine di ottenere omogeneità e completezza dei dati. Infatti, il dataset presentava valori all'interno dei campi della tabella incompleti o del tutto mancanti.

Nello specifico, di seguito sono riportati i principali accorgimenti svolti:

- Standardizzazione della colonna *Country_x*: in questa operazione sono state individuate tutte le righe che facevano riferimento all'Italia come paese di provenienza dell'utente e sono state modificati i valori inserendone uno comune (*IT,ITA,Italia,Italy -> Italy*)

Property ID	Review Date	User ID	Member Sin	First Name	Country_x	State_x	City_x	Work	Country	Latitud	Longitu	State_y	City_y
ab-3355951	01/04/2019	130217257		Lorenzo	IT				Italy	43.94849	10.20212	Toscana	Pietrasanta
ab-3355951	01/06/2019	66724730	11/04/2016	Igor	Italia	CU	Alba		Italy	43.94849	10.20212	Toscana	Pietrasanta
ab-3355951	01/07/2019	199687412	03/07/2018	Bernardo	Italy		Monza		Italy	43.94849	10.20212	Toscana	Pietrasanta

Property ID	Review Date	User ID	Member Sin	First Name	Country_x	State_x	City_x	Work	Country	Latitud	Longitu	State_y	City_y
ab-3355951	01/04/2019	130217257		Lorenzo	Italy				Italy	43.94849	10.20212	Toscana	Pietrasanta
ab-3355951	01/06/2019	66724730	11/04/2016	Igor	Italy	CU	Alba		Italy	43.94849	10.20212	Toscana	Pietrasanta
ab-3355951	01/07/2019	199687412	03/07/2018	Bernardo	Italy		Monza		Italy	43.94849	10.20212	Toscana	Pietrasanta

Figura 4.1: Standardizzazione della colonna *Country_x*

- Eliminazione delle righe vuote e/o incomplete: mediante questa operazione sono state eliminate tutti i campi vuoti e/o incompleti che facevano riferimento alle colonne *Country_x* e *City_x* in modo tale da avere dati consistenti per le successive analisi

4.3 Analisi del dataset

A seguito delle azioni di pulizia, il dataset finale, utilizzato per le analisi, comprende un totale di 3.673.171 righe rappresentanti le recensioni degli utenti divise per abitazioni del suolo italiano.

Al fine di effettuare analisi preliminari di carattere temporale e geografico, le recensioni sono state suddivise in base all'anno e successivamente in base alla città in modo da avere una visione quanto più dettagliata e precisa del fenomeno delle recensioni effettuate sulla piattaforma.

Le successive analisi si basano sull'assunto che ogni recensione effettuata corrisponda ad una prenotazione. È stato ipotizzato, inoltre, che il rapporto tra recensioni effettuate e numero di prenotazione sia rimasto costante durante gli anni analizzati.

4.3.1 Analisi temporale a livello aggregato

La prima analisi svolta vuole evidenziare l'andamento annuale delle recensioni sulla piattaforma mostrandone la differenza per i diversi anni.

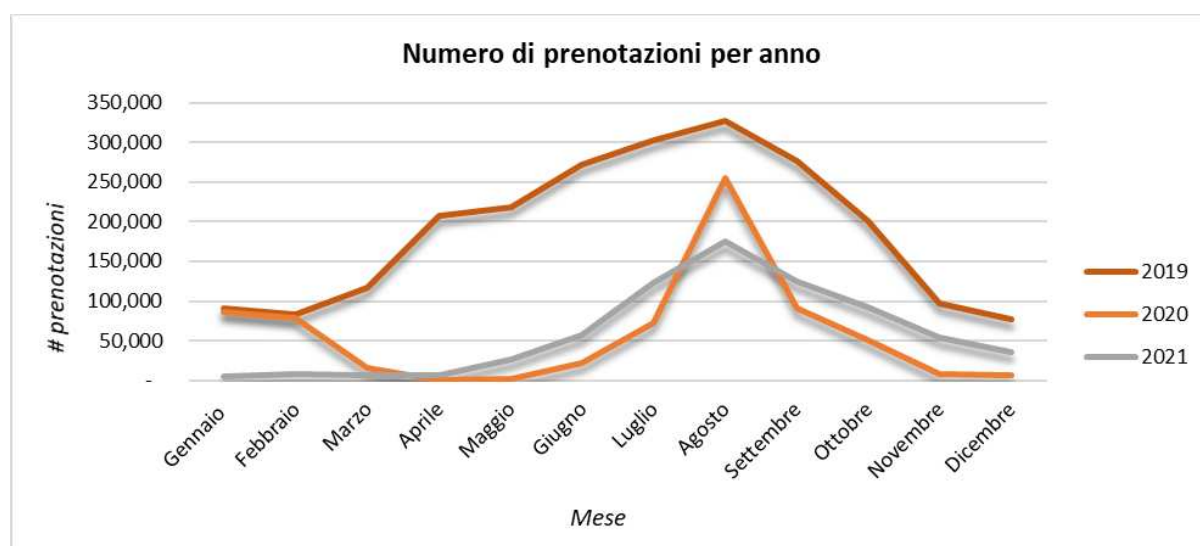


Figura 4.2: Rappresentazione grafica dell'andamento delle prenotazioni negli anni 2019,2020,2021

Nel 2019, il numero di prenotazioni è stato molto elevato, con un totale di 2.269.101 prenotazioni durante tutto l'anno. L'andamento del grafico mostra un aumento

costante delle prenotazioni da febbraio a luglio, con un picco massimo raggiunto in agosto con 326.545 prenotazioni, seguito da una diminuzione graduale verso la fine dell'anno. Le prenotazioni in agosto rappresentano il 14,3% del totale delle prenotazioni dell'anno.

Come possibile immaginare, per via della pandemia nel 2020, il numero di prenotazioni è stato notevolmente inferiore rispetto all'anno precedente, con un totale di 686.941 prenotazioni durante tutto l'anno. I soli mesi di gennaio e febbraio che nel 2019 avevano rappresentato solamente il 7,7% delle prenotazioni totali, nel 2020 hanno rappresentato ben il 23,8% del totale.

L'andamento del grafico mostra una diminuzione drastica delle prenotazioni a partire da marzo 2020, quando l'epidemia di COVID-19 si è diffusa rapidamente in tutto il mondo, con il picco minimo raggiunto in aprile con solo 838 prenotazioni.

In concomitanza con le riaperture e l'allentamento delle restrizioni, si è verificato un forte aumento percentuale nei mesi successivi. Infatti, il tasso di crescita nel periodo da maggio ad agosto è stato sempre superiore al 100%, con un picco massimo da maggio a giugno come visibile nella tabella sotto riportata.

	Jan-20	Feb-20	Mar-20	Apr-20	May-20	Jun-20	Jul-20	Aug-20	Sep-20	Oct-20	Nov-20	Dec-20
Numero prenotazioni	85.954	78.119	16.412	838	2.270	21.381	71.706	254.607	90.991	50.304	8.177	6.182
Variazione mese su mese												
Valore assoluto		- 7.835	- 61.707	- 15.574	+ 1.432	+ 19.111	+ 50.325	+ 182.901	- 163.616	- 40.687	- 42.127	- 1.995
Variazione mese su mese %		-9%	-79%	-95%	171%	842%	235%	255%	-64%	-45%	-84%	-24%

Tabella 4.1: Variazione delle prenotazioni mese su mese

Il picco massimo di prenotazioni mensili è stato raggiunto in agosto con 254.607 prenotazioni, rappresentando il 37,1% del totale delle prenotazioni dell'anno. Settembre è stato il secondo mese con il più alto numero di prenotazioni nonostante una forte decrescita, di circa il 64% rispetto al mese precedente dello stesso anno.

Nel 2021, il numero di prenotazioni è leggermente aumentato rispetto all'anno precedente con un incremento del 4,4%, con un totale di 717.129 prenotazioni.

Come visibile dalla figura 3.3.1.1 il numero di prenotazioni avvenute durante il 2021 è stato significativamente inferiore all'anno di riferimento del 2019 e con valori simili al 2020, ma con importanti differenze nel peso dei mesi differenti sul totale.

I mesi di gennaio e febbraio hanno riportato valori fortemente inferiori al 2020, per via della mancanza di alcun tipo di restrizione o preoccupazione dei viaggiatori nell'anno precedente.

L'andamento del grafico mostra un graduale aumento delle prenotazioni da gennaio a luglio, con un picco massimo raggiunto in agosto con 175.221 prenotazioni, rappresentando il 25% del totale delle prenotazioni dell'anno. Il numero di prenotazioni in ciascun mese ha iniziato a diminuire verso la fine dell'anno, ma ha comunque mantenuto un livello più elevato rispetto all'anno precedente.

L'aumento delle prenotazioni nel 2021 può essere attribuito in parte all'avvio delle campagne di vaccinazione e alla riduzione delle restrizioni di viaggio in molti paesi. Tuttavia, la pandemia ha continuato a influenzare il settore del turismo e le prenotazioni con un graduale miglioramento già visibile nella seconda parte dell'anno. Tuttavia, il numero di prenotazioni nel 2021 resta inferiore rispetto al 2019, con una diminuzione del 68%. Di seguito si riporta il grafico della curva cumulata delle prenotazioni mensili nel periodo di competenza.

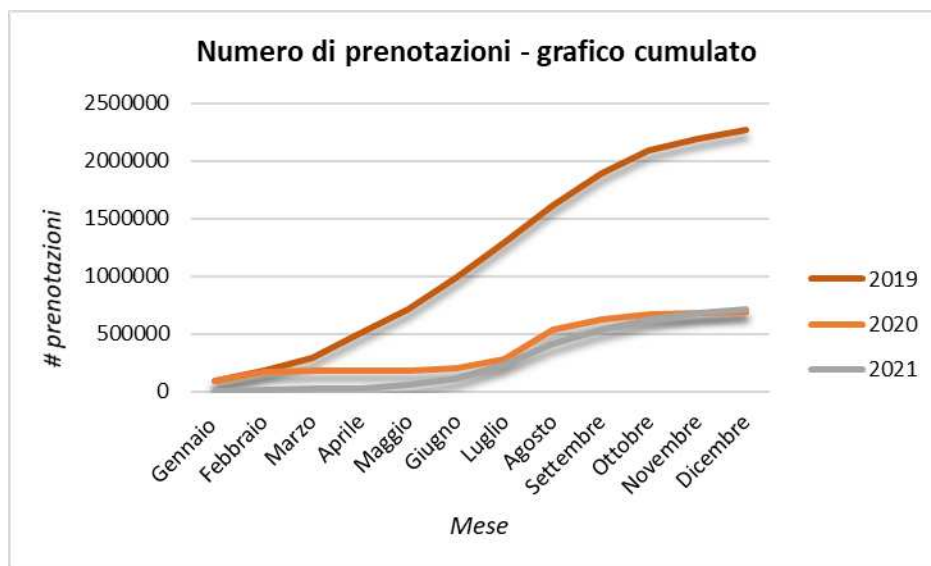


Figura 4.3: Grafico cumulato delle prenotazioni per anni

La figura 4.3 rappresenta la somma cumulativa delle prenotazioni nel corso dell'anno, suddivisa per mese. Quindi, per esempio, il valore della cumulata del mese di febbraio rappresenta la somma cumulativa delle prenotazioni dal mese di gennaio fino al mese di febbraio.

4.3.2 Analisi temporale a livello individuale

La seconda parte dell'analisi si concentra sui principali centri urbani italiani e l'andamento delle prenotazioni nel triennio considerato, sia in percentuale rispetto alle città residuali sia in valori assoluti.

La selezione dei quattro centri urbani principali è stata effettuata considerando il flusso totale di prenotazioni, rapportando la prenotazione in ciascun centro urbano nell'anno al numero totale di prenotazioni effettuate sulla piattaforma di Airbnb nell'anno stesso e utilizzando una soglia minima del 5% nel 2019.

Solamente quattro centri urbani italiani hanno superato questa soglia e sono Milano, Roma, Firenze e Venezia; i quali però si distinguono per stagionalità e tipologia di turismo.

Di seguito si riporta la tabella 4.2 con il dettaglio delle prenotazioni nei centri urbani analizzati e nelle rimanenti città italiane.

Città	2019	2020	2021
Milano	173,052	34,414	35,963
Roma	347,345	63,153	64,804
Firenze	167,796	28,904	33,099
Venezia	149,357	31,856	37,780
Altro	1,431,539	528,602	545,471
% centri principali su totale prenotazioni	37%	23%	24%

Tabella 4.2: Numero di prenotazioni per i principali centri urbani

Nel 2019, Roma ha registrato il maggior numero di prenotazioni con 347.345 ovvero il 15% del totale, seguita da Milano con 173.052 (7,6%), Firenze con 167.796 (7,4%) e Venezia con 149.357 (6,6%).

Come possibile immaginare, nel 2020 e 2021, a causa della pandemia di COVID-19, tutti i numeri sono diminuiti significativamente. In particolare, Roma ha subito la diminuzione maggiore (quasi dell'82%), passando da 347.345 prenotazioni nel 2019 a sole 63,153 prenotazioni nel 2020, sebbene abbia registrato un lieve aumento del 2,6% nel 2021 con 64,804 prenotazioni.

Considerando come parametro dell'impatto della pandemia sul turismo nelle varie città, la variazione percentuale delle prenotazioni totali anno su anno, risulterebbe che Venezia sia stata la città meno impattata dalla pandemia; infatti, ha registrato una decrescita del 79%, seguita da una forte crescita del 19%. Questi due valori sono rispettivamente il minimo e massimo tra i quattro centri urbani presi in considerazione; di fatto, la diminuzione percentuale tra le prenotazioni del 2019 e del 2021 rimane la più contenuta, solamente il 75% contro l'81% di Roma.

Firenze è stata quella con la decrescita più marcata dal 2019 al 2020 pari al 83%; mentre Milano dopo Roma è stata la città con l'incremento inferiore tra il 2020 e il 2021, circa il 5%.

Si evidenzia come gli altri centri urbani italiani, abbiano subito variazioni in maniera fortemente inferiore rispetto ai quattro sopra analizzati. Infatti, il numero di prenotazioni negli altri centri urbani è sceso del 63% tra il 2019 e il 2020, mentre la decrescita nel 2021 rispetto al 2019 si è attestata al 62% delle prenotazioni totali, valore migliore rispetto a quello di Venezia.

Tuttavia, la percentuale di prenotazioni effettuate nelle città principali rispetto al numero totale di prenotazioni è rimasta relativamente concentrata, passando dal 37% nel 2019 al 23% nel 2020, per poi risalire al 24% nel 2021. Ciò suggerisce che, nonostante l'impatto della pandemia, le città principali continuano ad essere una scelta popolare tra i viaggiatori in Italia.

Si evidenzia come il settore turistico italiano sia ancora lontano dai livelli pre-pandemici e ci vorrà tempo per una piena ripresa del settore.

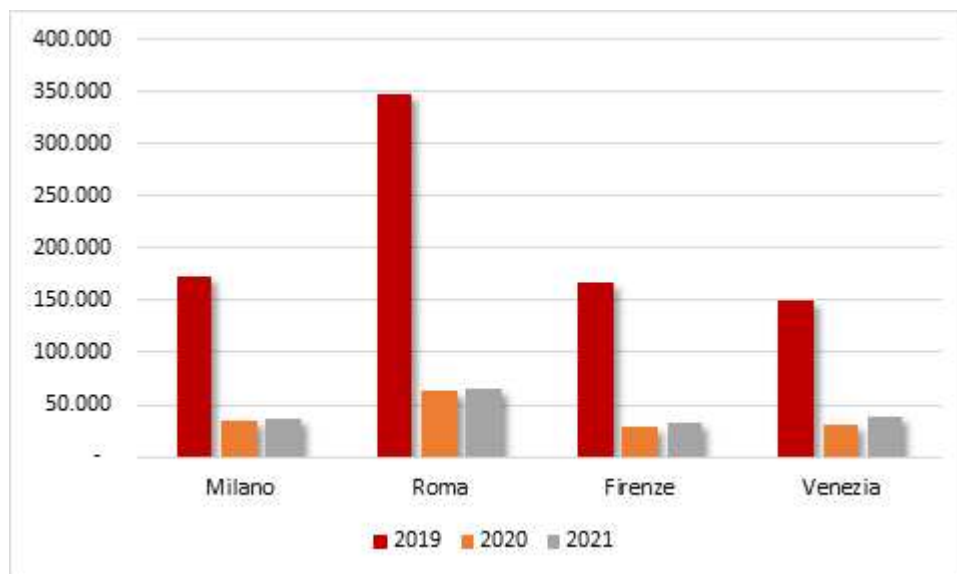


Figura 4.4: Grafico delle prenotazioni nei principali centri urbani suddivise per anno

L'analisi ora verterà sulla variazione anno su anno (*year on year*) delle prenotazioni in ciascun mese dell'anno nei quattro centri urbani soggetti dell'analisi, in ordine decrescente rispetto al numero di prenotazioni.

Roma è la città italiana con il più alto numero di prenotazioni per tutto il periodo di analisi, nei 3 anni la città del Lazio ha totalizzato 475.000 visite, contro le 243.000 di Milano, le 229.000 di Firenze e infine le 218.000 di Venezia.

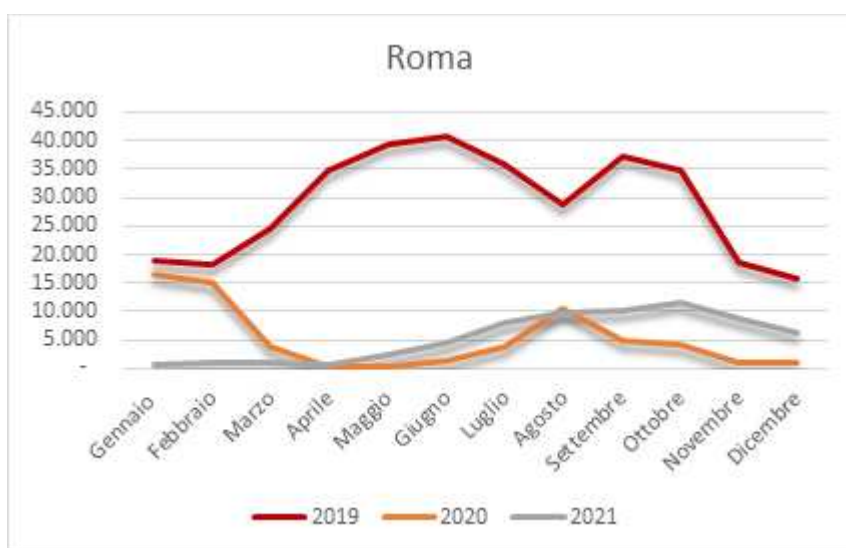


Figura 4.5: Grafico rappresentante l'andamento delle prenotazioni negli anni per la città di Roma

Nel 2019, unico anno non impattato dalla pandemia, il mese con il minor numero di prenotazioni è stato dicembre mentre giugno è stato quello con il massimo, ben 40.772. Agosto invece è stato il mese estivo con il minor numero di prenotazioni, dato che è stato completamente differente nel 2020 dove nel mese si registra non solo il picco estivo, ma il mese con più prenotazioni dopo gennaio e febbraio in cui non erano ancora in vigore restrizioni per viaggiatori esteri ed italiani. Nonostante quanto sopra descritto, le prenotazioni effettuate nel mese di Agosto 2020 sono solamente il 36% rispetto a quelle di Agosto 2019.

Guardando la figura 4.5 si evince come il trend del 2019, con una diminuzione di prenotazioni ad agosto e quindi una probabile preferenza dei turisti verso altre mete si sia invertito nel 2020, in cui molti turisti hanno preferito visitare la capitale ad agosto rispetto che a luglio o settembre.

Dal grafico si può anche notare come agosto sia l'unico mese del 2021 con prenotazioni inferiori al 2020 escludendo i mesi pre-pandemia ovvero gennaio, febbraio e marzo.



Figura 4.6: Grafico rappresentante l'andamento delle prenotazioni negli anni per la città di Milano

Per quanto riguarda la città di Milano, aprile è il mese con il più alto numero di prenotazioni nel 2019 con 19.667, seguito da settembre con 18.498. Si nota che ad aprile 2019 la città ha ospitato il Salone del mobile, mentre a settembre la Fashion Week. Al lato opposto della classifica del 2019 troviamo dicembre e gennaio, i due mesi con il minor numero di prenotazioni.

Dei quattro centri urbani presi in considerazione, Milano è la città con la più bassa differenza sia in valore percentuale (13%) sia in valore assoluto (1.255) tra le prenotazioni di dicembre e agosto, questo dato è particolarmente significativo perché in grado di mostrare l'impatto che i viaggi di lavoro hanno sul turismo milanese. Infatti, le prenotazioni in tutti i mesi dell'anno rimangono elevate.

Analizzando la figura 4.6 si può notare come nel 2021, le prenotazioni nel mese di settembre siano state superiori a quelle del mese d'agosto, stesso dato di Roma, ma differente rispetto alle altre due città analizzate. Milano ha registrato il suo massimo proprio nel mese di settembre a differenza della capitale, dove il mese di ottobre ha registrato più prenotazioni.

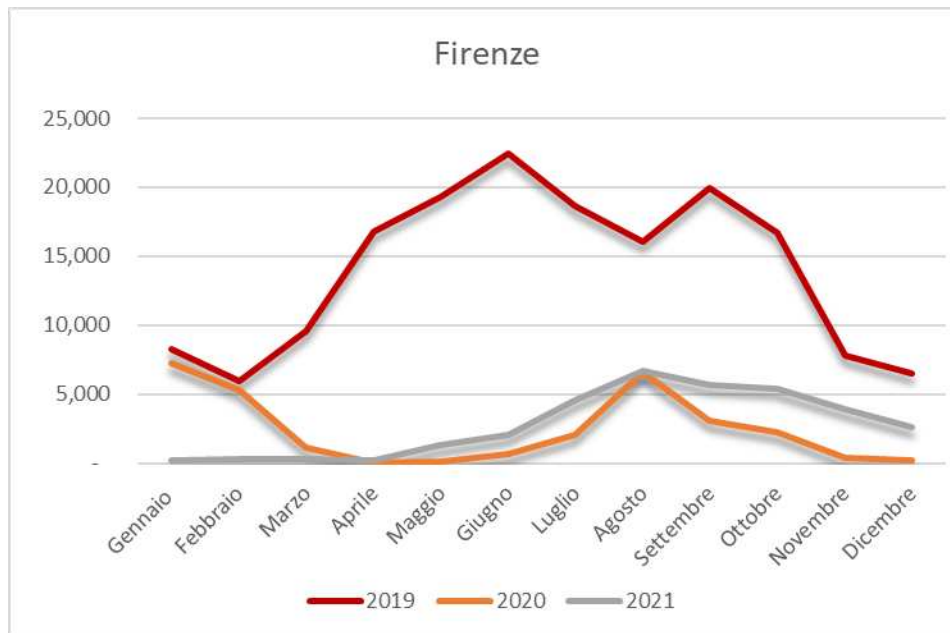


Figura 4.7: Grafico rappresentante l'andamento delle prenotazioni negli anni per la città di Firenze

Nel 2019 a Firenze è stato febbraio il mese con il minor numero di prenotazioni, mentre giugno quello con il maggior, circa 22.408 prenotazioni. Si evidenzia come Firenze, rispetto a Milano e Roma, abbia un elevato numero di visitatori anche nel mese di agosto, circa il 9,8% del totale dell'anno contro il 6,3% di Milano e il 9,5% di Roma. Seppur il numero di prenotazioni mensili rimanga inferiore ai mesi di luglio e settembre.

Esiste una forte differenza sia in valore assoluto sia percentuale tra le prenotazioni nei mesi invernali e nei mesi estivi, quindi una forte stagionalità causata probabilmente da un turismo fortemente culturale e di svago, ma meno lavorativo. Si nota infatti come la variazione delle prenotazioni tra il mese inferiore (febbraio) e superiore (giugno) sia nettamente più marcata che nelle due città precedentemente analizzate.

A Firenze, diversamente da Milano e Roma, agosto è stato il mese con più prenotazioni sia nel 2020 sia nel 2021.

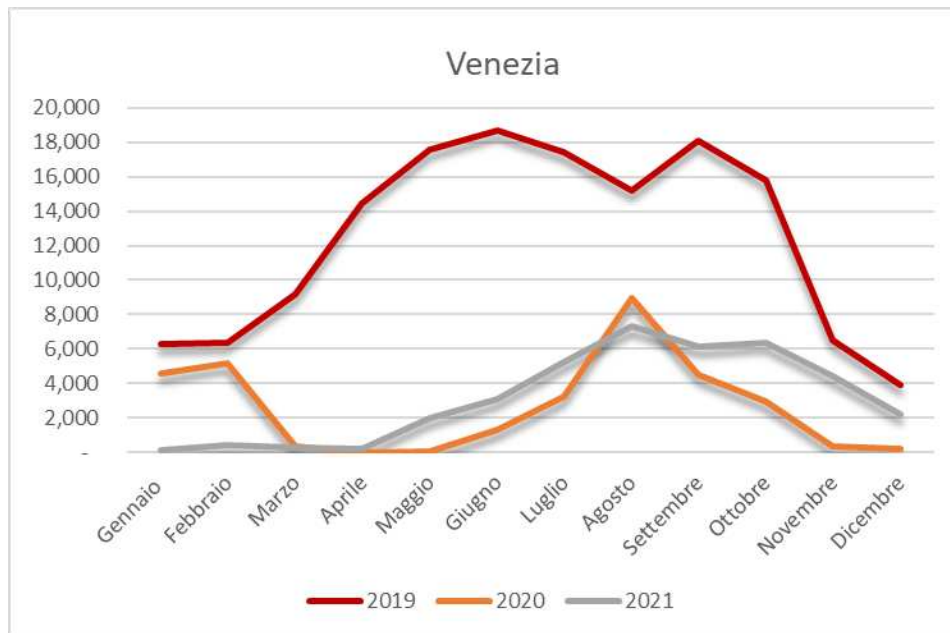


Figura 4.8: Grafico rappresentante l'andamento delle prenotazioni negli anni per la città di Venezia

Analizzando la figura 4.8 riguardo le prenotazioni della città di Venezia si nota come nel 2019 i mesi con più prenotazioni siano stati giugno e settembre, con rispettivamente 22.408 e 19.926 prenotazioni. Al contrario i mesi invernali hanno registrato un numero di prenotazioni molto contenuto, con il minimo toccato a dicembre. Il carnevale di Venezia, che vien festeggiato ad inizio febbraio, non è stato un evento in grado di creare un particolare flusso turistico nel 2019, infatti il numero di prenotazioni totale rimane molto contenuto (6.356) se paragonato all'alta stagione e comunque vicino a quello registrato a dicembre (6.308).

In seguito, verrà approfondito il tema del coefficiente di variazione nel numero di prenotazioni, ma dal grafico è particolarmente evidente come il turismo nella città di Venezia sia affetto da una forte stagionalità. Il numero di prenotazioni inizia a crescere con un tasso molto elevato a partire dal mese di marzo ed escludendo il caso di agosto, le prenotazioni poi iniziano a scendere in maniera forte e sostenuta a partire dal mese di ottobre.

A Venezia come a Roma, ma diversamente da Milano e Firenze, le prenotazioni effettuate nel mese di agosto 2020 sono state superiori a quelle effettuate lo stesso mese del 2021. Questo fenomeno è stato più forte nel capoluogo Veneto in cui le prenotazioni sono superiori del 23%, mentre a Roma sono state superiori solamente del 6%.

Nonostante quanto detto sopra, il mese di agosto 2021 rimane quello con il numero maggiore di prenotazioni, ben 7.303. Nei due mesi successivi, la città ha continuato ad avere un flusso di turisti elevato rispetto alla media annuale, infatti sia a settembre sia ad ottobre il numero di prenotazioni ha superato quota 6.000.

4.3.3 Analisi del Coefficiente di Variazione

Come ultima parte dell'analisi di confronto tra le quattro principali città italiane per il turismo, si pone l'attenzione sul **coefficiente di variazione** calcolato nell'anno del 2019.

Il coefficiente di variazione si calcola come Deviazione Standard diviso Media, dove la Deviazione Standard è data dall'applicazione della seguente formula:

$$\sigma = \sqrt{\frac{\sum (x_i - \mu)^2}{N}}$$

Dove i simboli presenti nella formula rappresentano:

σ = Deviazione standard della popolazione

N = numero di osservazioni

x_i = Ciascuna osservazione della popolazione

μ = media della popolazione

Questo coefficiente può fornire importanti informazioni sul tipo di turismo delle città, in particolare della stagionalità.

Infatti, si evidenzia come una città come Milano, che può contare su molti viaggiatori per lavoro, un settore terziario molto forte e numerosi eventi in grado di attirare l'attenzione di turisti italiani e stranieri durante quasi tutti i mesi dall'anno, registra il più basso coefficiente tra le città prese in analisi, seguita da Roma.

Al contrario Firenze e Venezia hanno una spiccata varianza di prenotazioni durante l'anno, per entrambe le città e anche per Roma il mese con il più alto numero di prenotazioni del 2019 è stato giugno, solamente a Milano aprile rappresenta il massimo. Al contrario il mese con il minor numero di prenotazioni è stato dicembre in tutte e quattro le città, di seguito il rapporto tra il massimo e il minimo:

- A Venezia le prenotazioni a giugno sono 4.45 volte quelle del mese dicembre;
- A Firenze invece le prenotazioni a giugno sono 3.45 volte quelle del mese di dicembre;
- A Roma le prenotazioni a giugno sono 2.5 volte quelle di dicembre;
- A Milano le prenotazioni ad aprile sono solamente 2 volte quelle di dicembre.

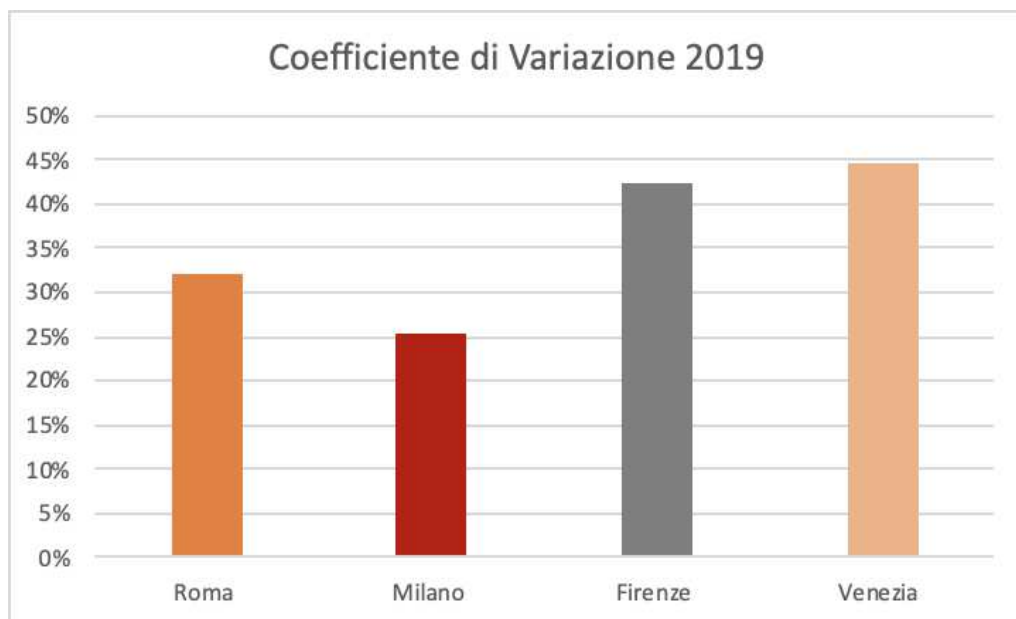


Figura 4.9: Coefficiente di variazione dei principali centri urbani nel 2019

4.4 Analisi del turismo estero

Nel 2019 circa l'80% del totale delle prenotazioni è stato effettuato da utenti stranieri, in particolare luglio, agosto e settembre hanno registrato i maggiori flussi di turisti stranieri in Italia; il picco percentuale delle prenotazioni si è registrato nel mese di maggio, dove rappresentavano più dell'84% delle prenotazioni totali. Viceversa, il mese di dicembre ha registrato il minor numero in valore assoluto di prenotazioni di utenti stranieri, solamente 53 mila, che rappresentavano il 69% delle prenotazioni totali del mese.

Come possibile anticipare questi valori e percentuali sono ben distanti da quelle riscontrate nei due anni successivi, numerosi fattori hanno contribuito a questa diminuzione. Grossa parte della letteratura esistente sull'argomento attribuisce il peso più importante alle restrizioni degli stati ai viaggi al di fuori dei propri confini, ma è stato anche studiato come la percezione che i viaggiatori avevano sulla sicurezza e solidità delle strutture sanitarie di un determinato paese avessero un forte impatto sulla scelta delle destinazioni.

È difficilmente stimabile quanto il fatto che l'Italia sia stato uno dei primi paesi occidentali a dichiarare un caso di Covid-19 e che immagini molto dolorose della situazione italiana abbiano circolato in molti telegiornali esteri abbiano poi effettivamente inciso assieme ad altri fattori sulle scelte dei viaggiatori stranieri.

Il punto di partenza dell'analisi risiede nella curva cumulata delle prenotazioni di utenti stranieri, in grado di esprimere la magnitudo dello shock e come questa diminuzione si sia sviluppata mensilmente.

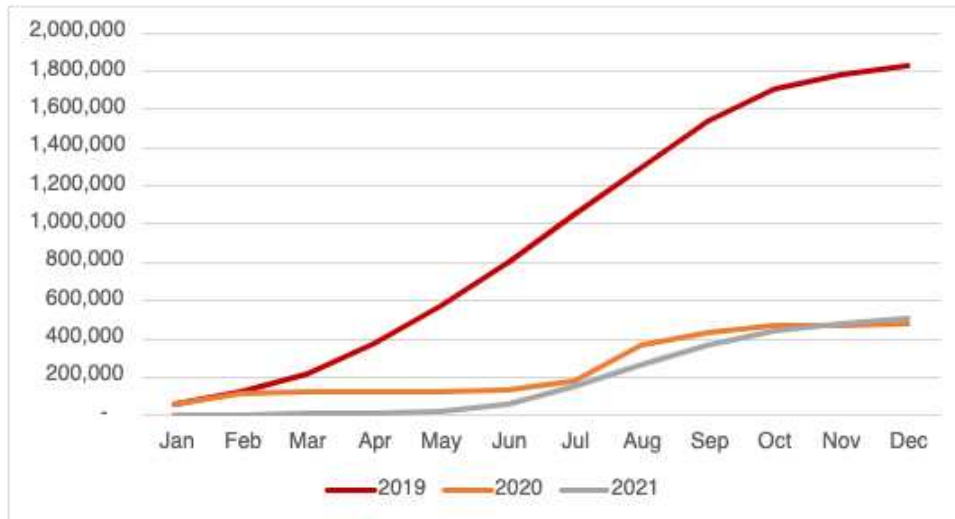


Figura 4.10: Curva cumulata prenotazioni utenti stranieri

Il grafico mostra come dal mese di marzo dell'anno 2020 le prenotazioni rimangono pressoché stabili e decisamente inferiori all'anno precedente. Solo nel mese di agosto si è registrata un'importante crescita anche nel turismo straniero.

Il totale delle prenotazioni effettuate da viaggiatori stranieri nel 2021 è circa del 6.7% superiore all'anno precedente, ma comunque più del 70% in meno del 2019.

Proseguendo nell'analisi, il punto di attenzione si sposta sui 4 centri urbani di riferimento, dove da ormai molti anni il turismo straniero rappresenta un'importantissima risorsa per fonte di reddito per i cittadini. Basti pensare che nel mese di luglio del 2019, a Firenze e Venezia le prenotazioni di utenti stranieri rappresentavano ben il 97% delle prenotazioni totali.

Il primo centro urbano analizzato è quello di Milano, dove la media mensile di prenotazioni percentuali di utenti stranieri nel 2019 è la più bassa tra i quattro centri urbani, pari all'82% molto distante dalla seconda più bassa, Firenze, con il 91%.

Nel capoluogo lombardo il picco percentuale di turisti stranieri già nel 2019 è stato riscontrato nel mese di agosto e questo trend si è ripetuto anche negli anni successivi, anche se in valore assoluto le prenotazioni sono diminuite più del 50% rispetto al 2019. Il minimo di prenotazioni di utenti stranieri è stato registrato ad aprile 2020, con solamente 48 prenotazioni, valore molto simile è stato riscontrato nel mese successivo, ovvero 53 prenotazioni.

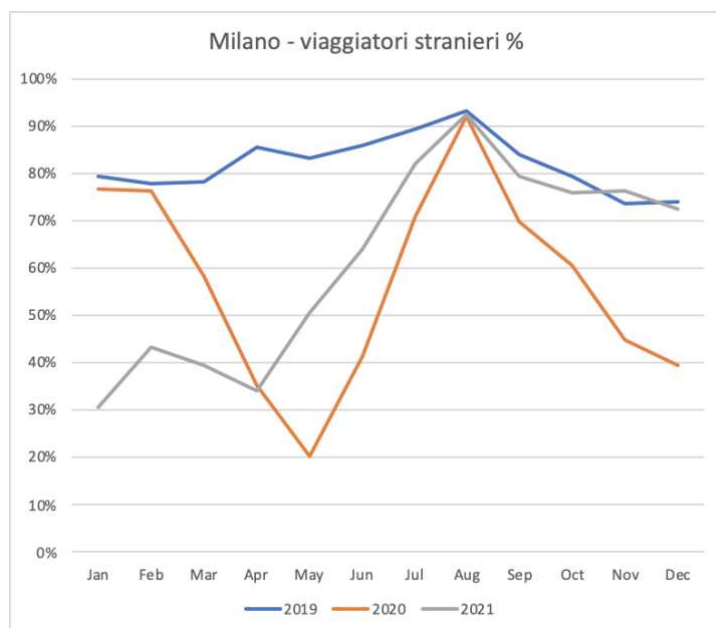


Figura 4.11: Milano – percentuale viaggiatori stranieri

Il grafico successivo invece analizza le prenotazioni nella capitale, si nota come a differenza di Milano nel 2019 la percentuale di viaggiatori stranieri presentava meno scostamenti ed era sempre superiore all'86%.

Per quanto riguarda gli anni successivi, alcuni trend sono in comune con la città di Milano come il picco minimo di prenotazioni dei mesi di aprile e maggio 2020, ma il turismo nella città capitolina si differenzia per una forte ripresa dopo l'estate del 2021, mantenendo livelli medi più elevati e superiori all'80%. Roma è passata da una media mensile del 92% di prenotazioni di viaggiatori stranieri nel 2019 a solamente il 67% nel 2020 e 69% nel 2021.

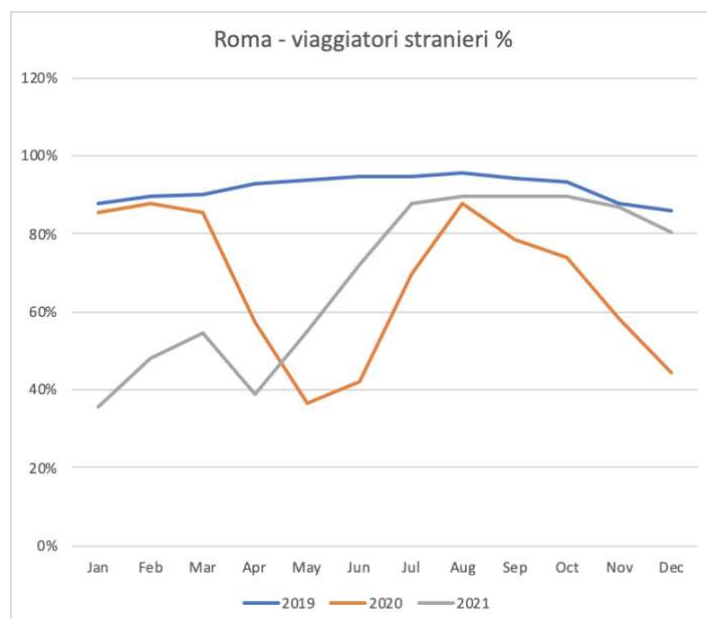


Figura 4.12: Roma – percentuale viaggiatori stranieri

Proseguendo l'analisi su Firenze, si nota come il trend sia molto più simile a Roma rispetto che a Milano. Una particolarità risiede nel fatto che la media mensile di utenti stranieri era inferiore a Roma nel 2019, mentre negli anni successivi questo dato è stato invertito, con una media superiore nella città di Firenze anche se sempre molto simile a quella della capitale.

A differenza dei due centri urbani precedentemente analizzati e di Venezia, Firenze non ha mai registrato una percentuale di prenotazione di utenti stranieri inferiore al 40% durante tutto il periodo di analisi.

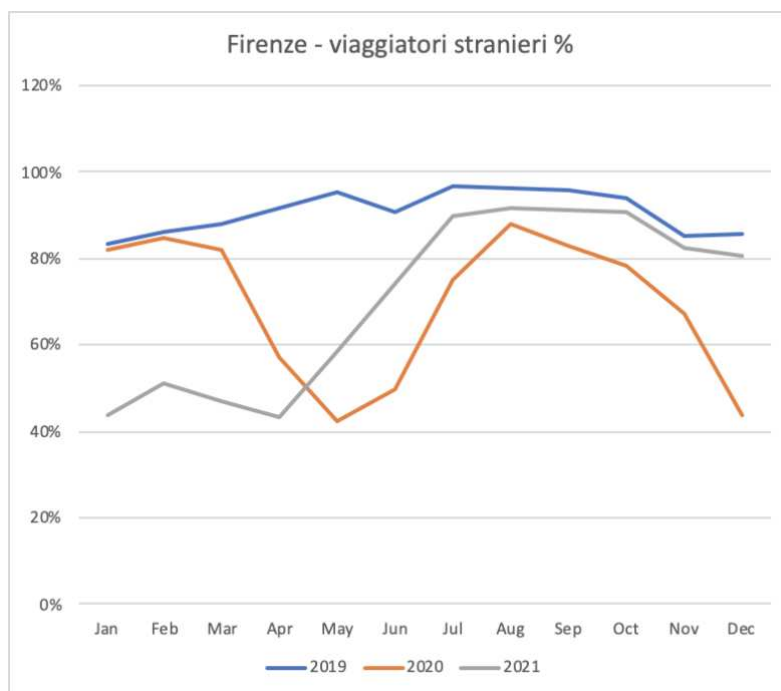


Figura 4.13: Firenze – percentuale viaggiatori stranieri

Infine, l'ultimo centro urbano analizzato è quello di Venezia, dove nel 2019 si è riscontrata la media mensile di prenotazioni di utenti stranieri più alta e pari al 94%.

Il grafico della città veneta mostra alcune particolarità sia in comune con il grafico di Milano sia con quelli di Roma e Venezia. In primis, come a Milano si evidenzia un picco minimo molto accentuato e vicino al 20% nel mese di maggio 2020, mentre nelle altre due città si attestava intorno al 40%.

Come Roma e Firenze invece il grafico mostra come la media mensile nel 2019 fosse ben superiore all'80% e come la ripresa post estate 2021 sia stata abbastanza sostenuta, in contrasto con quanto successo nell'anno precedente. A differenza di tutte le altre città la media mensile del mese di Gennaio 2019 è stata quasi del 60%, ovvero 30 punti percentuale superiore a Milano e circa 20 punti percentuale superiore a Roma e Firenze.

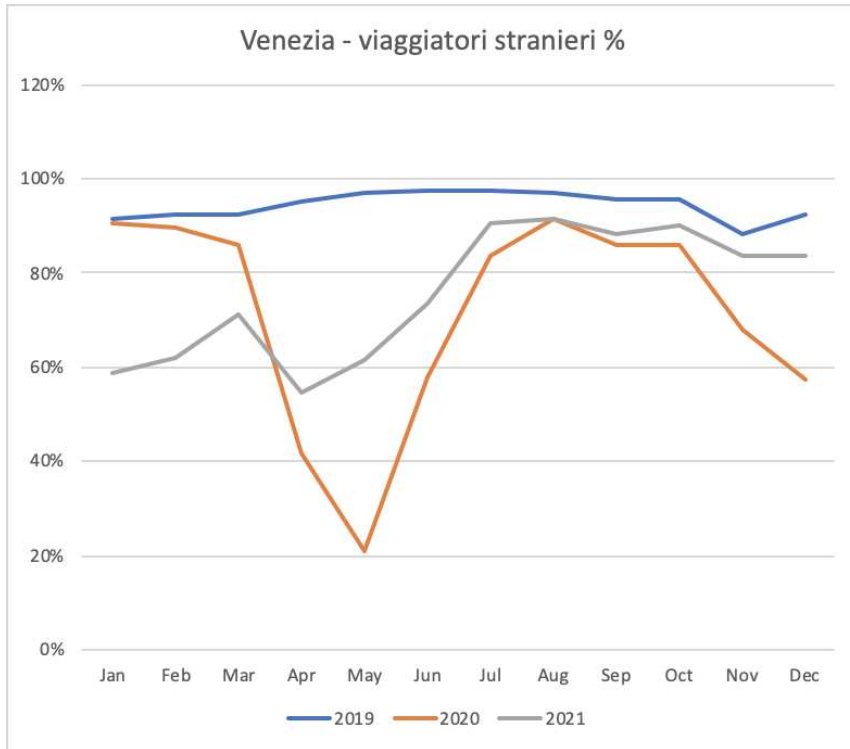


Figura 4.14: Venezia – percentuale viaggiatori stranieri

5. Analisi matrici origine destinazione

5.1 Matrice origine Italia – Estero destinazione Italia, dati annuali

In questo capitolo l'analisi del flusso di viaggiatori verrà analizzato con l'ausilio delle matrici origine-destinazione.

La prima matrice che verrà analizzata raccoglie tutte le prenotazioni dividendo solamente in due categorie: utenti stranieri e utenti italiani.

	2019	2020	2021
Italia	436.613	211.661	210.242
Estero	1.832.488	475.280	506.887

Tabella 5.1: Destinazione Italia, origine Italia – Estero: Valori assoluti

Il primo valore visibile è come precedentemente analizzato la diminuzione drastica delle prenotazioni nel 2020 e 2021 rispetto al 2019. Tali diminuzioni sono state ampiamente analizzate nei paragrafi precedenti e chiaramente collegate all'avvento della pandemia, ma in aggiunta a quanto detto precedentemente queste diminuzioni possono anche essere collegate alla diminuzione dell'offerta sulla piattaforma (Romano, 2021).

Tale diminuzione è stata valorizzata a circa il 10% dell'offerta presente nel 2019.

Spunti ulteriori vengono forniti dalla matrice successiva, in cui i valori sono stati messi in percentuale sul totale delle prenotazioni nell'anno solare.

Importante notare come la diminuzione dall'80% a circa il 70% sia stata confermata anche nel 2021.

	2019	2020	2021
Italia	19,2%	30,8%	29,3%
Estero	80,8%	69,2%	70,7%

Tabella 5.2: Matrice destinazione Italia, origine Italia – Estero: Valori percentuali

5.2 Matrice origine Italia – Estero destinazione regioni italiane, dati terzo trimestre

È stato necessario effettuare un'ulteriore scrematura dei dati per le matrici regionali in quanto alcune delle prenotazioni presenti sul database non contenevano dati esaustivi per i campi della regione e città di origine o regione e città di destinazione.

Allo stesso tempo, queste prenotazioni sono state considerate precedentemente in quanto la mancanza dei campi era superflua per le analisi svolte.

In questo paragrafo si analizzerà grazie all'ausilio della matrice origine-destinazione, l'evoluzione del flusso turistico totale, quindi includendo anche i turisti stranieri, nel terzo trimestre dei tre anni analizzati.

In primis, si vuole chiarire come mai il terzo trimestre sia stato considerato il più significativo per analizzare il cambiamento delle abitudini dei turisti italiani e stranieri.

Già nel 2019, il terzo trimestre è stato quello che ha raggiunto il maggior numero di prenotazioni in Italia, questo perché come risaputo e non difficilmente dimostrabile, l'abitudine dei viaggiatori è quella di spostarsi nei mesi più caldi sia poter vivere a pieno l'esperienza turistica sia per maggiori possibilità legate a ferie aziendali e alla cessazione della maggior parte degli impegni scolastici. Tuttavia, il trimestre non è stato considerato il più significativo solamente per quanto detto sopra, ma anche perché le politiche restrittive sugli spostamenti dei cittadini sono state significativamente alleviate sia nell'estate del 2020 che nell'estate del 2021.

Nonostante non si possa dire che le condizioni e la sicurezza dei viaggiatori siano state uguali in questi tre anni nel terzo trimestre, sicuramente per via delle minori restrizioni è il periodo dell'anno in cui si sono riscontrate meno differenze.

Regione	Prenotazioni Utenti Italiani	Prenotazioni Utenti Stranieri	% Prenotaz. Straniere/Tot.
Abruzzo	4.612	2.783	37,6%
Basilicata	2.197	2.293	51,1%
Calabria	3.295	3.979	54,7%
Campania	8.721	63.174	87,9%
Emilia-Romagna	8.959	24.099	72,9%
Friuli-Venezia Giulia	2.140	6.559	75,4%
Lazio	11.089	106.580	90,6%
Liguria	10.619	48.436	82,0%
Lombardia	11.964	87.731	88,0%
Marche	5.839	3.945	40,3%
Molise	397	217	35,3%
Piemonte	6.525	20.318	75,7%
Puglia	16.805	31.239	65,0%
Sardegna	16.245	45.788	73,8%
Sicilia	25.007	67.430	72,9%
Toscana	21.900	115.264	84,0%
Trentino-Alto Adige	4.360	10.999	71,6%
Umbria	3.819	6.375	62,5%
Valle d'Aosta	2.318	2.846	55,1%
Veneto	7.504	82.033	91,6%

Tabella 5.3: Matrice destinazione Regioni italiane, origine Italia – Estero 2019

In aggiunta al Veneto, Lazio, Lombardia e Toscana, regioni tipicamente amate dai turisti stranieri e fortemente visitate anche nel periodo estivo, grazie a poli di grandissimo interesse culturale e mondano si nota come regioni più legate ad un turismo estivo e quindi stagionale riportino elevati tassi di turisti stranieri.

Infatti, si evince dai dati come diverse regioni superano il 70% di prenotazioni effettuate da turisti stranieri. Questo dato è molto significativo di quanto sia importante

l'afflusso di visitatori non italiani per le strutture ricettive e quindi per l'economia stessa della nazione.

Importante notare come a regioni tipicamente visitate per la bellezza delle proprie spiagge e paesaggi marini come la Sardegna, la Sicilia, Campania e la Liguria si affiancano a livello di percentuale di utenti stranieri anche regioni come il Piemonte e il Trentino-Alto Adige in grado di attirare turisti senza poter beneficiare di zone costiere, ma grazie alla bellezza dei propri paesaggi di montagna e/o collinari come le Langhe per il Piemonte.

Si evidenzia come per i turisti italiani, la regione che ha raggiunto il maggior numero di prenotazioni è stata la Sicilia, seguita poi a debita distanza dalla Toscana e dalla Puglia.

Per quanto riguarda i viaggiatori stranieri, la regione che ha raccolto il numero di prenotazioni più alto è stata la Toscana, in grado di offrire sia importanti mete culturali, sia bellissimi paesaggi collinari e località balneari. La regione del centro Italia è stata seguita da Lazio e Veneto. Come anche descritto nei capitoli precedenti l'influsso di turisti stranieri nelle città di Roma e Venezia è stato davvero elevato nel 2019.

Regione	Prenotazioni Utenti Italiani	Prenotazioni Utenti Stranieri	% Prenotaz. Straniere/ Tot
Abruzzo	3.423	818	19,3%
Basilicata	1.564	659	29,6%
Calabria	2.242	909	28,8%
Campania	7.164	12.272	63,1%
Emilia-Romagna	4.571	5.471	54,5%
Friuli-Venezia Giulia	1.362	2.031	60,4%
Lazio	7.764	13.261	63,1%
Liguria	7.667	16.014	67,6%
Lombardia	5.708	22.653	80,0%
Marche	4.372	1.432	24,7%
Molise	360	56	13,3%

Piemonte	3.641	7.432	67,1%
Puglia	11.218	10.144	47,5%
Sardegna	9.842	13.211	57,3%
Sicilia	15.796	20.750	56,7%
Toscana	18.960	26.937	58,7%
Trentino-Alto Adige	3.826	4.860	55,9%
Umbria	3.863	1.846	32,4%
Valle d'Aosta	1.827	1.206	39,8%
Veneto	5.748	20.559	78,2%

Tabella 5.4: Matrice destinazione Regioni italiane, origine Italia – Estero 2020

Analizzando la matrice del 2020 e comparandola con quella dell'anno precedente si possono ottenere interessanti risultati sul flusso degli utenti stranieri ed italiani.

In valore assoluto, anche nel 2020, la Toscana è la regione con il più alto numero di prenotazioni effettuate da utenti stranieri, ma a differenza del 2019 la regione ha anche il più alto numero di prenotazioni di utenti italiani (nell'anno precedente era la Sicilia).

Al lato opposto della classifica si trova il Molise che, come nel 2019, ha il numero più basso di prenotazioni sia di utenti italiani che stranieri.

In media le prenotazioni di utenti stranieri sono diminuite del 71%, mentre le prenotazioni di utenti italiani sono diminuite del 28%. In linea con quanto scritto precedentemente e con il buon senso, questi dati confermano come l'impatto della pandemia è stato notevolmente più forte sulla componente di turismo straniera.

Il caso più eclatante è quello dell'Umbria, la regione infatti registra la maggior decrescita in termini percentuali dell'incidenza degli utenti stranieri sul totale, ben il 30% in meno. Il risultato però a differenza di quello che si potrebbe immaginare non è esclusivamente dovuto ad una forte decrescita dei turisti stranieri (-71% rispetto all'anno precedente), ma anche ad un aumento degli utenti italiani. La regione, infatti, non è solo l'unica ad essere riuscita a mantenere lo stesso flusso turistico dell'anno precedente di utenti italiani, ma è addirittura aumentato dell'1%.

Il Lazio invece, ha subito la più forte decrescita di prenotazioni effettuate da utenti stranieri, ovvero ben l'88% in meno rispetto al 2019, questo risultato ha inciso fortemente sulla variazione percentuale di utenti stranieri sul totale, causando una decrescita del 28% la seconda più alta tra tutte le regioni.

Importante notare come non tutte le regioni in maniera uniforme l'impatto della pandemia sull'abilità di attrarre turisti stranieri. Il Trentino Alto-Adige è stata la regione con la diminuzione inferiore di viaggiatori stranieri, solamente il 56%, seguita dal Piemonte (-63%) e dalle Marche (-64%).

La Lombardia è la regione che la variazione minima tra la percentuale di utenti stranieri nel 2019 e nel 2020 solamente l'8%, ma questo non è solo dovuto a una diminuzione minore della media (64% vs 71%) di utenti stranieri, ma anche a una diminuzione molto forte di utenti italiani, il 52% la più alta tra le regioni.

Regione	Prenotazioni Utenti Italiani	Prenotazioni Utenti Stranieri	% Prenotaz. Straniere/Tot
Abruzzo	3.205	1.364	29,3%
Basilicata	1.375	1.058	43,3%
Calabria	2.315	1.346	36,8%
Campania	6.286	23.975	79,2%
Emilia-Romagna	4.575	10.244	69,1%
Friuli-Venezia Giulia	1.346	2.915	68,4%
Lazio	6.874	28.664	80,7%
Liguria	6.655	23.698	78,1%
Lombardia	6.156	38.485	86,2%
Marche	4.005	2.057	33,9%
Molise	360	135	27,3%
Piemonte	3.522	10.970	75,7%
Puglia	10.607	17.424	62,2%
Sardegna	10.484	21.716	67,4%

Sicilia	17.171	31.729	64,5%
Toscana	16.246	48.040	74,7%
Trentino-Alto Adige	3.460	7.003	66,9%
Umbria	3.535	3.370	48,8%
Valle d'Aosta	1.655	1.549	48,3%
Veneto	5.655	31.682	84,9%

Tabella 5.5: Matrice destinazione Regioni italiane, origine Italia – Estero 2021

Dati assicuranti sulla ripresa del turismo in Italia, arrivano dall'analisi della matrice del terzo trimestre del 2021.

Analizzando i valori totali delle prenotazioni, si attesta una crescita significativa rispetto al 2020, pari al 39%. Importante notare come questa crescita sia principalmente dettata dalla forte spinta del turismo straniero, in grado di più che compensare la diminuzione di prenotazioni effettuate da utenti italiani.

Infatti, le prenotazioni effettuate da utenti italiani sono diminuite del 4% rispetto all'anno precedente, mentre quelle degli utenti stranieri sono aumentate del 68%.

Sono tre in particolare le regioni che si sono distinte per la crescita in percentuale di prenotazioni di utenti stranieri. Il Molise ha raggiunto una crescita del 141%, il Lazio del 116% e infine la Campania del 95%. Al lato opposto della graduatoria troviamo l'Umbria con una crescita del 28%, Il Friuli-Venezia Giulia, le Marche e il Trentino-Alto Adige tutte e tre con il 44%.

Ma queste percentuali possono essere fuorvianti come nel caso del Molise, in cui questa crescita vertiginosa è collegata a valori molto bassi del 2020, infatti la crescita in valore assoluto è la più bassa tra tutte le regioni, sono state registrate solamente 79 prenotazioni aggiuntive di utenti stranieri dell'arco del trimestre.

Come ormai noto, la Toscana è una regione molto solida per il settore turistico e anche nel 2021 si è distinta, come la regione con la più alta crescita di utenti stranieri in valore assoluta, ben 21 mila prenotazioni aggiuntive, ovvero il 78% in più dell'anno precedente. Al secondo e terzo posto si trovano la Lombardia e il Lazio entrambe con 15 mila prenotazioni aggiuntive di utenti stranieri.

Da questi dati sembrerebbe che le regioni con un flusso di stranieri molto elevato prima dello scoppio della pandemia e dei capoluoghi di provincia affermati a livello culturale siano state in grado di recuperare più velocemente dallo shock della domanda turistica. Ma in realtà confrontando la matrice del 2021 con quella del 2019 arriviamo a un'altra conclusione.

Il Lazio è la regione che più di tutte ha perso utenti stranieri sia in termini percentuali (-73%) che assoluti (quasi 78 mila prenotazioni). Tralasciando il caso della Calabria, che è la seconda regione con la diminuzione percentuale maggiore di utenti stranieri, ben il 66%, a seguire il Lazio si trovano la Campania con una diminuzione del 62%, il Veneto con una diminuzione del 61% e proprio la Toscana con una diminuzione del 58%, ma la seconda in valore assoluto, ben 67 mila prenotazioni in meno.

Significativi i Casi di Lombardia e Piemonte, che nonostante una diminuzione superiore del 40% delle prenotazioni effettuate su Airbnb nel terzo trimestre del 2019 e del 2021, hanno praticamente mantenuto lo stesso mix di prenotazioni ovvero 88% di utenti stranieri in Lombardia e 76% in Piemonte.

5.3 Matrice intra-regionale origine destinazione Italia

Questo paragrafo analizza nel dettaglio i flussi in entrata, flussi in uscita e flussi intra-regionali al fine di evidenziare possibili variazioni dei comportamenti dei viaggiatori italiani dovute ad un fattore esogeno come quello della pandemia COVID-19.

Nello specifico, sono state create delle matrici origine-destinazione che riportano tutte le regioni italiane sia sulle righe che sulle colonne e che riportano, all'interno delle celle, il numero di prenotazioni effettuate da una regione (riga) verso un'altra regione (colonna).

In primo luogo, sono state create tre matrici su base annuale per quantificare l'eventuale impatto della pandemia.

Analizzando tutto l'anno 2019 (pre COVID-19), la matrice origine-destinazione mostra che il numero totale di prenotazioni effettuate dagli Italiani per viaggiare all'interno del nostro Paese è 417.523.

In particolare, le regioni che hanno registrato il maggior numero di prenotazioni, sono state Toscana con 53.601 prenotazioni, Lombardia 52.523, Sicilia 39.165, Lazio 37.452, Emilia-Romagna 31.895.

Al contrario, le regioni con il minor flusso turistico sono state Molise 618, Basilicata 3.984 e Calabria 4.317.

Analizzando la matrice, inoltre, è possibile osservare che le regioni con il maggior numero di prenotanti (utenti che hanno effettuato una prenotazione) sono Lombardia con 102.006, Lazio con 55.916, Piemonte 48.260 e Emilia-Romagna 34.654; mentre le regioni con il minor numero di prenotanti sono Molise con 1.040, Valle D'Aosta 1.626 e Basilicata 1.634.

Per analizzare al meglio le prenotazioni nelle singole regioni, è necessario distinguere tra le prenotazioni effettuate dagli abitanti della stessa regione e quelle effettuate dai non residenti.

Nello specifico, osservando la diagonale della matrice si può identificare il numero di prenotazioni che sono state effettuate all'interno della stessa regione. Quindi, sottraendo al totale delle prenotazioni in una specifica regione, il valore della diagonale, si può ottenere il flusso turistico in entrata di una regione.

5.3.1 Flussi regionali in ingresso nel 2019

Per analizzare i flussi in ingresso, per ogni regione sono state quindi calcolate nella tabella sottostante:

- Flusso intra-regionale: prenotazioni effettuate all'interno della stessa regione;
- Flusso in ingresso: prenotazioni effettuate in una regione derivanti da altre regioni;
- Prenotazioni Totali: prenotazioni totali effettuate nella regione;
- % Flusso intra-regionale su Prenotazione Totali: rapporto tra Flusso intra-regionale e Prenotazioni Totali;
- % Flusso in entrata su Prenotazioni Totali: rapporto tra Flusso in entrata e Prenotazioni Totali.

Regione	Flusso intra-reg	Flusso in ingr.	Prenotazioni Tot	% intra-reg/Tot.	% in ingresso/Tot
Abruzzo	772	7.557	8.329	9,3%	90,7%
Basilicata	80	3.904	3.984	2,0%	98,0%
Calabria	431	3.886	4.317	10,0%	90,0%
Campania	3.667	18.623	22.290	16,5%	83,6%
Emilia-Romagna	4.877	27.018	31.895	15,3%	84,7%
Friuli-Venezia Giulia	591	5.095	5.686	10,4%	89,6%
Lazio	9.678	27.774	37.452	25,8%	74,2%
Liguria	1.319	22.916	24.235	5,4%	94,6%
Lombardia	16.375	36.148	52.523	31,2%	68,8%
Marche	600	8.721	9.321	6,4%	93,6%
Molise	28	590	618	4,5%	95,5%
Piemonte	6.972	20.262	27.234	25,6%	74,4%
Puglia	2.992	20.309	23.301	12,8%	87,2%
Sardegna	3.047	18.557	21.604	14,1%	85,9%

Sicilia	8.085	31.080	39.165	20,6%	79,4%
Toscana	9.403	44.198	53.601	17,5%	82,5%
Trentino-Alto Adige	329	10.592	10.921	3,0%	97,0%
Umbria	345	8.946	9.291	3,7%	96,3%
Valle d'Aosta	58	5.900	5.958	1,0%	99,0%
Veneto	3.913	21.885	25.798	15,1%	84,8%

Tabella 5.6: Flussi regionali in ingresso nel 2019

Come si può osservare dalla tabella, le regioni con la più alta percentuale di prenotazioni intra-regionali sono Lombardia con il 31,2%, Piemonte con il 25,6% e Lazio con il 25,8%.

Questa tendenza potrebbe far emergere le regioni con un maggior turismo lavorativo, soprattutto verso grandi centri urbani come Milano, Torino e Roma.

Al contrario, le regioni con la più bassa percentuale di turismo intra-regionale sono la Valle D'Aosta con l'1%, la Basilicata con il 2% e il Trentino-Alto Adige con il 3%.

Per analizzare, in valore assoluto, i flussi turistici in entrata di una regione, è necessario valutare la colonna "Flusso in entrata" della tabella. È interessante notare come le regioni con il maggior numero di prenotazioni esterne siano la Toscana con 44.198, Lombardia con 36.148, Sicilia con 31.080 e Lazio con 27.774. Quindi, escludendo le prenotazioni interne, le regioni con il maggior numero di prenotazioni rimangono quelle citate all'inizio del paragrafo (considerando, quindi, le prenotazioni totali).

Mentre, le regioni con i minori flussi turistici in entrata sono il Molise con 590, la Calabria 3.886, la Basilicata 3.904 e Friuli-Venezia Giulia con 5.095.

5.3.2 Flussi regionali in uscita nel 2019

Per analizzare i flussi in uscita, per ogni regione sono stati calcolati:

- Flusso intra-regionale: prenotazioni effettuate all'interno della stessa regione
- Flusso in uscita: prenotazioni effettuate da una regione verso altre regioni

- Prenotanti Totali: prenotazioni totali effettuate dai residenti di una regione
- % Flusso intra-regionale su Prenotanti Totali: rapporto tra Flusso intra-regionale e Prenotanti Totali
- % Flusso in uscita su Prenotanti Totali: rapporto tra Flusso in uscita e Prenotanti Totali

Regione	Flusso intra-reg	Flusso in uscita	Prenotanti Tot.	% intra-reg su Tot.	% in uscita su Tot.
Abruzzo	772	4.382	5.154	15%	85%
Basilicata	80	1.554	1.634	4,9%	95,1%
Calabria	431	3.443	3.874	11,1%	88,87%
Campania	3.667	16.892	20.559	17,8%	82,2%
Emilia-Romagna	4.877	29.777	34.654	14,1%	85,9%
Friuli-Venezia Giulia	591	6.438	7.029	8,4%	91,6%
Lazio	9.678	46.238	55.916	17,3%	82,7%
Liguria	1.319	11.474	12.793	10,3%	89,7%
Lombardia	16.375	85.631	102.006	16,1%	83,9%
Marche	600	6.979	7.579	7,9%	92,1%
Molise	28	1.012	1.040	2,7%	97,3%
Piemonte	6.972	41.288	48.260	14,5%	85,5%
Puglia	2.992	11.202	14.194	21,1%	78,9%
Sardegna	3.047	5.430	8.477	35,9%	64,1%
Sicilia	8.085	11.800	19.885	40,7%	59,3%
Toscana	9.403	24.109	33.512	28,1%	71,9%
Trentino-Alto Adige	329	4.698	5.027	6,5%	93,5%
Umbria	345	4.737	5.082	6,8%	93,2%
Valle d'Aosta	58	1.568	1.626	3,6%	96,4%
Veneto	3.913	25.309	29.222	13,4%	86,6%

Tabella 5.7: Flussi regionali in uscita nel 2019

Per quanto concerne il flusso turistico in uscita, le regioni con una percentuale maggiore di prenotazioni al di fuori dei propri confini sono il Molise con il 97,3%, la Valle d'Aosta con il 96,4% e la Basilicata con il 95,1%.

Mentre, le regioni con la più alta percentuale di turismo intra-regionale sono la Sicilia con il 40,7% di prenotazioni interne, la Sardegna con il 35,9% e la Toscana con il 28,1%.

Analizzando in valore assoluto i flussi turistici in uscita, le regioni che hanno i più alti valori sono la Lombardia con 85.631, il Lazio con 46.238 e il Piemonte con 41288.

Anche in questo caso, escludendo le prenotazioni interne, le regioni con il maggior numero di prenotanti restano le stesse di quelle citate all'inizio del paragrafo (considerando, quindi, i prenotanti totali).

Le regioni con il minor flusso turistico in uscita in valore assoluto, sono invece Molise con 1.012, Basilicata con 1.554 e Valle D'Aosta con 1.568. In questo caso le regioni che hanno un maggior flusso turistico in uscita a livello percentuale corrispondono alle regioni che hanno il minor flusso turistico in uscita in valore assoluto in quanto corrispondono alle regioni con il minor numero di prenotanti intra-regionali.

5.3.3 Flussi regionali in ingresso nel 2020

Il 2020 è caratterizzato dal più basso numero di prenotazioni sul territorio italiano, come peraltro immaginabile per via dell'enorme impatto che il COVID-19 ha avuto sulle abitudini dei viaggiatori.

Durante il corso dell'anno, infatti, il flusso di prenotazioni è stato quasi la metà rispetto all'anno precedente toccando una soglia di appena 200.000 prenotazioni. Del resto, le restrizioni imposte dal governo nel periodo della pandemia impedivano ogni spostamento e hanno fortemente influenzato questi numeri.

Si ricordano infatti le forti misure imposte che vietavano in un primo momento l'uscita dal proprio nucleo abitativo e successivamente l'allentamento di queste restrizioni vincolate comunque al suolo regionale.

In linea con quanto svolto per l'anno 2019 e per quanto sarà svolto per l'anno 2021, nel seguente paragrafo si riportano le regioni con numero di prenotazioni in ingresso e con il maggior numero di prenotazioni in uscita, successivamente verranno poi analizzati i flussi di prenotazione in entrata ed in uscita dalle regioni.

La regione con il più alto numero di prenotazioni si conferma essere la Toscana come per il 2019 (con 28.889 prenotazioni) e la regione con il maggior numero di utenti che effettuano prenotazioni, si conferma, allo stesso modo, essere la Lombardia (con 55.256).

Regione	Flusso intra-reg	Flusso in ingr.	Prenotazioni Tot	% intra-reg/Tot.	% in ingresso/Tot
Abruzzo	311	4.474	4.785	6,5%	93,5%
Basilicata	36	1.901	1.937	1,9%	98,1%
Calabria	143	2.336	2.479	5,8%	94,2%
Campania	1.760	9.102	10.862	16,2%	83,8%
Emilia-Romagna	2.309	9.384	11.693	19,7%	80,3%
Friuli-Venezia Giulia	368	2.251	2.619	14,1%	85,9%
Lazio	5.750	12.178	17.928	32,1%	67,9%
Liguria	783	11.483	12.266	6,4%	93,6%
Lombardia	8.463	10.649	19.112	44,3%	55,7%
Marche	240	5.199	5.439	4,4%	95,6%
Molise	15	408	423	3,5%	96,5%
Piemonte	3.606	6.903	10.509	34,3%	65,7%
Puglia	1.453	11.492	12.945	11,2%	88,8%
Sardegna	1.539	9.517	11.056	13,9%	86,1%
Sicilia	4.087	15.968	20.055	20,4%	79,6%
Toscana	5.001	23.888	28.889	17,3%	82,7%
Trentino-Alto Adige	175	6.700	6.875	2,5%	97,5%
Umbria	129	5.520	5.649	2,3%	97,7%

Valle d'Aosta	22	3.898	3.920	0,6%	99,4%
Veneto	2.484	10.048	12.532	19,8%	80,2%

Tabella 5.8: Flussi regionali in ingresso nel 2020

Analizzando i flussi di prenotazioni in entrata nelle varie regioni, si nota chiaramente come la tendenza degli utenti sia stata comunque di uscire dalla propria regione per recarsi in una regione esterna. Infatti, per la maggior parte delle regioni la percentuale di prenotazioni che vengono effettuate da clienti non appartenenti alla regione stessa è superiore all'80%, in molti casi questa supera anche il 90%. Fanno eccezione Piemonte, Lazio e Lombardia dove, la percentuale di prenotazioni derivante da regioni esterne è stata nettamente più bassa 66% e 68% per le prime due e addirittura il 56% per la Lombardia.

5.3.4 Flussi regionali in uscita nel 2020

Regione	Flusso intra-reg	Flusso in uscita	Prenotanti Tot	% intra-reg su Tot.	% in uscita su Tot.
Abruzzo	311	1.647	1.958	15,9%	84,1%
Basilicata	36	523	559	6,4%	93,6%
Calabria	143	1.045	1.188	12,0%	88,0%
Campania	1.760	6.730	8.490	20,7%	79,3%
Emilia-Romagna	2.309	15.152	17.461	13,2%	86,8%
Friuli-Venezia Giulia	368	2.890	3.258	11,3%	88,7%
Lazio	5.750	21.566	27.316	21,0%	79,0%
Liguria	783	5.534	6.317	12,4%	87,6%
Lombardia	8.463	46.793	55.256	15,3%	84,7%
Marche	240	3.030	3.270	7,3%	92,7%
Molise	15	317	332	4,5%	95,5%
Piemonte	3.606	21.241	24.847	14,5%	85,5%

Puglia	1.453	3.879	5.332	27,3%	72,7%
Sardegna	1.539	1.469	3.008	51,2%	48,8%
Sicilia	4.087	3.645	7.732	52,9%	47,1%
Toscana	5.001	10.618	15.619	32,0%	68,0%
Trentino-Alto Adige	175	2.148	2.323	7,5%	92,5%
Umbria	129	1.979	2.108	6,1%	93,9%
Valle d'Aosta	22	648	670	3,3%	96,7%
Veneto	2.484	12.445	14.929	16,6%	83,4%

Tabella 5.9: Flussi regionali in uscita nel 2020

Analizzando il comportamento degli utenti nella decisione di uscire dalla propria regione, le percentuali sono leggermente più basse. In diverse regioni, infatti gli utenti che rimangono all'interno del territorio rispetto a quelli che decidono di uscire sono un numero più bilanciato. L'esempio più significativo si può trovare per la Sicilia dove, sul totale delle prenotazioni degli utenti originari della regione, il 53% decide di rimanere internamente alla regione e per la Sardegna dove la percentuale scende al 51%.

L'analisi per l'anno 2020 si è poi concentrata sulle singole regioni e quale è stato per queste il numero massimo di prenotazioni durante l'anno e per quale regione, con lo scopo di evidenziare se le restrizioni imposte abbiano influenzato il comportamento degli utenti.

I dati evidenziano la tendenza degli utenti a ridurre gli spostamenti principalmente all'interno della propria regione o, al limite, in regioni adiacenti.

Regione	Numero massimo di prenotazioni	Destinazione
Abruzzo	311	Abruzzo
Basilicata	81	Puglia
Calabria	174	Sicilia
Campania	1.760	Campania

Emilia-Romagna	2.514	Toscana
Friuli-Venezia Giulia	454	Toscana
Lazio	5.750	Lazio
Liguria	941	Toscana
Lombardia	8.463	Lombardia
Marche	367	Toscana
Molise	43	Campania
Piemonte	3.606	Piemonte
Puglia	1.453	Puglia
Sardegna	1.539	Sardegna
Sicilia	4.087	Sicilia
Toscana	5.001	Toscana
Trentino-Alto Adige	349	Toscana
Umbria	320	Toscana
Valle d'Aosta	119	Liguria
Veneto	2.484	Veneto

Tabella 5.10: Massimi regionali nel 2020

La tabella mostra, per ogni singola regione, quale sia stata la destinazione che ha avuto il maggior numero di prenotazioni nell'anno. I dati sottolineano come gli utenti prediligano zone interne alla regione o, al più, limitrofe: 10 regioni su 20 detengono il massimo numero di prenotazioni all'interno della regione di analisi (ad esempio l'Abruzzo con un massimo di 311 prenotazioni indirizzate verso l'Abruzzo stesso), delle restanti, 7 regioni hanno un massimo in termini di prenotazioni nella regione adiacente e, infine, le uniche regioni che non seguono questo trend sono Friuli-Venezia Giulia, Trentino-Alto Adige e Valle d'Aosta prediligendo spostamenti rispettivamente verso Toscana, Toscana e Liguria.

Tuttavia, nonostante la convivenza con il COVID-19 e tutte le restrizioni imposte che impedivano gli spostamenti, questa tendenza non è caratteristica unicamente dell'anno impattato dalla pandemia. Osservando il 2019, infatti, si può notare che gli

utenti prediligevano gli spostamenti interni alla regione, come si può vedere dalla tabella 4.4.4.

Anche nel 2019 infatti 11 su 20 regioni presentano come destinazioni con il massimo numero di prenotazioni la regione stessa, 4 regioni la regione adiacente e le restanti 5 presentano il massimo numero di prenotazioni in regioni più distanti.

Regione	Numero massimo di prenotazioni	Destinazione
Abruzzo	772	Abruzzo
Basilicata	209	Puglia
Calabria	615	Lombardia
Campania	3.667	Campania
Emilia-Romagna	4.877	Emilia-Romagna
Friuli-Venezia Giulia	1.003	Lombardia
Lazio	9.678	Lazio
Liguria	1.782	Toscana
Lombardia	1.6375	Lombardia
Marche	971	Lombardia
Molise	153	Lazio
Piemonte	6.972	Piemonte
Puglia	2.992	Puglia
Sardegna	3.047	Sardegna
Sicilia	8.085	Sicilia
Toscana	9.403	Toscana
Trentino-Alto Adige	676	Lombardia
Umbria	696	Toscana
Valle d'Aosta	234	Liguria
Veneto	3.913	Veneto

Tabella 5.11: Massimi regionali nel 2019

Di seguito è riportata la stessa tabella anche per l'anno 2021:

Regione	Numero massimo di prenotazioni	Destinazione
Abruzzo	236	Abruzzo
Basilicata	77	Puglia
Calabria	173	Lombardia
Campania	1.507	Campania
Emilia-Romagna	2.492	Toscana
Friuli-Venezia Giulia	391	Veneto
Lazio	5.267	Lazio
Liguria	967	Toscana
Lombardia	8.413	Lombardia
Marche	340	Toscana
Molise	44	Lazio
Piemonte	3.358	Piemonte
Puglia	1.150	Puglia
Sardegna	1.273	Sardegna
Sicilia	3.284	Sicilia
Toscana	4.621	Toscana
Trentino-Alto Adige	341	Toscana
Umbria	288	Toscana
Valle d'Aosta	111	Liguria
Veneto	2.419	Veneto

Tabella 5.12: Massimi regionali nel 2021

Pertanto, analizzando questi primi dati è interessante notare come la manifestazione del COVID-19 abbia da un lato, fortemente diminuito il numero di utenti che utilizzano la piattaforma e automaticamente le prenotazioni, ma da un altro lato non ha modificato le abitudini delle persone che hanno continuato ad utilizzare il servizio, prediligendo la propria regione ed alcune regioni ricorrenti (Toscana, Lombardia...).

5.3.5 Flussi regionali in ingresso nel 2021

Il 2021 è stato l'ultimo anno oggetto di analisi e, come per il 2020, è fortemente influenzato dalle misure restrittive e dall'impatto che il COVID-19 ha avuto sulle abitudini dei viaggiatori. Infatti, nonostante nel 2021 le misure si siano alleviate le prenotazioni complessive durante l'anno sono state 202.644 di poco superiori a quelle del 2020.

Come per i precedenti anni, la regione con più prenotazioni risulta essere la Toscana con 27.915 utenti che soggiornano nella regione. Seguono la Toscana, la Sicilia e la Lombardia rispettivamente con 22.070 e 20.024 prenotazioni.

Mentre la regione con più prenotanti, anche nel caso del 2021, si conferma la Lombardia nella quale gli abitanti hanno effettuato 60.160 prenotazioni. Lazio e Piemonte vengono dopo con 28.399 e 26.673 prenotazioni.

Regione	Flusso intra-reg	Flusso in ingr.	Prenotazioni Tot	% intra-reg/Tot.	% in ingresso/Tot
Abruzzo	236	3.893	4.129	5,7%	94,3%
Basilicata	15	1.717	1.732	0,9%	99,1%
Calabria	121	2.448	2.569	4,7%	95,3%
Campania	1.507	9.007	10.514	14,3%	85,7%
Emilia-Romagna	2.021	9.319	11.340	17,8%	82,2%
Friuli-Venezia Giulia	325	2.152	2.477	13,1%	86,9%
Lazio	5.267	12.145	17.412	30,2%	69,8%
Liguria	824	12.046	12.870	6,4%	93,6%
Lombardia	8.413	11.611	20.024	42,0%	58,0%
Marche	211	4.984	5.195	4,1%	95,9%
Molise	9	449	458	2,0%	98,0%

Piemonte	3.358	7.446	10.804	31,1%	68,9%
Puglia	1.150	11.813	12.963	8,9%	91,1%
Sardegna	1.273	11.340	12.613	10,1%	89,9%
Sicilia	3.284	18.786	22.070	14,9%	85,1%
Toscana	4.621	23.294	27.915	16,6%	83,4%
Trentino-Alto Adige	158	5.448	5.606	2,8%	97,2%
Umbria	107	5.244	5.351	2,0%	98,0%
Valle d'Aosta	20	2.606	2.626	0,8%	99,2%
Veneto	2.419	11.557	13.976	17,3%	82,7%

Tabella 5.13: Flussi regionali in ingresso nel 2021

La tabella dei flussi turistici in entrata mostra che le regioni con la più alta percentuale di turisti che hanno viaggiato all'interno della propria regione rispetto al totale delle prenotazioni sono la Lombardia con il 42% di prenotazioni, il Piemonte con il 31% e il Lazio con il 30%. Mentre le regioni che registrano la più alta percentuale di flussi in entrata rispetto al totale delle prenotazioni sono la Basilicata e la Valle D'Aosta con il 99%, il Molise e l'Umbria con il 98%.

Per analizzare, in valore assoluto, i flussi turistici in entrata di una regione, è necessario valutare la colonna "Flusso in ingresso" della tabella. Le regioni che hanno i valori più alti di prenotazioni da regioni esterne, quindi senza considerare le prenotazioni derivanti da utenti appartenenti alla stessa regione, sono la Toscana con 23.294, la Sicilia con 18.786 e il Lazio con 12.145.

Le regioni con i minor flussi turistici in entrata, invece, sono il Molise con 449, la Basilicata con 1.717 e il Friuli-Venezia Giulia con 2.152.

5.3.6 Flussi regionali in uscita nel 2021

Per quanto riguarda la tabella dei flussi turistici in uscita, le regioni che percentualmente hanno più turismo verso altre regioni sono la Valle D'Aosta con il 98%, il Molise e la Basilicata con il 97%.

Mentre, i prenotanti che tendono a rimanere maggiormente all'interno della propria regione provengono dalla Sicilia con il 43%, dalla Sardegna con il 40% e dalla Toscana con il 28%.

Analizzando, invece, i flussi turistici in uscita in valore assoluto, le regioni con il più alto numero di prenotanti verso altre regioni sono la Lombardia con 51.747, il Piemonte con 23.315 e il Lazio con 23.132.

Mentre, le regioni che hanno, in valore assoluto i minori flussi turistici in uscita il Molise con 306, la Basilicata con 545 e la Valle D'Aosta con 783

Regione	Flusso intra-reg	Flusso in uscita	Prenotanti Tot	% intra-reg/Tot	% in uscita/Tot
Abruzzo	236	1.704	1.940	12,2%	87,8%
Basilicata	15	545	560	2,7%	97,3%
Calabria	121	1.093	1.214	10,0%	90,0%
Campania	1.507	6.528	8.035	18,8%	81,2%
Emilia-Romagna	2.021	16.060	18.081	11,2%	88,8%
Friuli-Venezia Giulia	325	3.181	3.506	9,3%	90,7%
Lazio	5.267	23.132	28.399	18,5%	81,5%
Liguria	824	5.767	6.591	12,5%	87,5%
Lombardia	8.413	51.747	60.160	14,0%	86,0%
Marche	211	2.868	3.079	6,9%	93,1%
Molise	9	306	315	2,9%	97,1%
Piemonte	3.358	23.315	26.673	12,6%	87,4%
Puglia	1.150	4.093	5.243	21,9%	78,1%
Sardegna	1.273	1.900	3.173	40,1%	59,9%
Sicilia	3.284	4.421	7.705	42,6%	57,4%
Toscana	4.621	11.748	16.369	28,2%	71,8%
Trentino-Alto Adige	158	2.486	2.644	6,0%	94,0%
Umbria	107	2.129	2.236	4,8%	95,2%

Valle d'Aosta	20	783	803	2,5%	97,5%
Veneto	2.419	12.779	15.198	15,9%	84,1%

Tabella 5.14: Flussi regionali in uscita nel 2021

6. Conclusioni

In questo capitolo finale della dissertazione verranno espone in maniere aggregata le conclusioni principali evidenziate nei paragrafi precedenti, fornendo tabelle uniche per argomento nei tre anni analizzati.

Nella prima sezione viene ripresa l'analisi sul numero totale di prenotazioni e sulla provenienza degli utenti dividendoli solamente in due categorie: utenti italiani e utenti stranieri.

I risultati esposti nella tabella 6.1, come precedentemente scritto mostrano una tendenza fortemente negativa di diminuzione delle prenotazioni nel 2020 rispetto al 2019, in particolare molte delle prenotazioni mancanti rispetto all'anno precedente sono attribuibili alla mancanza di turisti stranieri come visibile anche dalla diminuzione della percentuale di utenti stranieri in tutte le regioni italiane.

Regione	2019		2020		2021	
	Prenotazioni Tot	% Prenotaz. Straniere/Tot.	Prenotazioni Tot	% Prenotaz. Straniere/ Tot	Prenotazioni Tot	% Prenotaz. Straniere/Tot
Abruzzo	7.395	37,6%	4.241	19,3%	4.569	29,3%
Basilicata	4.490	51,1%	2.223	29,6%	2.433	43,3%
Calabria	7.274	54,7%	3.151	28,8%	3.661	36,8%
Campania	71.895	87,9%	19.436	63,1%	30.261	79,2%
Emilia-Romagna	33.058	72,9%	10.042	54,5%	14.819	69,1%
Friuli-Venezia Giulia	8.699	75,4%	3.393	60,4%	4.261	68,4%
Lazio	117.669	90,6%	21.025	63,1%	35.538	80,7%
Liguria	59.055	82,0%	23.681	67,6%	30.353	78,1%
Lombardia	99.695	88,0%	28.361	80,0%	44.641	86,2%
Marche	9.784	40,3%	5.804	24,7%	6.062	33,9%
Molise	614	35,3%	416	13,3%	495	27,3%
Piemonte	26.843	75,7%	11.073	67,1%	14.492	75,7%

Puglia	48.044	65,0%	21.362	47,5%	28.031	62,2%
Sardegna	62.033	73,8%	23.053	57,3%	32.200	67,4%
Sicilia	92.437	72,9%	36.546	56,7%	48.900	64,5%
Toscana	137.164	84,0%	45.897	58,7%	64.286	74,7%
Trentino-Alto Adige	15.359	71,6%	8.686	55,9%	10.463	66,9%
Umbria	10.194	62,5%	5.709	32,4%	6.905	48,8%
Valle d'Aosta	5.164	55,1%	3.033	39,8%	3.204	48,3%
Veneto	89.537	91,6%	26.307	78,2%	37.337	84,9%

Tabella 6.1: Prenotazioni Italia Estero 2019,2020 e 2021

La Lombardia è la regione che è riuscita a mantenere più costante il rapporto tra utenti italiani e stranieri, nonostante una fortissima diminuzione delle prenotazioni totali (-72% nel 2020 rispetto al 2019).

L'Umbria è stata la regione con il più alto impatto per quanto riguarda la perdita percentuale di turisti stranieri passando da 62,5% a 32,4%, mentre l'impatto in valore assoluto più elevato è stato in Lazio con più di 90 mila prenotazioni di utenti stranieri perse nel 2020.

Nel 2021, la tendenza mostra un recupero sostanziale rispetto al 2020, avvicinandosi in alcune regioni ai valori precedenti alla pandemia, ma non mostra ancora una ripresa piena dell'attività turistica.

In valore assoluto la ripresa si manifesta in maniera più spinta in Toscana, con un incremento di più di 18 mila prenotazioni rispetto al 2020 (in valore percentuale pari al 40%), mentre in valore percentuale la regione che ha meglio performato è stata il Lazio con una crescita del 69% (in valore assoluto 14 mila prenotazioni).

Questa forte crescita nella regione Lazio è in parte dovuta a un netto miglioramento delle prenotazioni effettuate da utenti stranieri che sono passate da essere solamente il 63% nel 2020 a raggiungere l'80% nel 2021.

È curioso come l'unica regione in grado di recuperare la percentuale di turisti stranieri sul totale sia stata il Piemonte, nonostante la diminuzione delle prenotazioni totali intercorse del 2019 al 2021.

Nella seconda sezione, viene ripresa l'analisi sui flussi in ingresso all'interno delle singole regioni italiane nei tre anni di riferimento.

Regione	2019			2020			2021		
	Prenotazioni Tot	% intra-reg/Tot.	% in ingresso/Tot	Prenotazioni Tot	% intra-reg/Tot.	% in ingresso/Tot	Prenotazioni Tot	% intra-reg/Tot.	% in ingresso/Tot
Abruzzo	8.329	9,3%	90,7%	4.785	6,5%	93,5%	4.129	5,7%	94,3%
Basilicata	3.984	2,0%	98,0%	1.937	1,9%	98,1%	1.732	0,9%	99,1%
Calabria	4.317	10,0%	90,0%	2.479	5,8%	94,2%	2.569	4,7%	95,3%
Campania	22.290	16,5%	83,6%	10.862	16,2%	83,8%	10.514	14,3%	85,7%
Emilia-Romagna	31.895	15,3%	84,7%	11.693	19,7%	80,3%	11.340	17,8%	82,2%
Friuli-Venezia Giulia	5.686	10,4%	89,6%	2.619	14,1%	85,9%	2.477	13,1%	86,9%
Lazio	37.452	25,8%	74,2%	17.928	32,1%	67,9%	17.412	30,2%	69,8%
Liguria	24.235	5,4%	94,6%	12.266	6,4%	93,6%	12.870	6,4%	93,6%
Lombardia	52.523	31,2%	68,8%	19.112	44,3%	55,7%	20.024	42,0%	58,0%
Marche	9.321	6,4%	93,6%	5.439	4,4%	95,6%	5.195	4,1%	95,9%
Molise	618	4,5%	95,5%	423	3,5%	96,5%	458	2,0%	98,0%
Piemonte	27.234	25,6%	74,4%	10.509	34,3%	65,7%	10.804	31,1%	68,9%
Puglia	23.301	12,8%	87,2%	12.945	11,2%	88,8%	12.963	8,9%	91,1%
Sardegna	21.604	14,1%	85,9%	11.056	13,9%	86,1%	12.613	10,1%	89,9%
Sicilia	39.165	20,6%	79,4%	20.055	20,4%	79,6%	22.070	14,9%	85,1%
Toscana	53.601	17,5%	82,5%	28.889	17,3%	82,7%	27.915	16,6%	83,4%
Trentino-Alto Adige	10.921	3,0%	97,0%	6.875	2,5%	97,5%	5.606	2,8%	97,2%
Umbria	9.291	3,7%	96,3%	5.649	2,3%	97,7%	5.351	2,0%	98,0%
Valle d'Aosta	5.958	1,0%	99,0%	3.920	0,6%	99,4%	2.626	0,8%	99,2%
Veneto	25.798	15,1%	84,8%	12.532	19,8%	80,2%	13.976	17,3%	82,7%

Tabella 6.2: Flussi regionali in ingresso 2019,2020 e 2021

Osservando la Tabella 6.2, si può notare come la regione con la più alta percentuale di turismo intra-regionale sia la Lombardia per tutti e tre gli anni analizzati.

Invece, la regione con la più bassa percentuale di turismo intra-regionale sia la Valle D'Aosta in tutti e tre gli anni sotto analisi.

Analizzando la percentuale di prenotazioni intra-regionale nel 2019 e nel 2020, è evidente come questo dato sia aumentato per 7 regioni: Emilia-Romagna, Friuli-Venezia Giulia, Lazio, Liguria, Lombardia, Piemonte e Veneto.

Le regioni che hanno registrato la maggior crescita (in punti percentuali) sono state la Lombardia con 13,1, Piemonte con 8,7 e Lazio con 6,3.

È particolare notare come questa tendenza a viaggiare all'interno della propria regione sia aumentata nel 2020 soprattutto per regioni del Centro-Nord, mentre si nota una tendenza in diminuzione per le regioni del Sud.

Nello specifico, le regioni che hanno registrato la maggior decrescita sono state la Calabria con la perdita di 4,2 punti percentuali, seguita da Abruzzo con 2,8 punti percentuali e Marche con 2 punti percentuali.

Complessivamente, sommando le variazioni in punti percentuali di tutte le regioni italiane si ha comunque un aumento di 22,3 del turismo intra-regionale sicuramente dovuto allo scoppiare della pandemia COVID-19 e le conseguenti restrizioni imposte ai cittadini.

Tra il 2020 e il 2021, il trend positivo delle 7 regioni citate si è invertito per tutte tranne la Liguria che ha continuato ad aumentare la percentuale di prenotazioni intra-regionali. Oltre alla Liguria, solamente Trentino Alto-Adige e Valle D'Aosta hanno registrato un lievissimo aumento percentuale delle prenotazioni, mentre le restanti 17 regioni hanno mostrato una diminuzione percentuale tra i due anni citati.

In particolare, tra le regioni che hanno mostrato una diminuzione percentuale quelle che hanno registrato la maggior decrescita in punti percentuali sono la Sicilia con 5,5, la Sardegna con 3,8 e Piemonte con 3,2.

In generale, le variazioni in punti percentuali tra 2020 e 2021 mostrano una tendenza completamente opposta rispetto a 2019 e 2020. In particolare, sommando le variazioni in punti percentuali di tutte le regioni italiane si ha una diminuzione del 31,5 del turismo

intra-regionale in corrispondenza all'allentamento delle misure restrittive imposte dal governo.

Conseguentemente all'analisi sui flussi in entrata, in questa sezione verranno analizzati i flussi in uscita dalle regioni italiane.

Regione	2019			2020			2021		
	Prenotanti Tot.	% intra-reg su Tot.	% in uscita su Tot.	Prenotanti Tot.	% intra-reg su Tot.	% in uscita su Tot.	Prenotanti Tot.	% intra-reg/Tot.	% in uscita/Tot.
Abruzzo	5.154	15,0%	85,0%	1.958	15,9%	84,1%	1.940	12,2%	87,80%
Basilicata	1.634	4,9%	95,1%	559	6,4%	93,6%	560	2,7%	97,30%
Calabria	3.874	11,1%	88,8%	1.188	12,0%	88,0%	1.214	10,0%	90,00%
Campania	20.559	17,8%	82,2%	8.490	20,7%	79,3%	8.035	18,8%	81,20%
Emilia-Romagna	34.654	14,1%	85,9%	17.461	13,2%	86,8%	18.081	11,20%	88,80%
Friuli-Venezia Giulia	7.029	8,4%	91,6%	3.258	11,3%	88,7%	3.506	9,30%	90,70%
Lazio	55.916	17,3%	82,7%	27.316	21,0%	79,0%	28.399	18,50%	81,50%
Liguria	12.793	10,3%	89,7%	6.317	12,4%	87,6%	6.591	12,50%	87,50%
Lombardia	102.006	16,1%	83,9%	55.256	15,3%	84,7%	60.160	14,00%	86,00%
Marche	7.579	7,9%	92,1%	3.270	7,3%	92,7%	3.079	6,90%	93,10%
Molise	1040	2,7%	97,3%	332	4,5%	95,5%	315	2,90%	97,10%
Piemonte	48.260	14,5%	85,5%	24.847	14,5%	85,5%	26.673	12,60%	87,40%
Puglia	14.194	21,1%	78,9%	5.332	27,3%	72,7%	5.243	21,90%	78,10%
Sardegna	8.477	35,9%	64,1%	3.008	51,2%	48,8%	3.173	40,10%	59,90%
Sicilia	19.885	40,7%	59,3%	7.732	52,9%	47,1%	7.705	42,60%	57,40%
Toscana	33.512	28,1%	71,9%	15.619	32,0%	68,0%	16.369	28,20%	71,80%
Trentino-Alto Adige	5.027	6,5%	93,5%	2.323	7,5%	92,5%	2.644	6,00%	94,00%
Umbria	5.082	6,8%	93,2%	2.108	6,1%	93,9%	2.236	4,80%	95,20%
Valle d'Aosta	1.626	3,6%	96,4%	670	3,3%	96,7%	803	2,50%	97,50%
Veneto	29.222	13,4%	86,6%	14.929	16,6%	83,4%	15.198	15,90%	84,10%

Tabella 6.3: Flussi regionali in uscita 2019,2020 e 2021

Nella Tabella 6.3 vengono riportati i dati relativi agli spostamenti extra-regionali seguendo l'impostazione della tabella precedente, dall'analisi emerge come la regione con la più alta percentuale di utenti di una che hanno effettuato prenotazioni all'interno della regione stessa è Sicilia in tutti e tre gli anni di riferimento.

Viceversa, la regione con la più bassa percentuale di flusso turistico rivolto alla regione stessa nel 2019 è stato il Molise, mentre successivamente è stata la Valle D'Aosta sia nel 2020 che nel 2021.

Il trend emerso nella tabella 6.2, viene correttamente confermato anche nella tabella 6.3, con ben 15 regioni che hanno registrato un aumento del flusso di prenotazioni intra-regionali. In particolare, questo fenomeno nel 2020 è stato particolarmente forte nelle Isole che hanno registrato le crescite in punti percentuali maggiori tra tutte le regioni, seguite dalla Puglia.

Nel dettaglio in Sardegna le prenotazioni sono cresciute di 15,3 punti percentuali, in Sicilia di 12,2 punti percentuali e in Puglia di 6,2 punti percentuali.

Il trend di aumento di prenotazioni intra-regionali si è riversato dal 2020 al 2021, con una diminuzione della percentuale in ben diciannove regioni con un'unica eccezione, la Liguria, a supporto di quanto dimostrato precedentemente.

In contrasto con quanto emerso nel 2020, le stesse tre regioni Sicilia, Sardegna e Puglia sono quelle con la maggior diminuzione di flusso turistico intra-regionale nel 2021.

Complessivamente tra il 2019 e il 2020 gli utenti che hanno effettuato prenotazioni intra-regionali sono cresciuti di 55,2 punti percentuali, mentre tra il 2020 e il 2021 sono diminuiti di 57,8 punti percentuali.

Nell'ultima sezione, viene ripresa l'analisi sul massimo numero di prenotazioni nei tre anni di riferimento.

Regione	2019		2020		2021	
	Numero massimo di prenotazioni	Destinazione	Numero massimo di prenotazioni	Destinazione	Numero massimo di prenotazioni	Destinazione
Abruzzo	772	Abruzzo	311	Abruzzo	236	Abruzzo
Basilicata	209	Puglia	81	Puglia	77	Puglia
Calabria	615	Lombardia	174	Sicilia	173	Lombardia
Campania	3667	Campania	1760	Campania	1507	Campania
Emilia-Romagna	4877	Emilia-Romagna	2514	Toscana	2492	Toscana
Friuli-Venezia Giulia	1003	Lombardia	454	Toscana	391	Veneto
Lazio	9678	Lazio	5750	Lazio	5267	Lazio
Liguria	1782	Toscana	941	Toscana	967	Toscana
Lombardia	16375	Lombardia	8463	Lombardia	8413	Lombardia
Marche	971	Lombardia	367	Toscana	340	Toscana
Molise	153	Lazio	43	Campania	44	Lazio
Piemonte	6972	Piemonte	3606	Piemonte	3358	Piemonte
Puglia	2992	Puglia	1453	Puglia	1150	Puglia
Sardegna	3047	Sardegna	1539	Sardegna	1273	Sardegna
Sicilia	8085	Sicilia	4087	Sicilia	3284	Sicilia
Toscana	9403	Toscana	5001	Toscana	4621	Toscana
Trentino-Alto Adige	676	Lombardia	349	Toscana	341	Toscana
Umbria	696	Toscana	320	Toscana	288	Toscana
Valle d'Aosta	234	Liguria	119	Liguria	111	Liguria
Veneto	3913	Veneto	2484	Veneto	2419	Veneto

Tabella 6.4: Massimi regionali 2019,2020 e 2021

La tabella mostra la regione preferita dai viaggiatori di ciascuna delle venti regioni Italiane, in modo da mostrare come la pandemia abbia influenzato le preferenze di questi.

Per alcune regioni, il massimo di prenotazioni si raggiunge nella stessa regione in tutti e tre gli anni analizzati, in particolare si evidenzia questo fenomeno in Abruzzo,

Campania, Lazio, Lombardia, Piemonte, Puglia, Sardegna, Sicilia, Toscana e Veneto. La conclusione è che in alcune regioni gli utenti di Airbnb prediligono utilizzare la piattaforma per spostamenti a corto raggio. In particolare, le Isole si distinguono per questa caratteristica.

In aggiunta alle Isole, si può notare come una maggior percentuale di utenti che effettuano prenotazioni intra-regionali quando appartengono a regioni con un elevato numero di mete turistiche o di città metropolitane che attraggono gli utenti per motivi di studio, lavoro o in maniera più ampia per maggiori opportunità del settore terziario. Quanto sopra si riferisce alla Lombardia, Lazio, Piemonte, Campania, Veneto, Puglia e Abruzzo. Questo forte attrazione dei viaggiatori intra-regionali non è stata frenata nemmeno dal fenomeno della pandemia. Nonostante in alcuni dei casi sopra elencati, le restrizioni e successivamente la rimozione di queste hanno influenzato la magnitudo di questi spostamenti. È curioso evidenziare come dal 2019 al 2020 ci sia stata una forte riduzione del numero di viaggiatori intra-regionali e come in tutti i casi ci sia stata un'ulteriore riduzione delle prenotazioni nel 2021 rispetto al 2020.

Questi dati sembrano essere legati all'alleggerimento delle restrizioni sui movimenti extra-regionali e ad una maggiore confidenza dei viaggiatori a prenotare al di fuori della regione.

In aggiunta alle regioni in cui i massimi sono stati in tutti e tre gli anni intra-regionali, si aggiunge un'altra classe di regioni caratterizzate da una costante preferenza degli utenti e viaggiatori nei confronti di una stessa regione differente da quella di provenienza. Basilicata (Puglia), Liguria (Toscana), Marche (Toscana), Umbria (Toscana) e Valle d'Aosta (Liguria) sono le regioni in questione, si nota subito come la regione di provenienza e quella di destinazioni siano sempre collegate da brevi distanze facilmente percorribili con l'ausilio di mezzi di trasporto pubblici e autoveicoli. Anche per questa classe di regioni si evidenzia una forte diminuzione dal 2019 al 2020 e successivamente dal 2020 al 2021. L'unica eccezione è stata Liguria, in quanto tranne i viaggiatori provenienti dalla regione hanno effettuato più prenotazioni in Toscana nel 2021 rispetto al 2020.

Infine, la terza classe di regioni è composta da quelle in cui i viaggiatori non hanno scelto la stessa destinazione nei tre anni analizzati, quindi è possibile concludere che la pandemia abbia avuto un impatto superiore nella scelta delle destinazioni. Queste

regioni sono la Calabria, L'Emilia Romagna, il Friuli Venezia Giulia, il Molise ed il Trentino Alto Adige.

Particolare è il caso della Calabria, in cui nel 2019 la destinazione preferita era la Lombardia, mentre nel 2020 è stata la Sicilia per tornare nuovamente in Lombardia nel 2021. Dai dati sul 2020, si può dedurre che gli spostamenti dalla Calabria verso il Nord Italia siano stati difficoltosi; pertanto, i calabresi hanno scelto di viaggiare maggiormente verso regioni limitrofe, complice la probabile presenza di studenti fuori sede che hanno scelto di rimanere nella propria regione di origine per seguire le lezioni on-line e lavoratori in smart-working.

È interessante inoltre sottolineare come sia per i viaggiatori dell'Emilia Romagna sia per quelli del Trentino Alto Adige, la regione che ha raccolto il maggior numero di prenotazioni dopo l'avvento della Pandemia sia stata la Toscana. Proprio quest'ultima è quella che più volte compare come maggiormente visitata dai viaggiatori della stessa regione sia nel 2020 che nel 2021, mentre nel 2019 era stata la Lombardia.

Per concludere, l'andamento delle prenotazioni durante gli anni ha chiaramente subito una forte diminuzione per via dell'arrivo della pandemia COVID-19. I numeri, come evidenziato in questo elaborato, mostrano una drastica discesa dal 2019 al 2020 per tutte le regioni italiane per poi subire una lieve ripresa nel corso dell'anno 2021.

La composizione del turismo in Italia, sulla base dei dati forniti, è per la maggior parte caratterizzata da utenti stranieri e questi sono stati un fattore determinante nell'evolversi dell'andamento studiato, influenzando le prenotazioni nel corso del 2020 per via dell'impossibilità di raggiungere il suolo italiano a causa dei periodi di chiusura del Paese che sono stati imposti durante l'anno. Infatti, le prenotazioni degli utenti stranieri sono diminuite passando da una media per regione del 68% nel 2019 ad una media del 49% nel 2020 per poi subire una ripresa che ha raggiunto una media del 61% nel 2021.

Analizzando nel dettaglio il turismo esclusivamente italiano, l'impatto della pandemia ha incentivato gli utenti italiani a viaggiare maggiormente all'interno delle proprie regioni. Infatti, il flusso di prenotazioni intra-regionali dal 2019 al 2020 è aumentato di 22,3 punti percentuali a conferma delle restrizioni regionali imposte.

Nel 2021 invece, con l'allentamento delle misure restrittive, i dati confermano una diminuzione del turismo intra-regionale (31,5 punti percentuali dal 2020 al 2021).

Gli anni analizzati in questo elaborato evidenziano il forte impatto che ha subito il turismo italiano. A partire dal 2020 le perdite di prenotazioni del settore sono state notevoli e la ripresa del 2021 non è stata affatto sufficiente a raggiungere i livelli pre pandemici. Sarà interessante capire se gli anni successivi abbiano maggior contributo alla ripresa o come gli effetti della pandemia si ripercuoteranno sul comportamento e sulle scelte degli utenti.

Bibliografia

Andrea Petrella e Roberto Torrini, Guglielmo Barone, Enrico Beretta, Emanuele Breda, Rita Cappariello, Giuseppe Ciaccio, Laura Conti, Francesco David, Petra Degasperi, Angela Di Gioia, Alberto Felettigh, Andrea Filippone, Giovanna Firpo, Massimo Gallo, Paolo Guitini, Giulio Papini, Patrizia Passiglia, Fabio Quintiliani, Giacomo Roma, Valentina Romano e Diego Scalise, “Turismo in Italia: numeri e potenziale di sviluppo” *Questioni di Economia e Finanza (Occasional Papers)* 505

Della Corte, Valerio, Claudio Doria, and Giacomo Oddo, “The impact of Covid-19 on international tourism flows to Italy: evidence from mobile phone data,” *Questioni di Economia e Finanza (Occasional Papers)* 647, Bank of Italy, Economic Research and International Relations Area October 2021.

Farzanegan, Mohammad Reza, Hassan F Gholipour, Mehdi Feizi, Robin Nunkoo, and Amir Eslami Andargoli, “International tourism and outbreak of coronavirus (Covid19): A cross-country analysis,” *Journal of Travel Research*, 2021, 60 (3), 687–692.

Gössling, Stefan, Daniel Scott, and C Michael Hall, “Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of Covid-19,” *Journal of Sustainable Tourism*, 2020, 29 (1), 1–20

Ugur, N. G. and A. Akbiyik ~ (2020): “Impacts of Covid-19 on global tourism industry: A cross-regional comparison,” *Tourism Management Perspectives*, 36, 100744.

Maggie R. Hu, Adrian D. Lee, “Airbnb, COVID- 19 Risk and Lockdowns: Local and Global Evidence”, 2020.

Francesco Luigi Milone, Ulrich Gunter, Bozana Zekan, “The pricing of European airbnb listings during the pandemic: A difference-in-differences approach employing COVID-19 response strategies as a continuous treatment”, *Tourism Management*, Volume 97, 2023, 104738.

Boros, Lajos, Gábor Dudás, and Tamás Kovalcsik, “The effects of Covid-19 on Airbnb,” *Hungarian Geographical Bulletin*, 2020, 69 (4), 363–381.

Hossain, Mokter, “The effect of the Covid-19 on sharing economy activities,” Journal of Cleaner Production, 2021, 280, 124782.

Elisa Guglielminetti, Michele Loberto and Alessandro Mistretta “The impact of Covid-19 on the european short-term rental market”, Temi di discussione (Working Papers) 1379, Bank of Italy, 2022,1-49

Parsons, Jim “Remix: Making Art and Commerce Thrive in the Hybrid Economy”, Journal of Teaching and Learning, 2010

Cristina Demma, “Il Settore Turistico e la Pandemia di Covid-19”, Banca D’Italia, 2021

Silvia Angeloni, “L’impatto del Covid-19 sul turismo in Italia: passato, presente e futuro”, Electronic Journal of Managment, 2021

Maria Teresa Santoro, Mascia Di Torrice, “Turismo: la forte ripresa nei primi nove mesi del 2022 non recupera i valori pre-Covid”, Istat, 2022

Matofska, Benita & Sheinwald, Sophie, “What Is The Sharing Economy?” 16-24. 10, 2022

Anna Felländer, Claire Ingram, Robin Teigland , “The sharing economy embracing change with caution”, 2015

Kumar, Vanktesh & Lahiri, Avishek & Dogan, Orhan, “A strategic framework for a profitable business model in the sharing economy”, Industrial Marketing Management. 69, 2017.

Ritter, Martin & Schanz, Heiner, “The sharing economy: A comprehensive business model framework”. Journal of Cleaner Production. 213, 2018.

Airbnb.com. <https://www.airbnb.com/about/about-us>

Matthew Kurtz In focus: Airbnb’s inroads into the hotel industry, HVS, Houston, TX 2014.

Airbnb (2020). A Message from Co-Founder and CEO Brian Chesky.
<https://news.airbnb.com/a-message-from-co-founder-and-ceo-brianchesky>.

Zervas, Georgios & Proserpio, Davide & Byers, John, The Impact of the Sharing Economy on the Hotel Industry, 2015

Cristina Capineri, Antonello Romano, The platformization of tourism: from accommodation to Experiences, *Digital Geography and Society*, Volume 2, 2021.

Nhamo, Godwell & Dube, Kaitano & Chikodzi, David, “Counting the Cost of COVID-19 on the Global Tourism Industry”, 2020

Nieuwland, Shirley & Melik, Rianne, “Regulating Airbnb: how cities deal with perceived negative externalities of short-term rentals”, *Current Issues in Tourism*, 23, 2018

Hans R.A. Koster, Jos van Ommeren, Nicolas Volkhausen, “Short-term rentals and the housing market: Quasi-experimental evidence from Airbnb in Los Angeles”, *Journal of Urban Economics*, Volume 124, 2021.

CNBC, “*Airbnb’s growth is slowing because it’s being hit by regulation, UBS says*”, 13 Aprile 2017. <https://www.cnn.com/2017/04/13/airbnb-growth-slowing-regulation-ubs.html>

AGI, *Conseguenze Covid sul turismo italiano*. 27 Febbraio 2021. <https://www.agi.it/economia/news/2021-02-27/conseguenze-covidturismo-italiano-11572892/>

Hintown, “*Italia terza al mondo per annunci su Airbnb.*” (n.d.). <https://hintown.com/affitto-breve/italia-terza-annunci-airbnb/>

Oskam, Jeroen, “Airbnb or Networked Hospitality Businesses: Between Innovation and Commercialization”. *A Research Agenda*, 2016.

Appendice

Matrici regioni Italia – Italia 2019:

Regioni	Abruzzo	Basilicata	Calabria	Campania	Emilia-Romagna	Friuli Venezia Giulia	Lazio	Liguria	Lombardia	Marche	Molise	Piemonte	Puglia	Sardegna	Sicilia	Toscana	Trentino-Alto Adige	Umbria	Valle d'Aosta	Veneto	Totale complessivo
Abruzzo	772	52	50	268	541	25	566	83	603	208	14	231	418	139	296	409	65	139	23	252	5154
Basilicata	52	80	56	154	152	19	194	24	199	22	2	104	209	36	121	106	13	25	6	60	1634
Calabria	51	44	431	300	302	40	509	88	615	26	3	209	204	38	405	284	37	80	10	198	3874
Campania	749	371	495	3667	1242	152	2619	381	2134	229	84	831	1856	566	1725	1891	193	496	41	837	20559
Emilia-Romagna	670	323	306	1574	4877	518	2347	1384	3831	1320	63	1766	1905	1956	2532	4485	1696	771	299	2031	34654
Friuli-Venezia Giulia	61	58	48	279	662	591	566	163	1003	121	7	404	316	300	548	728	213	132	27	802	7029
Lazio	2152	620	741	3760	3656	568	9678	1283	6278	1093	79	2471	3303	2191	4768	7147	1036	1993	365	2734	55916
Liguria	71	78	83	412	836	136	847	1319	1631	145	10	1712	449	626	812	1782	274	212	688	670	12793
Lombardia	1328	895	728	4161	6978	1332	6582	9663	16375	2350	120	5579	4806	5877	8626	13174	3121	1785	2326	6200	102006
Marche	226	90	60	303	870	92	735	139	971	600	22	413	469	261	514	765	227	291	30	501	7579
Molise	90	7	8	70	118	11	153	19	107	30	28	60	112	13	46	78	13	39	4	34	1040
Piemonte	497	398	309	1942	3374	544	2837	6409	4776	863	41	6972	1926	2348	3691	5469	775	769	1458	2842	48260
Puglia	452	218	210	918	1317	154	1595	257	1826	263	47	822	2992	158	709	1035	194	303	57	667	14194
Sardegna	33	38	23	269	513	76	671	164	1110	47	3	574	165	3047	351	676	94	94	45	484	8477
Sicilia	122	132	267	789	1060	158	1814	370	2350	122	8	1127	596	285	8085	1191	182	283	71	873	19885
Toscana	374	254	235	1597	2353	369	2710	1017	3498	567	38	1601	1450	1733	2541	9403	821	819	268	1864	33512
Trentino-Alto Adige	51	32	33	219	422	116	387	209	676	149	4	299	285	288	397	574	329	85	15	457	5027
Umbria	195	53	44	242	439	60	472	136	552	329	13	233	262	192	390	696	117	345	33	279	5082
Valle d'Aosta	16	10	5	79	65	13	135	234	207	27	1	181	172	96	146	177	13	11	58	100	1626
Veneto	367	231	185	1287	2118	712	2015	893	3781	810	31	1645	1506	1454	2482	3531	1508	619	134	3913	29222
Totale complessivo	8329	3984	4317	22290	31895	5686	37452	24235	52523	9321	618	27234	23301	21604	39165	53601	10921	9291	5558	25798	417523

Matrici regioni Italia – Italia 2020:

Regioni	Abruzzo	Basilicata	Calabria	Campania	Emilia-Romagna	Friuli Venezia Giulia	Lazio	Liguria	Lombardia	Marche	Molise	Piemonte	Puglia	Sardegna	Sicilia	Toscana	Trentino-Alto Adige	Umbria	Valle d'Aosta	Veneto	Totale complessivo
Abruzzo	311	18	21	110	163	11	248	36	174	71	14	54	197	68	94	156	44	63	9	96	1958
Basilicata	15	36	24	58	39	7	74	18	54	7	1	22	81	11	42	33	5	8	2	23	559
Calabria	10	22	143	97	81	13	155	25	146	11	2	40	68	11	174	92	10	21	8	59	1188
Campania	356	139	269	1760	354	65	1005	166	609	103	29	226	943	306	956	621	102	170	30	301	8490
Emilia-Romagna	444	183	179	819	2309	213	1146	718	1182	755	44	546	1167	978	1405	2514	1120	466	226	1047	17461
Friuli-Venezia Giulia	47	21	21	138	219	368	210	104	264	111	3	101	184	164	225	454	106	112	11	395	3258
Lazio	1204	311	465	2000	1174	247	5750	643	1719	499	54	774	1889	1153	2746	3475	610	1142	233	1228	27316
Liguria	63	42	57	240	250	49	387	783	569	75	10	755	222	354	416	941	188	158	457	301	6317
Lombardia	914	405	484	2148	2826	583	3232	5039	8463	1589	111	2511	2909	2931	4394	8248	2100	1426	1556	3387	52566
Marche	112	43	45	140	289	43	343	61	305	240	6	116	257	156	254	367	134	134	25	200	3270
Molise	29	6	8	43	21	3	40	3	21	8	15	3	38	8	21	29	6	8	3	14	332
Piemonte	361	205	201	1009	1222	272	1359	3163	1684	621	42	3606	1167	1284	1976	3277	536	668	947	1246	24847
Puglia	202	96	107	359	369	56	624	77	433	112	13	197	1453	102	360	349	81	107	19	217	5332
Sardegna	10	9	6	70	123	24	212	59	249	19	2	144	51	1539	76	181	32	32	15	134	3008
Sicilia	42	45	83	252	346	40	549	117	660	52	3	278	224	122	4087	353	55	92	39	293	7732
Toscana	243	177	183	718	790	156	1205	495	1018	325	32	515	843	835	1201	5001	540	442	188	712	15619
Trentino-Alto Adige	50	23	29	106	141	41	153	113	173	88	4	62	169	128	222	349	175	46	5	246	2323
Umbria	88	25	45	147	148	16	216	50	123	128	7	64	155	89	155	320	67	129	67	107	2108
Valle d'Aosta	5	4	3	19	38	5	38	119	55	15	1	60	35	39	49	105	6	10	22	42	670
Veneto	279	127	106	629	791	408	982	477	1211	610	30	430	893	778	1222	2024	937	415	96	2484	14929
Totale complessivo	4785	1937	2479	10862	11693	2619	17928	12286	19112	5439	423	10509	12945	11056	20055	28889	6875	5649	3920	12532	201973

Matrice regioni Italia-Italia 2021

Regioni	Abruzzo	Basilicata	Calabria	Campania	Emilia-Romagna	Friuli Venezia Giulia	Lazio	Liguria	Lombardia	Marche	Molise	Piemonte	Puglia	Sardegna	Sicilia	Toscana	Trentino-Alto Adige	Umbria	Valle d'Aosta	Veneto	Totale complessivo
Abruzzo	236	13	20	121	139	15	229	49	182	38	5	60	166	80	114	179	28	61	9	103	1847
Basilicata	14	15	10	55	44	4	62	6	43	15	1	18	77	13	58	58	4	14	2	25	538
Calabria	7	16	121	83	96	12	133	44	173	9	2	39	67	24	153	88	10	29	5	63	1174
Campania	185	104	195	1507	372	59	886	190	596	82	31	229	774	296	839	723	99	213	28	293	7701
Emilia-Romagna	417	177	200	712	2021	203	1164	747	1319	644	41	658	1153	1092	1754	2492	823	456	175	1100	17348
Friuli-Venezia Giulia	42	26	35	124	180	325	240	108	315	113	5	127	193	219	292	365	107	81	15	391	3303
Lazio	862	273	483	1911	1248	262	5267	745	2045	524	74	941	1860	1235	2754	3409	579	1024	211	1513	27220
Liguria	58	44	49	261	318	53	353	824	555	94	9	596	259	367	531	967	157	158	243	369	6265
Lombardia	945	401	559	2285	2797	626	3363	5163	8413	1593	116	2550	3207	3846	5692	7884	1742	1322	1007	3827	57338
Marche	103	23	42	139	221	25	293	73	246	211	21	130	223	122	280	340	108	114	18	234	2966
Molise	18	1	3	17	34	5	44	8	13	11	9	8	28	11	30	31	7	8	2	18	306
Piemonte	358	199	235	970	1225	241	1413	3167	1810	649	46	3358	1344	1522	2469	3211	429	650	546	1500	25362
Puglia	137	72	84	383	330	62	552	110	516	105	14	232	1150	143	341	357	67	97	27	218	4997
Sardegna	17	9	9	125	148	28	216	54	302	12	1	155	75	1273	149	195	37	43	19	183	3041
Sicilia	49	35	96	273	311	50	585	158	718	36	3	366	278	205	3284	380	83	94	44	392	7340
Toscana	272	163	194	701	765	144	1246	570	1100	333	32	623	888	825	1356	4621	459	396	165	886	15739
Trentino-Alto Adige	52	30	32	98	152	44	156	120	192	97	2	88	166	204	265	341	158	62	1	250	2551
Umbria	89	13	30	140	152	20	223	65	146	104	6	76	161	108	235	288	43	107	14	138	2158
Valle d'Aosta	9	3	3	34	32	4	52	111	90	8	2	79	37	62	75	95	4	7	20	54	781
Veneto	259	115	158	575	714	295	935	558	1250	517	38	471	857	966	1399	1891	662	415	75	2419	14669
Totale complessivo	4129	1732	2569	10514	11340	2477	17412	12870	20024	5195	458	10804	12963	12613	22070	27915	5606	5351	2626	13976	202644

Matrici Italia Estero 2019:

Q1:

Regioni/Stato	Abruzzo	Basilicata	Calabria	Campania	Emilia-Romagna	Friuli Venezia Giulia	Lazio	Liguria	Lombardia	Marche	Molise	Piemonte	Puglia	Sardegna	Sicilia	Toscana	Trentino-Alto Adige	Umbria	Valle d'Aosta	Veneto	Totale complessivo
Italia	1887	510	300	3770	7843	1079	8163	4029	13296	942	91	7185	1609	1200	3399	8933	3301	1524	2179	5981	77221
Estero	438	419	336	13963	10256	1130	56806	6095	36776	407	33	7374	2954	2010	11873	28003	3860	1137	3192	27187	214249
Totale complessivo	2325	929	636	17733	18099	2209	64969	10124	50072	1349	124	14559	4563	3210	15272	36936	7161	2661	5371	33168	291470

Q2:

Regioni/Stato	Abruzzo	Basilicata	Calabria	Campania	Emilia-Romagna	Friuli Venezia Giulia	Lazio	Liguria	Lombardia	Marche	Molise	Piemonte	Puglia	Sardegna	Sicilia	Toscana	Trentino-Alto Adige	Umbria	Valle d'Aosta	Veneto	Totale complessivo
Italia	1490	997	647	6322	9546	1528	10457	8138	14700	2251	124	7645	4438	3760	8104	16190	1620	2722	704	7035	108418
Estero	1379	1776	1792	51326	21926	3670	114601	33710	79482	1663	110	14128	17023	18514	47781	95219	6825	4491	1431	70712	587559
Totale complessivo	2869	2773	2439	57648	31472	5198	125058	41848	94182	3914	234	21773	21461	22274	55885	111409	8445	7213	2135	77747	695977

Q3:

Regioni/Stato	Abruzzo	Basilicata	Calabria	Campania	Emilia-Romagna	Friuli Venezia Giulia	Lazio	Liguria	Lombardia	Marche	Molise	Piemonte	Puglia	Sardegna	Sicilia	Toscana	Trentino-Alto Adige	Umbria	Valle d'Aosta	Veneto	Totale complessivo
Italia	4612	2197	3295	8721	8960	2140	11089	10619	11964	5839	397	6525	16805	16245	25007	21900	4361	3819	2318	7504	174317
Estero	2783	2293	3979	63174	24099	6559	106580	48836	87732	3945	217	20318	31239	45788	67430	115264	10999	6375	2846	82033	732089
Totale complessivo	7395	4490	7274	71895	33059	8699	117659	59055	99696	9784	614	26843	48044	62033	92437	137164	15360	10194	5164	89537	906406

Q4:

Regioni/Stato	Abruzzo	Basilicata	Calabria	Campania	Emilia-Romagna	Friuli Venezia Giulia	Lazio	Liguria	Lombardia	Marche	Molise	Piemonte	Puglia	Sardegna	Sicilia	Toscana	Trentino-Alto Adige	Umbria	Valle d'Aosta	Veneto	Totale complessivo
Italia	1007	545	333	4064	7562	1255	8558	2391	14537	1055	48	7310	1843	1292	3772	9458	2421	1910	1103	6194	76658
Estero	713	912	1010	23367	12410	1557	65659	12296	43757	709	80	9452	8463	7566	24882	44712	3552	2195	1033	34253	298578
Totale complessivo	1720	1457	1343	27431	19972	2812	74217	14687	58294	1764	128	16762	10306	8858	28654	54170	5973	4105	2136	40447	375236

Matrici Italia-Estero 2020

Q1:

Regioni/Stato	Abruzzo	Basilicata	Calabria	Campania	Emilia-Romagna	Friuli Venezia Giulia	Lazio	Liguria	Lombardia	Marche	Molise	Piemonte	Puglia	Sardegna	Sicilia	Toscana	Trentino-Alto Adige	Umbria	Valle d'Aosta	Veneto	Totale complessivo
Italia	1191	274	195	2708	4735	832	6051	2680	8879	736	50	4778	1122	798	2386	6553	2742	1214	2020	4112	54056
Estero	333	230	248	8645	5596	761	32144	3758	20931	320	22	4930	2472	1242	9202	15961	3126	758	2427	13320	126426
Totale complessivo	1524	504	443	11353	10331	1593	38195	6438	29810	1056	72	9708	3594	2040	11588	22514	5868	1972	4447	17432	180482

Q2:

Regioni/Stato	Abruzzo	Basilicata	Calabria	Campania	Emilia-Romagna	Friuli Venezia Giulia	Lazio	Liguria	Lombardia	Marche	Molise	Piemonte	Puglia	Sardegna	Sicilia	Toscana	Trentino-Alto Adige	Umbria	Valle d'Aosta	Veneto	Totale complessivo
Italia	233	92	96	816	1072	184	1968	1450	1983	396	18	812	692	484	692	2581	306	352	122	1395	15744
Estero	42	30	58	537	371	137	1040	912	1242	88	3	414	283	188	387	1164	357	95	65	1329	8742
Totale complessivo	275	122	154	1353	1443	321	3008	2362	3225	484	21	1226	975	672	1079	3745	663	447	187	2724	24486

Q3:

Regioni/Stato	Abruzzo	Basilicata	Calabria	Campania	Emilia-Romagna	Friuli Venezia Giulia	Lazio	Liguria	Lombardia	Marche	Molise	Piemonte	Puglia	Sardegna	Sicilia	Toscana	Trentino-Alto Adige	Umbria	Valle d'Aosta	Veneto	Totale complessivo
Italia	3423	1564	2242	7164	4571	1362	7764	7667	5708	4372	360	3641	11218	9842	15796	18960	3826	3863	1827	5748	120918
Estero	818	659	909	12272	5471	2031	13261	16014	22653	1432	56	7432	10144	13211	20750	26937	4860	1846	1206	20559	182521
Totale complessivo	4241	2223	3151	19436	10042	3393	21025	23681	28361	5804	416	11073	21362	23053	36546	45897	8686	5709	3033	26307	303439

Q4:

Regioni/S	Abruzzo	Basilicata	Calabria	Campania	Emilia-Rom	Friuli Venet	Lazio	Liguria	Lombardia	Marche	Molise	Piemonte	Puglia	Sardegna	Sicilia	Toscana	Trentino-A	Umbria	Valle d'Aq	Veneto	Totale cor
Italia	253	125	107	643	2026	382	2858	854	3159	347	29	1747	670	496	1835	2336	466	570	149	1891	20943
Estero	255	187	276	2443	1723	329	4741	1943	5211	314	30	1734	2478	2438	7250	5776	1246	395	199	4749	43717
Totale cor	508	312	383	3086	3749	711	7599	2797	8370	661	59	3481	3148	2934	9085	8112	1712	965	348	6640	64660

Matrici Italia-Estero 2021

Q1:

Regioni/Stato	Abruzzo	Basilicata	Calabria	Campania	Emilia-Romagna	Friuli Venezia Giulia	Lazio	Liguria	Lombardia	Marche	Molise	Piemonte	Puglia	Sardegna	Sicilia	Toscana	Trentino-Alto Adige	Umbria	Valle d'Aosta	Veneto	Totale complessivo
Italia	119	13	45	366	1037	194	2009	499	3324	157	12	1354	268	256	466	1200	167	109	55	1164	12814
Estero	42	8	35	297	391	127	1587	492	1759	37	3	496	150	216	506	709	122	31	97	881	7986
Totale complessivo	161	21	80	663	1428	321	3596	991	5083	194	15	1850	418	472	972	1909	289	140	152	2045	20800

Q2:

Regioni/Stato	Abruzzo	Basilicata	Calabria	Campania	Emilia-Romagna	Friuli Venezia Giulia	Lazio	Liguria	Lombardia	Marche	Molise	Piemonte	Puglia	Sardegna	Sicilia	Toscana	Trentino-Alto Adige	Umbria	Valle d'Aosta	Veneto	Totale complessivo
Italia	609	172	221	1949	2775	503	4415	4197	4435	901	75	2205	1579	1448	2894	6418	752	849	233	3532	40162
Estero	253	123	203	3059	1756	665	5593	4301	7323	322	19	1821	1792	2434	4403	6902	1617	466	144	6414	49610
Totale complessivo	862	295	424	5008	4531	1168	10008	8498	11758	1223	94	4026	3371	3882	7297	13320	2369	1315	377	9946	89772

Q3:

Regioni/Stato	Abruzzo	Basilicata	Calabria	Campania	Emilia-Romagna	Friuli Venezia Giulia	Lazio	Liguria	Lombardia	Marche	Molise	Piemonte	Puglia	Sardegna	Sicilia	Toscana	Trentino-Alto Adige	Umbria	Valle d'Aosta	Veneto	Totale complessivo
Italia	3205	1375	2315	6286	4575	1346	6874	6655	6156	4005	360	3522	10607	10484	17171	16246	3460	3535	1655	5655	115487
Estero	1364	1058	1346	23975	10244	2915	28664	23698	38485	2057	135	10970	17424	21716	31729	48040	7003	3370	1549	31682	307424
Totale complessivo	4569	2433	3661	30261	14819	4261	35538	30353	44641	6062	495	14492	28031	32200	48900	64286	10463	6905	3204	37337	422911

Q4:

Regioni/Stato	Abruzzo	Basilicata	Calabria	Campania	Emilia-Romagna	Friuli Venezia Giulia	Lazio	Liguria	Lombardia	Marche	Molise	Piemonte	Puglia	Sardegna	Sicilia	Toscana	Trentino-Alto Adige	Umbria	Valle d'Aosta	Veneto	Totale complessivo
Italia	504	274	139	2205	3494	572	4584	1834	6448	527	41	4104	1136	802	2308	5231	1509	1150	819	4047	41778
Estero	469	549	461	12064	5517	850	24279	7766	18553	409	38	5295	5786	5204	14868	19358	2716	1066	788	15820	141856
Totale complessivo	973	823	600	14269	9011	1422	28863	9600	25001	936	79	9399	6922	6006	17176	24639	4225	2216	1607	19867	183634