POLITECNICO DI TORINO
Dipartimento di Ingegneria Gestionale
Corso di Laurea Magistrale in Ingegneria Gestionale

Piattaforme digitali e aree rurali: Una analisi a livello italiano

Relatore: Prof. Emilio Paolucci

Correlatore: Dott.Francesco Luigi Milone

Candidato: Francesca Bisanti s294687

Anno accademico 2022/2023

Abstract

L'obiettivo principale della tesi è quello di analizzare e confrontare le tendenze nel settore di Airbnb con l'ospitalità tradizionale in Italia. Questo studio, basato su dati raccolti nel periodo 2017-2022 tramite le fonti AirDNA e ISTAT, si concentra sull'identificazione di differenze significative tra le diverse aree del paese in base al loro grado di urbanizzazione. Le dinamiche analizzate sono suddivise in tre fasi chiave: Pre-Covid, Covid e Post-Covid, consentendo un'analisi dettagliata delle variazioni nel tempo.

Inizialmente, la tesi si concentra su un'analisi descrittiva delle variabili economiche rilevanti per Airbnb e il settore alberghiero, evidenziando le trasformazioni avvenute in quest'ultimo. Successivamente, vengono esaminate le correlazioni tra i due settori, considerando l'andamento dei ricavi e del margine operativo lordo degli hotel. Questo approccio permette di valutare potenziali impatti della piattaforma di condivisione di case su alberghi tradizionali. L'analisi statistica utilizza il software Stata e comprende analisi di regressione.

I risultati delle analisi descrittive rivelano una crescita più marcata di Airbnb e degli hotel di fascia alta nelle aree rurali, con un declino più significativo degli hotel di fascia bassa. Questi risultati contribuiscono a una migliore comprensione delle dinamiche economiche tra Airbnb e l'industria alberghiera, specialmente nelle zone rurali. Inoltre, forniscono una base per ulteriori ricerche in questo campo, offrendo spunti importanti per la comprensione dell'interazione tra le due forme di ospitalità.

Sommario

1. Introduzione 1
2. Revisione della Letteratura 3
3. Metodologia 16
4. Analisi descrittive interne - Airbnb 20
5. Analisi descrittive del settore alberghiero tradizionale 31
6. Airbnb e Hotel a Confronto 42
7. Analisi di regressione 46
8. Implicazioni pratiche 54
9. Limitazioni 56
10. Conclusioni 57
11. Bibliografia 59
12. ALLEGATI 64

1. Introduzione

Il mondo di oggi sta vivendo tempi straordinari, in cui la rivoluzione digitale e la maggiore connettività globale hanno reso la tecnologia onnipresente e le persone e le culture costantemente connesse.

Questa era ha portato cambiamenti fondamentali nel modo in cui opera il settore del turismo e dell'ospitalità, evidenziando l'innovazione e la flessibilità offerte dalle nuove tecnologie.

Al centro di questa rivoluzione c'è Airbnb, la piattaforma di condivisione globale che ha svolto un ruolo fondamentale nella trasformazione del settore alberghiero. Fondata nel 2008, Airbnb ha rapidamente preso d'assalto il mondo fornendo un'alternativa conveniente all'alloggio durante il viaggio.

La piattaforma si basa sul concetto di sharing economy e mette in contatto i singoli proprietari di casa, i cosiddetti "host", con i viaggiatori in cerca di un alloggio temporaneo.

Airbnb si inserisce perfettamente nella sharing economy, una filosofia che promuove l'uso efficiente e sostenibile delle risorse esistenti come case e veicoli, piuttosto che costruirne di nuovi, riducendo così gli sprechi e l'impatto sull'ambiente.

La piattaforma Airbnb consente agli "host" di condividere le proprie case, o parti di esse, con viaggiatori temporanei.

Questo modello di home sharing offre una vasta gamma di opzioni di alloggio, dalle tradizionali case di campagna in villaggi tranquilli alle ville di lusso circondate da una natura pittoresca.

Airbnb fornisce una piattaforma che consente collegamenti diretti tra le persone che cercano un alloggio e coloro che offrono un'ospitalità genuina, spesso personale.

Tutti questi sviluppi innovativi nel settore del turismo e dell'ospitalità evidenziano l'adattabilità di Airbnb e il suo impatto significativo sulla pianificazione e sulle esperienze dei viaggiatori.Ma questo cambiamento non è avvenuto senza dibattiti e sfide, soprattutto nell'Italia rurale, dove Airbnb è diventata sempre più importante.

Questo studio esamina più da vicino il modo in cui Airbnb ha ridefinito l'ospitalità nella campagna italiana, comprese le interazioni con le strutture alberghiere tradizionali.

La piattaforma Airbnb

Airbnb, la rivoluzionaria piattaforma di ospitalità, offre un assortimento ampio e diversificato di soluzioni per l'alloggio, distinguendosi per la sua straordinaria adattabilità. Gli utenti di Airbnb si trovano di fronte a un mondo di possibilità, dove possono creare esperienze personalizzate, plasmando le loro scelte in base a preferenze e requisiti specifici. Queste possibilità comprendono:

1. Casa privata: Qui gli ospiti possono riservare l'intera casa, garantendosi un ambiente completamente indipendente. Questa scelta è particolarmente apprezzata da gruppi di amici e familiari che cercano più spazio e privacy.

2. Appartamenti: Airbnb offre una vasta gamma di appartamenti in città e aree urbane. Questa categoria è adatta sia a viaggiatori d'affari che cercano una base confortevole, sia a turisti che cercano un rifugio accogliente dopo aver esplorato una destinazione.

3. Stanze Private: Per coloro che cercano un'esperienza più condivisa, è possibile prenotare stanze all'interno delle case abitate dagli host. Questa scelta offre l'opportunità unica di interagire con i padroni di casa e accedere a preziosi suggerimenti locali.

4. Alloggi Unici: Airbnb ospita una variegata gamma di strutture straordinarie che vanno ben oltre le opzioni convenzionali. Queste includono castelli, rifugi di montagna, case sugli alberi e altre soluzioni creative. Questi luoghi stravaganti permettono ai viaggiatori di vivere esperienze uniche e indimenticabili.

La piattaforma consente agli host di pubblicare un elenco dettagliato delle loro proprietà, con una descrizione dettagliata dell'alloggio, foto di alta qualità, prezzi e disponibilità per il periodo desiderato. Questi dati forniscono agli host tutte le informazioni necessarie per prendere decisioni informate sulle prenotazioni.
Airbnb si caratterizza per la sua enfasi sulle esperienze autentiche e sulle connessioni tra ospiti e padroni di casa. I padroni di casa spesso non si limitano a fornire l'alloggio, ma condividono anche le conoscenze locali, consigliano ristoranti e attività e condividono storie e tradizioni culturali. Questa interazione umana aggiunge un valore significativo all'esperienza di viaggio, incoraggiando gli ospiti a immergersi nella cultura locale e a scoprire aspetti autentici della destinazione che normalmente non conoscerebbero.
Questa filosofia di fornire un'esperienza completa, piuttosto che un semplice luogo di soggiorno, ha suscitato l'interesse di un'ampia gamma di viaggiatori alla ricerca di un'esperienza più personalizzata e coinvolgente durante il viaggio. Airbnb ha quindi svolto un ruolo chiave nel ridefinire il concetto

di ospitalità e nell'aprire nuove prospettive per l'industria del turismo e dell'ospitalità nel suo complesso.

Airbnb VS Hotels

Un confronto tra Airbnb e gli hotel tradizionali rivela una serie di differenze significative che hanno un impatto diretto sull'esperienza del viaggiatore. Airbnb offre un'esperienza di alloggio unica nel contesto della campagna italiana; tuttavia, è fondamentale esaminare in che modo si differenzia dalle strutture alberghiere tradizionali, un elemento radicato del settore dell'ospitalità.

L'hotel offre servizi standardizzati ampiamente testati. Questi servizi includono una reception aperta 24 ore su 24, pulizie giornaliere, strutture in loco come ristoranti, spa e palestre e un'efficiente catena di approvvigionamento. Questa uniformità dà ai viaggiatori un senso di affidabilità poiché hanno chiare aspettative in termini di servizio e comodità. Questo modello è particolarmente indicato per chi cerca una sistemazione affidabile e senza sorprese.

Al contrario, Airbnb offre spazio per una maggiore varietà e unicità. Gli alloggi Airbnb possono variare notevolmente in termini di dimensioni, stile e servizi. Gli host Airbnb sono liberi di offrire un'ampia gamma di servizi, dal semplice affitto di appartamenti privati al servizio di colazione, visite guidate locali e altro ancora. Questa diversità consente ai viaggiatori di personalizzare ulteriormente la propria esperienza di viaggio in base alle proprie preferenze e al proprio budget.

Mentre le strutture alberghiere tradizionali possono offrire un servizio standardizzato e livelli elevati di comfort, Airbnb ha dimostrato che i viaggiatori hanno una crescente domanda di esperienze autentiche e personalizzate. Questo confronto evidenzia come Airbnb stia ridefinendo il concetto di ospitalità, offrendo una gamma più ampia di possibilità e facilitando interazioni più significative tra gli ospiti e la cultura locale.

2. Revisione della Letteratura

La revisione della letteratura di questo capitolo si propone di analizzare il confronto del turismo negli hotel e su Airbnb, delineando i cambiamenti dei modelli di consumo e le conseguenze della pandemia sul mercato della sharing economy e degli esercizi alberghieri.

In generale il mercato dell'ospitalità nelle aree rurali si basa su esperienze originali e naturali. Le strutture hanno la tendenza a manifestare l'essenza del luogo e a privilegiare l'ecosistema circostante. Le aree rurali sono spesso caratterizzate da ambienti naturali suggestivi e gli alberghi cercano di sfruttare questi aspetti naturali, puntando su viste panoramiche, attività all'aria aperta e la tranquillità del contesto. Tuttavia Airbnb ha introdotto un nuovo paradigma nell'industria dell'ospitalità e quindi

è utile studiarne l'impatto sugli esercizi alberghieri tradizionali.
Il focus principale di questa revisione della letteratura è approfondire l'impatto esercitato da Airbnb sugli alberghi a livello nazionale. Si esamineranno diversi aspetti come il mercato dell'ospitalità in competizione, per analizzare i motivi per cui Airbnb ed esercizi alberghieri risultano essere in conflitto e per cui Airbnb costituisce un ostacolo per gli albergatori; i cambiamenti dei modelli di consumo nel settore del turismo, verificando come Airbnb abbia inciso sulle scelte dei viaggiatori, evolvendo l'industria alberghiera ed influenzando le esperienze di viaggio; gli impatti del covid sugli esercizi alberghieri a confronto con gli impatti su Airbnb, per studiarne la reazione di entrambi i player del mercato dell'ospitalità in periodo post pandemico; le strategie di prezzo di Airbnb e degli esercizi alberghieri per capirne le scelte di mercato.

Mercato dell'ospitalità in competizione: Airbnb VS Hotel post diffusione della sharing economy

Airbnb è da sempre un esempio prominente del concetto di sharing economy e, da quando ha iniziato a diffondersi questo nuovo tipo di economia, gli hotel ne hanno risentito. Tutte le tipologie di hotel si sono ritrovati a competere con le offerte maggiormente personalizzate di Airbnb. Alcuni hotel hanno risposto rinnovando i propri servizi attraverso l'offerta di servizi dedicati ai clienti.
Gli studi analizzano come l'ingresso delle piattaforme della sharing economy influenzi la competizione nel mercato dell'ospitalità, mettendo a confronto due player principali: gli hotel appartenenti al mercato tradizionale con capacità fissa e domanda volatile; gli alloggi Airbnb a capacità flessibile. Si ragiona quindi su due tipologie differenti di business perché da un lato gli hotel hanno un numero fisso di camere dedicate all'alloggio dei viaggiatori, disponibili anche quando la domanda è relativamente bassa, ma non possono espandere la capacità durante i picchi di domanda. Diversamente, gli host del mercato peer to peer rispondono fortemente alle condizioni di mercato, ospitando i viaggiatori quando i prezzi sono alti e utilizzando l'alloggio per uso privato quando i prezzi sono bassi. I risultati ottenuti da (Li and Srinivasan 2019) dimostrano che Airbnb agisce impattando sugli hotel su due fronti: negativamente, cannibalizzando moderatamente la domanda degli hotel; positivamente, ampliando il mercato complessivo dell'industria, dal momento che l'effetto influente sugli hotel si ha nei periodi di picco di domanda in cui gli hotel, a capacità fissa, hanno ormai esaurito la loro disponibilità. Lo studio concluso nel 2019 sostiene che l'offerta peer è due volte più elastica dell'offerta alberghiera nel breve termine, confermando che l'ingresso di Airbnb influisce negativamente sui ricavi degli hotel maggiormente limitati dalla capacità.
Il successo di Airbnb si basa su due principali fattori. Innanzitutto, offre opzioni aggiuntive agli host con stanze libere e agli ospiti con esigenze di alloggio a breve termine, andando oltre gli affitti a lungo termine e gli hotel. Sfrutta le risorse inutilizzate degli host per soddisfare le diverse esigenze degli

ospiti, cambiando profondamente l'equilibrio tra domanda e offerta nel mercato degli alloggi. Inoltre, gestisce con efficienza le operazioni e le entrate, applicando strategie di prezzo e retribuzione differenziate in base a città e stagioni per massimizzare il profitto (Zheng, Ke, and Li 2023).

I cambiamenti dei modelli di consumo nel settore del turismo

Dopo l'avvento della sharing economy vi sono stati particolari cambiamenti dei modelli di consumo dal momento che Airbnb è nato come un'alternativa ai bene e ai servizi offerti dalle industrie esistenti. Airbnb offre benefici su un duplice fronte: quello dei fornitori in quanto possono facilmente avviare un'attività con costi di avvio moderati e produrre ricavi elevati; quello dei consumatori in quanto hanno più alternativa di scelta rispetto ai mercati già esistenti. Il mercato della sharing economy si è dimostrato una sfida per i fornitori di servizi esistenti.
Gli studi della letteratura dimostrano che Airbnb viene utilizzato come contesto di ricerca, in cui i consumatori possono scegliere di soggiornare in stanze libere elencate su piattaforme di condivisione (Fang and Li 2022). Prima dell'avvento di Airbnb i consumatori utilizzavano terze persone per prenotare, tramite le agenzie di viaggio online o fisiche. I clienti hanno via via abbandonato queste tecniche di prenotazione affidandosi alla sharing economy dal momento che non forniscono sufficienti garanzie e protezioni legali.

Altre variabili che hanno influenzato l'incentivo ad utilizzare Airbnb sono legate al risparmio monetario, alla sostenibilità e all'autenticità perché il cliente preferisce il risparmio economico, il contatto diretto con l'host e le esperienze uniche che solo gli alloggi di Airbnb possono offrire. Se il consumatore ha a disposizione diverse esperienze di soggiorno e può dialogare direttamente con persone reali, è più incentivato ad affittare su piattaforme che offrono questo tipo di vantaggi (Mao and Lyu 2017).

Impatto del Covid-19 sugli hotel e su Airbnb

A partire dal 2020, la pandemia ha messo a dura prova la resilienza sia degli alloggi di airbnb sia della tipologia tradizionale degli hotel.
Vi è stata una diminuzione delle richieste di alloggio data dall'instabilità economica, dall'obbligo di distanziamento sociale e dalle restrizioni legate ai viaggi. Gli hotel si sono trovati di fronte a un drastico calo delle prenotazioni perché i consumatori avevano timore di soggiornare in luoghi condivisi. Airbnb ha sofferto di una riduzione delle richieste di alloggi data l'incertezza sulla prevenzione e sicurezza igienica offerta.

Entrambe le tipologie di alloggio hanno cercato di aiutare i clienti a prendere decisioni consapevoli ed evitare il contagio del Covid-19, cercando di indagare su come trattenere i clienti (Leung and Cai 2021).

L'impatto del covid ha influito in maniera diversa sulle due tipologie di alloggio: gli alberghi in risposta alla diminuzione della domanda, hanno ridotto le tariffe al fine di attirare i pochi viaggiatori rimasti; Airbnb ha adottato un cambiamento nei fattori di scelta data la maggiore preferenza dei viaggiatori per la privacy e l'isolamento (Zheng et al. 2023).

La pandemia ha scatenato l'indispensabile necessità di porre attenzione alla sicurezza e all'igiene ed è per questo che gli hotel son stati costretti a introdurre nuove misure, mentre Airbnb si è dimostrato essere più flessibile (Li and Srinivasan 2019).

È importante notare come la pandemia abbia influito notevolmente sui cambiamenti dei modelli di consumo dei viaggiatori, portando ad un aumento della preferenza per destinazioni rurali e alloggi con maggiore privacy. Airbnb è riuscito ad adattarsi facilmente a queste nuove tendenze grazie alla presenza di diversi alloggi in ambienti meno affollati rispetto agli alberghi urbani. La centralità posta su sicurezza e igiene è di primaria importanza all'interno del mercato di ospitalità, inducendo i proprietari e i gestori di strutture a procedure meticolose legate alla sanificazione, che spaziano dalla sterilizzazione delle superfici all'adozione di strumenti di tutela personale da parte degli host o del team alberghiero. Questi sforzi sono volti ad assicurare agli ospiti un contesto sereno e piacevole nel corso del loro soggiorni.

Pricing strategy di Airbnb VS Hotel

Le strutture alberghiere nelle aree rurali spesso sono rivolte a nicchie di clienti, favorendo quindi gli esercizi alberghieri a 4 e 5 stelle. Questo potrebbe tradursi in tariffe diverse rispetto a quelle delle grandi catene urbane alberghiere. Airbnb offre maggiore elasticità nelle tariffe. Gli host hanno la possibilità di modificare i prezzi a seconda della domanda che varia con le stagioni o gli eventi locali. D'altra parte, gli hotel appartenenti alle catene potrebbero essere soggetti a tariffe stabili e predefinite.

È sempre ottimale per Airbnb adottare una strategia salariale elevata per spingere gli affitti a lungo termine fuori dal mercato. Tuttavia, le strategie di prezzo ottimali variano a seconda delle situazioni di mercato. Ad esempio, è necessario che Airbnb adotti una strategia di prezzo elevato quando compete con hotel a basso costo, ma una strategia di prezzo basso quando compete con hotel di fascia media in un mercato favorevole (Zheng et al. 2023).

Airbnb ha rivoluzionato il mercato dell'ospitalità, andando a modificare le strategie di prezzo. Sia gli alberghi che Airbnb possono implementare politiche di prezzo che si basano sulla domanda, con un aumento delle tariffe nei periodi di maggiore richiesta. Tuttavia, Airbnb potrebbe mostrare una maggiore capacità di adattarsi in modo flessibile alle variazioni della domanda in tempo reale. La piattaforma di home sharing fornisce incentivi a alcuni tipi di hotel in alcune città per adottare prezzi meno stagionali o addirittura contrari alla stagione. Le condizioni di mercato (ad esempio, modelli di stagionalità, prezzi e qualità degli hotel, composizione dei consumatori; il livello di presenza di Airbnb e l'elasticità dell'offerta di Airbnb) svolgono un ruolo cruciale nel determinare l'impatto di Airbnb sulle vendite degli hotel e sulla risposta strategica degli hotel (Li and Srinivasan 2019).

Impatto delle regolamentazioni

L'influenza di Airbnb

La rapida evoluzione delle tecnologie dell'informazione ha innescato l'emergere di una pluralità di mercati digitali, che, agevolando le transazioni tra gli acquirenti e i venditori, hanno reso superflua la figura degli intermediari convenzionali, come gli agenti immobiliari o i consulenti finanziari (Chen, Wei, and Xie 2022).

I minori costi di transazione hanno fornito ai mercati digitali vantaggi sostanziali (Goldfarb and Tucker 2019), particolarmente rilevanti nei mercati immobiliari residenziali, garantendo la crescita esponenziale dei servizi di home-sharing. I fornitori hanno ottenuto un canale alternativo per l'allocazione dei beni immobiliari, creando, però, uno sbilanciamento sul lato della domanda, a causa della riluttanza degli affittuari verso la condivisione dell'alloggio a lungo termine (Goldfarb and Tucker 2019).

La diffusione incontrollata di Airbnb e delle altre piattaforme per gli STR ha comportato la riduzione dell'accessibilità degli alloggi e degli affitti (Franco and Santos 2021; Garcia-López et al. 2020), rilevanti problemi di "turistificazione" (gentrificazione indotta dal turismo) (Cheung and Yiu 2022; Nieuwland and van Melik 2020) ed altre esternalità negative come rumore e riduzione della sicurezza percepita dei residenti (Koster, van Ommeren, and Volkhausen 2021) e dei turisti (Guttentag 2015).

Tuttavia, l'ingresso di Airbnb ha generato anche influenze positive, aumentando l'offerta di soggiorni turistici (Farronato and Fradkin 2022) e incentivando gli investimenti nei quartieri interessati (Bekkerman et al. 2023; Xu and Xu 2021), in particolar modo per quelli caratterizzati da unità

abitative adatte a consentirne lo sfruttamento tramite gli STR (Bekkerman et al. 2023). Inoltre, il valore economico di tali immobili ha subito incrementi significativi (Koster et al. 2021).

L'intervento dei governi locali

L'espansione di Airbnb ha acceso dibattiti sulla regolamentazione delle piattaforme di condivisione degli alloggi (Koster et al. 2021) e sta costringendo i governi locali ad adottare provvedimenti volti a evitare gli impatti negativi, senza limitare i benefici economici (Dolnicar 2019). Infatti, oltre ai benefici già citati, la presenza di airbnb garantisce ai comuni un flusso di entrate costante attraverso l'aumento degli investimenti residenziali, che può essere diretto verso programmi sociali, come affitti a lungo termine a prezzi accessibili per i residenti e progetti di rinnovamento urbano (Bekkerman et al. 2023).

I regolamenti introdotti sono generalmente diretti a mitigare gli effetti negativi nelle aree caratterizzate dalla presenza degli STR, trascurando la necessità di bilanciare le piattaforme di condivisione peer-to-peer con il settore dell'ospitalità tradizionale (Guttentag 2015). In alcuni casi, in risposta alla riduzione della domanda e dei prezzi, particolarmente accentuata per le strutture di qualità inferiore (Muschter et al. 2022), il settore degli hotel ha avviato lobby contro Airbnb (Nieuwland and van Melik 2020).

La letteratura sulla regolamentazione di Airbnb ha evidenziato importanti difficoltà nell'applicazione e nel monitoraggio della conformità degli host al quadro normativo vigente (Furukawa and Onuki 2022; Nieuwland and van Melik 2020), a causa della natura dinamica del mercato degli STR e degli ostacoli al controllo delle attività online (Boto-García et al. 2023).

Le conseguenze delle regolamentazioni

Gli effetti delle politiche sono stati valutati da numerosi studi, con risultati non sempre coerenti e condizionati da molteplici fattori, quali il grado di penetrazione di Airbnb, la competizione con gli hotel e il rigore delle normative (Boto-García et al. 2023). In generale, le misure adottate hanno rallentato la crescita dell'offerta di Airbnb (Bekkerman et al. 2023; Furukawa and Onuki 2022; Koster et al. 2021; Seiler, Siebert, and Yang 2023), soprattutto per le proprietà di bassa qualità (Boto-García et al. 2023). Inoltre, come rilevato nel caso specifico della Danimarca, l'offerta si spostava dagli host "single-property" a quelli "multi-property", in contrasto con l'obiettivo di limitare gli effetti negativi del noleggio commerciale su larga scala (Garz and Schneider 2023).

Lo studio (Chen, Wei, and Xie 2023) ha indagato le conseguenze dell'introduzione della regolamentazione "One Host One Home" negli USA, giungendo a conclusioni diverse. Infatti, la politica adottata, nonostante limitasse l'offerta degli host professionali, incentivava l'ingresso nel mercato di host non professionali, compensando la riduzione e mantenendo quindi costante l'offerta totale.

Le regolamentazioni hanno comportato complessivamente l'aumento dei prezzi degli Airbnb (Chen et al. 2023), in seguito alla riduzione dell'offerta e al tentativo degli host di scaricare sul cliente finale l'onere fiscale più difficilmente evitabile (Garz and Schneider 2023). Infatti, tra le conseguenze delle policy, vi è la riduzione del rischio che gli host non paghino le tasse volte a compensare le esternalità negative (Boto-García et al. 2023).

Importante per il tema delle conseguenze di Airbnb sul benessere collettivo è l'influenza generata dalle regolamentazioni degli STR sul mercato degli affitti a lungo termine. Come dimostrato da diversi studi (Chen et al. 2022; Koster et al. 2021; Seiler et al. 2023), le normative hanno causato la riallocazione degli alloggi sfruttati tramite Airbnb nel mercato degli affitti a lungo termine, in particolar modo per le unità abitative con caratteristiche simili a quelle tipiche degli airbnb e per quelle situate in zone con maggior penetrazione della piattaforma.

Il conseguente aumento dell'offerta ha causato la riduzione del prezzo degli affitti, determinando un miglioramento delle condizioni degli affittuari. Questo ha avuto però conseguenze negative sui proprietari delle case, che hanno visto diminuire, oltre alle entrate degli affitti anche il valore economico dell'immobile stesso (Bekkerman et al. 2023; Chen et al. 2022).

Il turismo nelle aree rurali

La revisione della letteratura presente in questo paragrafo intende approfondire la relazione tra il turismo rurale e le attrazioni naturali e non che coinvolgono i viaggiatori nello scegliere determinate mete.

Il turismo nelle aree rurali è un'opportunità di crescita per diverse zone geografiche. I punti di forza delle zone rurali sono i panorami incontaminati, ricche tradizioni culturali e uno stile di vita autentico. Questi fattori stanno sempre più attirando forte curiosità da parte dei viaggiatori che vogliono accumulare nuove esperienze e cercano posti autentici.

La “turistificazione” di un’area rurale

Le aree rurali stanno subendo un processo importante da considerare per l’ambiente e l’economia delle zone meno dense di popolazione.

Il turismo è un'industria trainante in molte città globali, che crea posti di lavoro e migliora il benessere finanziario delle destinazioni. La spesa dei turisti è un notevole motore di crescita in molti paesi (Cheung and Yiu 2022).

L’aspetto negativo è l’altra faccia della medaglia, cioè il turismo potrebbe comportare dipendenza finanziaria da un singolo settore, ponendo l’area rurale a rischi economici dovuti alle fluttuazioni del mercato turistico.

Il turismo ha la capacità di generare impatti positivi dal punto di vista economico nelle aree rurali grazie alla creazione di posti di lavoro e all’espansione delle imprese attive.

Ci sono molti esempi di destinazioni che hanno avuto successo in contesti culturali, economici, sociali e ambientali molto diversi in tutto il mondo (Nemes and Tomay 2022). Si genera l’arrivo di nuovi abitanti: Aree remote, in declino e scarsamente popolate con prezzi immobiliari bassi attraggono gentrificatori pionieri. Alcuni di loro si trasferiscono nell'area, attirando imprenditori orientati allo stile di vita con un background culturale urbano, un forte capitale culturale e capacità di innovazione. Questi ultimi sviluppano la base delle risorse umane e finanziarie e il contesto culturale urbano per il turismo rurale. Quindi il turismo rurale decolla e le imprese e l'infrastruttura iniziano a svilupparsi rapidamente (Nemes and Tomay 2022).

Questi numerosi arrivi potrebbero generare dei conflitti tra i residenti dell’area rurale in questione. La gentrificazione e lo sviluppo delle imprese, insieme allo spostamento della popolazione indigena e persino dei gentrificatori rurali della prima ondata, diventano più aggressivi. Ciò può portare a realtà più nettamente separate e in conflitto, alla perdita dei valori rurali e ad altre conseguenze non volute (Nemes and Tomay 2022).

Le divisioni locali possono essere frequenti e sono i comuni rurali a dover gestire questo tipo di situazioni. Il processo di turistificazione ha creato divisioni tra i residenti locali e i visitatori, lasciando ai governi di tutto il mondo la decisione su come regolamentare il turismo (Cheung and Yiu 2022).

Bisogna essere in grado di gestire i rapporti che si creano tra turisti e residenti locali. Le autorità locali dovrebbero prestare maggiore attenzione alla partecipazione dei residenti al turismo e alla fiducia interpersonale dei residenti nei confronti dei turisti. La fiducia interpersonale dei residenti nei

confronti dei turisti (cioè la fiducia affettiva e la fiducia cognitiva) rivela la qualità dell'interazione residente-turista e potenzialmente influenza l'immagine di una destinazione, con la fiducia affettiva che si sviluppa più rapidamente durante gli scambi turistici. Inoltre, la partecipazione dei residenti è stata dimostrata contribuire a formare tale fiducia in questo studio, suggerendo che gli impatti della partecipazione dei residenti vanno oltre i benefici economici per comprendere i benefici sociali in un contesto di paese in via di sviluppo (Huo et al. 2023).

La commercializzazione della cultura locale

Le località rurali negli ultimi anni stanno sempre più cercando di sfruttare il loro territorio per beneficiare degli aspetti lucrativi del turismo.

La commercializzazione della cultura locale è un aspetto di fondamentale importanza. Si deve cercare di bilanciare la necessità di progresso economico con la salvaguardia dell'autenticità culturale. L'ottimizzazione dei sistemi turistici può dare un importante contributo in questo senso, per il quale la disponibilità di dati sarà un problema chiave. Pertanto, si consiglia alle DMOs di raccogliere in modo più appropriato i dati dai turisti, ad esempio quando vengono effettuate prenotazioni o attività prenotate, al fine di valutare in modo più sistematico questi dati per la gestione della destinazione in base ai criteri di ottimizzazione. Dovranno anche suddividere diversamente i loro mercati e applicare comunicazioni adeguate per riflettere una strategia di ottimizzazione (Oklevik et al. 2019).

Bisogna inoltre pensare al concetto di "memorabilità", per attirare il ritorno dei turisti nelle zone rurali.

Le destinazioni rurali dovrebbero quindi essere considerate un palcoscenico, e dovrebbero essere profusi grandi sforzi nella presentazione della cultura, delle abitudini e dello stile di vita locali, autentici e unici per la destinazione. A differenza dei servizi di base come alloggio e ristorazione, gli elementi di esperienza straordinaria non dovrebbero essere uniformi, ma facilmente distinguibili dalla vita quotidiana dei turisti; in questo modo, tali esperienze avranno più probabilità di attrarre e intrattenere i visitatori (Ye et al. 2021).

I turisti dovrebbero essere informati sulla cultura locale, sulla sua storia e sulle sfide che la comunità affronta a causa della commercializzazione e della turistificazione, evitando però gli effetti dannosi che potrebbero causare la perdita della ricchezza delle tradizioni autentiche. ″abbiamo bisogno di una società in cui lo straniero che non è neanche un membro della famiglia dell'ospite possa comunque godere delle qualità dell'ospitalità″ (Christou and Sharpley 2019).

L’attrazione verso le aree rurali

Negli ultimi anni la popolarità del turismo in aree rurali ha acquisito grande importanza. Le aree rurali presentano esperienze uniche, catturando l’interesse di viaggiatori che sono in cerca di relax, semplicità e legame intimo con l’ambiente naturali e le tradizione dell’area stessa. Uno studio ha dimostrato come i millennials preferiscano i luoghi naturali e i risultati hanno confermato l'interesse degli studenti millennials per le destinazioni di montagna, con alcune importanti differenze stagionali. La motivazione basata sulla natura e le opportunità di relax e tranquillità sono state le ragioni più rilevanti che hanno spinto il campione target a scegliere le montagne come destinazione turistica. La rilevanza attribuita a tali motivazioni ha confermato l'atteggiamento di sostenibilità di questo segmento di popolazione (Giachino, Truant, and Bonadonna 2020).

Vi sono diversi fattori che attraggono i turisti in questo tipo di località e sono stati effettuati degli studi per capire maggiormente cosa colpisce i clienti.

Un altro importante risultato è che il ruolo dei diversi attributi nella determinazione dei prezzi delle inserzioni Airbnb differisce tra le posizioni così come tra le inserzioni Airbnb a basso e alto prezzo. Gli attributi sauna, jacuzzi e spa, spazioso e unico giocano un ruolo maggiore per i prezzi delle sistemazioni Airbnb nelle destinazioni rurali rispetto alle destinazioni urbane, mentre l'opposto può essere osservato per attico, chic e design e suite. Le regressioni quantiliche mostrano che la rilevanza di alcuni attributi è maggiore per le inserzioni ad alto prezzo rispetto alle sistemazioni a basso prezzo. Questo vale in particolare per il lusso e la suite. Alcune caratteristiche soggettive elencate nella pagina del titolo, come il lusso, l'ospite e il chic & design, aumentano anche la propensione a pagare nel segmento a basso prezzo (Falk, Larpin, and Scaglione 2019).

Le questioni economiche attorno al turismo rurale

Il turismo rurale incide enormemente sull’economia delle aree coinvolte e gli host devono essere in grado di competere per attrarre i viaggiatori.

Sorge la domanda su come i fornitori possano differenziarsi dagli altri. Le sistemazioni Airbnb hanno ancora la reputazione di essere economiche e semplici (Falk et al. 2019).

La competizione non deve scoraggiare lo sviluppo del turismo rurale perché si creano posti di lavoro per i residenti locali come personale di servizio, artigiani, guide turistiche e tante altre posizioni.

Le autorità locali dovrebbero enfatizzare la partecipazione dei residenti ai benefici economici e alla distribuzione equa dei vantaggi, agevolando il coinvolgimento dei residenti nelle attività commerciali

a diversi livelli con adeguata formazione legata al turismo, standardizzando i diritti di proprietà fondiaria e i sistemi di distribuzione dei benefici e fornendo un supporto aggressivo e sussidi diretti alle comunità in caso di possibili crisi. Questo è particolarmente importante considerando che ottenere guadagni economici stabili ed equi può tradursi in una fiducia a lungo termine dei residenti nei confronti dei turisti e nel sostegno al turismo (Wang et al. 2020) rafforzando ulteriormente la coesione comunitaria e la competitività turistica.

Gli host devono essere in grado di capire da quali attributi si può trarre più profitto rispetto ad altri, andando a studiare come sponsorizzare il proprio annuncio sulla *piattaforma di home sharing*.

Le caratteristiche specifiche della posizione (sci, vista montagna, lago, centro, città, centro storico, vista) non sono significative nella maggior parte dei casi, ad eccezione dello sci, che ha un prezzo significativamente più alto (tra l'otto e il dodici per cento), indicando che la seconda ipotesi è solo parzialmente supportata dai dati nella maggior parte dei casi. La non significatività degli attributi esterni e il predominio degli attributi interni sono coerenti con la terza ipotesi secondo cui gli attributi interni sono più rilevanti dei fattori esterni nell'influenzare i prezzi (Falk et al. 2019).

In generale il turismo provoca l'attrazione verso gli investimenti sia privati (immobili) che pubblici (strade, alloggi, servizi) e le attività turistiche scatenano ingenti impatti sui prezzi delle case stesse.

Uno studio dimostra che le attività turistiche sono importanti per la crescita economica locale, regionale e nazionale e per la creazione di posti di lavoro; tuttavia, d'altra parte, vi è un delicato equilibrio ambientale e sociale nelle destinazioni turistiche che può essere facilmente turbato. Problemi possono sorgere quando la pressione sui prezzi delle case è tale da causare seri effetti sociali in termini di accessibilità, qualità della vita dei residenti, spostamenti e gentrificazione. In secondo luogo, i nostri risultati mostrano che è importante internalizzare questo impatto di esternalità negativa causato dal turismo, attraverso l'adozione di strumenti e politiche economiche appropriate (Cró and Martins 2023).

Impatto del Covid

A metà dicembre 2019, un nuovo coronavirus infettivo (COVID-19) ha colpito Wuhan, la città più popolosa della Cina centrale. Simile alla sindrome respiratoria acuta grave (SARS), apparsa nel 2003, il COVID-19 è una malattia aviotrasportata altamente trasmissibile fra gli esseri umani. L'epidemia locale si è trasformata rapidamente in una crisi della sanità pubblica, venendo presto dichiarata dall'Organizzazione Mondiale della Sanità (OMS) "una pandemia globale senza precedenti". A marzo 2020, l'Europa e gli Stati Uniti sono diventati l'epicentro della pandemia e molti paesi hanno imposto

restrizioni alla mobilità umana. Nel corso della sua evoluzione, sono state sviluppati vaccini volti a mitigarne la diffusione e la gravità. Tuttavia, il virus ha generato numerose varianti, alcune delle quali più contagiose o in grado di eludere parzialmente la protezione vaccinale. Il 5 maggio 2023 l'OMS ha dichiarato la fine dello stato di emergenza sanitaria mondiale per il Covid-19. (OMS)

Gli effetti sul mercato dell'ospitalità

La pandemia globale da COVID-19 ha danneggiato gravemente l'industria del turismo a causa della sua dipendenza dalla mobilità umana (Yang, Zhang, and Chen 2020), innescando una serie di profondi cambiamenti che hanno interessato tutti gli stakeholders del settore e causando un crollo globale della domanda, dei tassi di occupazione, e delle entrate (Gursoy and Chi 2020; Rivera 2020).

In linea con la tendenza ciclica delle crisi sanitarie, la pandemia da Covid-19 ha comportato il deterioramento dello stato di salute generale, con un conseguente calo della produttività del lavoro e causando, lato offerta, un impatto negativo sul turismo. Allo stesso modo i rischi sanitari, le chiusure di scuole e aziende e le restrizioni governative alla mobilità hanno ridotto notevolmente la domanda (Milone, Gunter, and Zekan 2023).

Le piattaforme nell'industria dell'ospitalità hanno dovuto affrontare le conseguenze delle normative sugli spostamenti e sulle condizioni igienico-sanitarie, osservando la loro influenza sulle prestazioni degli affitti.

Secondo lo studio (Cheng, Hu, and Lee 2023) le restrizioni locali hanno provocato un calo del 57,8% nelle attività di prenotazione globale e ad ogni raddoppio dei nuovi casi era associato un calo delle prenotazioni del 4,16%. La ricerca ha riscontrato, inoltre, che l'elasticità della domanda di airbnb rispetto all'impatto del virus diminuiva con l'aumentare della distanza geografica da Wuhan e aumentava con il rigore governativo delle politiche di blocco e della mobilità umana.

Il settore del turismo

La pandemia ha generato cambiamenti radicali nei modelli di viaggio e nelle preferenze degli ospiti. Con l'aumento delle preoccupazioni per la sicurezza e la salute, i turisti hanno preferito evitare le tradizionali camere d'albergo, orientandosi verso appartamenti e case private. Tale mutamento è stato fortemente influenzato dalla necessità di rispettare il distanziamento sociale (Pfattheicher et al. 2020). Per le stesse ragioni gli appartamenti condivisi erano la tipologia di affitto che si stimava avrebbe risentito maggiormente degli effetti della pandemia, con una diminuzione dell'attrattività relativa per i viaggiatori che avrebbe ribaltato l'ordine di preferenza rispetto ad appartamenti interi e camere

d'hotel della situazione pre-pandemica. Secondo uno studio condotto mediante interviste, le stanze condivise passavano dall'essere preferite nel 48,6% dei casi al 9,1%. (Bresciani et al. 2021). Questo risultato differisce da evidenze empiriche più recenti (Filieri et al. 2023) che non hanno mostrato cambiamenti significativi nella domanda di camere e appartamenti condivisi rispetto al periodo pre-COVID-19, a supporto dell'idea che l'aspetto sociale sia rimasto importante nella motivazione a scegliere il P2P (Guttentag et al. 2018; Tussyadiah and Pesonen 2016).

L'articolo in questione sottolinea, tuttavia, che le prenotazioni di stanze condivise sono strettamente legate alla presenza di ambienti sicuri e puliti. Queste caratteristiche hanno assunto un enorme valore strategico nel periodo pandemico ed è stata dimostrata l'importanza della comunicazione a riguardo da numerosi studi (Bresciani et al. 2021; Godovykh et al. 2023).

Le normative e i nuovi bisogni dei clienti hanno rivoluzionato l'esperienza stessa del soggiorno presso le strutture ricettive. In un'intervista condotta ai manager di alcuni hotel localizzati in diverse zone del globo sono emerse pratiche comuni alle diverse strutture, finalizzate a offrire ai clienti misure di sicurezza rigorose. Tra queste, l'introduzione di protocolli di igiene e pulizia, la riorganizzazione interna del lavoro, la riorganizzazione dei servizi, gli investimenti in tecnologia e innovazioni digitali, la riorganizzazione dei tempi di attesa dei clienti, la formazione del personale e la comunicazione aggiornata erano le più rilevanti (Bonfanti, Vigolo, and Yfantidou 2021).

Due mercati a confronto: Airbnb vs Hotel

La competizione tra Airbnb e hotel, introdotta precedentemente (Bresciani et al. 2021; Guttentag et al. 2018), si basa su diversi fattori, tra cui la destinazione. All'interno dei confini nazionali sono preferiti gli affitti P2P, mentre gli hotel prevalgono per i viaggi all'estero. Rispetto agli appartamenti, gli hotel dispongono di servizi standardizzati e professionali che permettono al turista di provare una sensazione di maggiore sicurezza, più apprezzata in condizioni di incertezza e difficoltà dovuta a differenze linguistiche e culturali. Questo divario di preferenza tra viaggi domestici ed extra-confine è stato ulteriormente ampliato dalla pandemia, poiché essa ha aumentato il rischio per la sicurezza sanitaria (Bonfanti et al. 2021). Per questo motivo gli host privati hanno dovuto garantire standard di pulizia più rigorosi e spazi ad uso esclusivo degli ospiti, al fine di fermare la crescita del gap (Godovykh et al. 2023).

L'emergenza sanitaria non ha modificato le evidenze di (Tussyadiah and Pesonen 2018), per le quali nei viaggi domestici pre-pandemici, gli hotel tendevano ad attrarre turisti sposati, di età più avanzata, con un'istruzione inferiore, una personalità più calma o abitudini di consumo più conservative. Con

la pandemia, gli hotel hanno continuato ad attrarre gli stessi cluster sociodemografici, spostandosi, però, verso quelli con un reddito più alto (Ye et al. 2023).

Nel contesto di Airbnb è emersa, invece, una maggiore willingness to pay associata a migliori caratteristiche di igiene, pulizia, sicurezza e distanziamento sociale (Filieri et al. 2023). Essa è risultata essere influenzata da tre fonti principali: le informazioni fornite dagli host (es. etichette igienico-sanitarie), i protocolli imposti dalla piattaforma e le recensioni degli utenti (Godovykh et al. 2023).

L'effetto della pandemia con focus sulle aree rurali

Tra le molteplici conseguenze della diffusione del Covid-19, un effetto interessante è stato lo spostamento della domanda di alloggi peer-to-peer da aree urbane verso zone rurali, per ragioni legate al minor rischio di contagio, dovuto a una densità di popolazione più bassa (Filieri et al. 2023). Tale fenomeno si inserisce in un processo cominciato già in era pre-pandemica e si delinea come una vera e propria migrazione urbano-rurale spinta dalla crescente offerta di airbnb a sua volta legata allo sviluppo del tessuto imprenditoriale locale (Yeager et al. 2023). Le economie di agglomerazione hanno permesso lo sviluppo delle località rurali interessate, creando esternalità positive per gli host che hanno visto crescere sia i ricavi che il numero di prenotazioni (Jang and Kim 2022).

Nelle aree urbane, al contrario, la presenza di cluster turistici e la concentrazione di annunci ha generato principalmente diseconomie di aggregazione, con una rilevante riduzione della domanda (Jang and Kim 2022) e favorendo la periferia a spese del centro città (Sainaghi and Chica-Olmo 2022).

Lo studio (Jang et al. 2021) ha evidenziato differenze significative tra i turisti in viaggio di piacere e di lavoro. I primi hanno mostrato una percezione del rischio più alta e una conseguente riduzione più accentuata della domanda in periodo pandemico, con la tendenza a preferire le aree rurali rispetto a quelle urbane, più ricche di cluster turistici. I secondi, essendo in possesso di informazioni più precise sulle condizioni sanitarie e sulle destinazioni, hanno risentito in misura minore dell'influenza della pandemia e hanno continuato a prenotare sistemazioni in città.

3. Metodologia

Fonte dei dati

Per uno studio accurato sulla diffusione di Airbnb e sul confronto di quest'ultimo con gli hotel, sono state utilizzate due fonti principali di dati: AirDNA e ISTAT (Istituto Nazione di Statistica).

Fonte primaria: AirDNA

AirDNA è stato selezionato come la principale fonte di dati per la sua vasta copertura geografica e l'ampia gamma di informazioni relative alle locazioni a breve termine. Questi dati sono stati fondamentali per valutare le tendenze nel settore durante i periodi pre-COVID, durante COVID e post-COVID. I dettagli sul tasso di occupazione, l'ADR e il RevPan ottenibili grazie ai dati forniti da AirDNA sono state metriche chiave per l'analisi.

ISTAT: Istituto Nazionale di Statistica

L'Istituto Nazionale di Statistica (ISTAT) è stato utilizzato come complemento alle informazioni ottenute da AirDNA. I dati forniti da ISTAT hanno contribuito a fornire una prospettiva più ampia sul turismo rurale, includendo dati demografici, economici e sociali rilevanti per le aree geografiche considerate. Questi dati sono stati utilizzati per contestualizzare ulteriormente le dinamiche del turismo nelle diverse regioni e province italiane.

ISTAT è stato fondamentale per i dati che si riferiscono al numero degli esercizi alberghieri di diversa tipologia sul suolo italiano, per effettuare quindi un adeguato confronto con Airbnb.

AIDA: il portale dei dati finanziari

Nella ricerca, sono stati impiegati dati forniti AIDA (database Bureau van Dijk) per analizzare i dati finanziari degli hotels italiani. L'utilizzo di tali dati è stato conforme alle normative sulla privacy e alle linee guida etiche vigenti.

Gestione dei Dati

I dati iniziali provenienti da AirDNA e ISTAT sono stati oggetto di una serie di interventi per la loro pulizia e preparazione. Questi interventi hanno compreso l'eliminazione di dati mancanti o anomali, la standardizzazione delle unità di misura e la creazione di nuove variabili per agevolare le successive analisi.

Approccio metodologico

Il nostro studio si basa su un approccio di dati panel, che offre una prospettiva dinamica per esaminare il turismo rurale nel corso del tempo. Questo approccio consente di analizzare l'andamento delle locazioni a breve termine in diverse località rurali durante un periodo di sei anni (2017-2022), fornendo una visione più completa e dettagliata delle dinamiche sottostanti.

Tipologia dei dati: Panel

I dati panel sono un tipo di dati utilizzati in statistica ed economia che seguono le stesse unità (come individui, aziende o regioni) nel tempo. Questi dati permettono di osservare le variazioni e le relazioni

all'interno di un gruppo di unità durante un periodo temporale specifico, consentendo analisi longitudinali e l'osservazione delle dinamiche nel tempo.

Il metodo di dati panel ci ha consentito di raccogliere dati sulle locazioni turistiche in un periodo di sei anni, coprendo il periodo da gennaio 2017 a dicembre 2022. Questa struttura dei dati consente di considerare sia le variazioni tra le diverse destinazioni rurali che le fluttuazioni temporali all'interno di ciascuna destinazione. Questo approccio è particolarmente vantaggioso per catturare l'effetto delle condizioni pandemica sulla domanda turistica nelle aree rurali.

Classificazione dei dati

Al fine di condurre un'analisi approfondita sul turismo rurale in Italia, è stata implementata una classificazione dei dati basata su tre periodi distinti: pre-COVID, durante COVID e post-COVID. Inoltre, per meglio comprendere le differenze nel comportamento turistico, i dati sono stati suddivisi in base alle seguenti categorie geografiche: città, town e rural area. Questa suddivisione ci ha permesso di esaminare le dinamiche specifiche legate al turismo nelle diverse tipologie di destinazioni.

Distinzione dei periodi

a. Pre-COVID: Questo periodo copre l'intervallo temporale dal 2017 al 2019. In questa fase, le restrizioni di viaggio e gli impatti della pandemia da COVID-19 non avevano ancora influenzato significativamente il turismo in Italia.

b. Durante COVID: Questo periodo copre il 2020 e il 2021. Durante questo intervallo, le restrizioni di viaggio, i lockdown e le preoccupazioni legate al COVID-19 hanno avuto un notevole impatto sul turismo, portando a significative variazioni nei modelli di prenotazione e di affitto di locazioni a breve termine.

c. Post-COVID: Questo periodo copre il 2022. Dopo l'allentamento graduale delle restrizioni e la riapertura delle attività, abbiamo considerato questo intervallo come rappresentativo del periodo post-COVID, quando le attività turistiche hanno iniziato a riprendersi.

Distinzione della tipologia di area del suolo italiano

a. Città: Questa categoria include le principali città italiane, caratterizzate da elevati livelli di turismo urbano. Sono state considerate aree metropolitane e urbane con una vasta gamma di attrazioni e servizi turistici.
Criteri utilizzati:

- Popolazione > 50000 abitanti

- Densità di popolazione (abitanti/kmq) >1500

b. Town: La categoria "town" fa riferimento alle località di dimensioni intermedie, che possono essere considerate come centri urbani più piccoli rispetto alle città principali. Queste destinazioni spesso offrono un'esperienza turistica diversa rispetto alle città.
Criteri utilizzati:

- 5000 abitanti < Popolazione < 50000 abitanti
- 300 < Densità di popolazione (abitanti/kmq) < 1500

c. Rural Area: Questa categoria è specificamente dedicata alle aree rurali e agricole in Italia. Includiamo in questa categoria località di campagna, villaggi rurali e altre destinazioni meno urbane, ma ricche di fascino e attrattive legate alla natura e alla cultura locali.
Criteri utilizzati:

- Popolazione < 5000 abitanti
- Densità di popolazione (abitanti/kmq) < 300

Analisi descrittive dei dati

Variabili studiate

Nel corso dell'analisi descrittiva dei dati, abbiamo considerato diverse variabili chiave fornite dai dati raccolti da Airbnb per esaminare il comportamento del turismo rurale durante i periodi pre-COVID, durante COVID e post-COVID. Tra le variabili principali incluse nelle analisi dirette su Airbnb, le seguenti meritano una particolare attenzione:

a. ADR (Average Daily Rate): L'ADR rappresenta il prezzo medio giornaliero di una locazione a breve termine. Questa metrica è fondamentale per comprendere le variazioni nei prezzi alloggi durante i diversi periodi e nelle diverse aree geografiche.

b. RevPar (Revenue per Available Room): Il RevPar misura il reddito generato da una locazione a breve termine per camera disponibile. È una metrica essenziale per valutare la redditività delle locazioni durante i periodi esaminati.

c. Tasso di Occupazione: Il tasso di occupazione rappresenta la percentuale di locazioni disponibili effettivamente occupate in un dato periodo. Questa metrica riflette l'intensità dell'utilizzo delle locazioni e offre un'indicazione sulla domanda turistica.

Analisi descrittive

Per ciascun periodo (pre-COVID, durante COVID e post-COVID) e ciascuna area geografica (città, town e rural area), abbiamo condotto analisi descrittive dettagliate utilizzando gli indicatori sopra citati. Queste analisi hanno incluso:

a. Statistiche di base: Abbiamo calcolato le statistiche di base come la media, la mediana, la deviazione standard e l'intervallo per ciascun indicatore (ADR, RevPar e tasso di occupazione) in ciascun periodo e in ciascuna area geografica. Questi valori ci hanno fornito una panoramica delle tendenze centrali e della dispersione dei dati.

b. Grafici a barre: Abbiamo utilizzato grafici a barre per rappresentare visivamente le differenze nei valori medi degli indicatori tra i periodi e le diverse aree.

c. Analisi comparativa: Abbiamo confrontato i risultati tra i periodi e le diverse aree per identificare tendenze e pattern significativi. Ad esempio, abbiamo valutato se i prezzi medi delle locazioni (ADR) sono aumentati o diminuiti durante la pandemia e se ci sono differenze sostanziali tra le città, i towns e le aree rurali.

Regressione

Nel contesto della nostra ricerca, l'analisi di regressione è stata principalmente impiegata per esaminare il rapporto tra il numero di annunci su Airbnb e la quantità di esercizi alberghieri nelle varie zone d'Italia, suddivise in città, aree rurali e centri urbani, considerando anche differenti periodi temporali come il pre-pandemia, il periodo di COVID-19 e il post-pandemia. Questa analisi ci ha permesso di valutare in modo dettagliato come queste due variabili fossero interconnesse in contesti diversi, contribuendo a rispondere alle domande principali della nostra ricerca.

4. Analisi descrittive interne - Airbnb

Introduzione

Questo studio si propone di approfondire nel dettaglio le dinamiche e le prestazioni del servizio di home sharing fornito da Airbnb in Italia, concentrandosi su tempo e spazio. Attraverso un'analisi dettagliata delle variabili fornite dal database AirDNA, il nostro studio considera diverse prospettive, dall'andamento del numero di annunci presenti in piattaforma P2P in diverse tipologie di aree (aree rurali, centri urbani e città) ai ricavi normalizzati, ADR (tariffa media giornaliera), Occupazione, RevPAN (entrate per notte) e altri parametri derivati.

Studio delle Variabili fornite dal Database AirDNA

Airbnbs

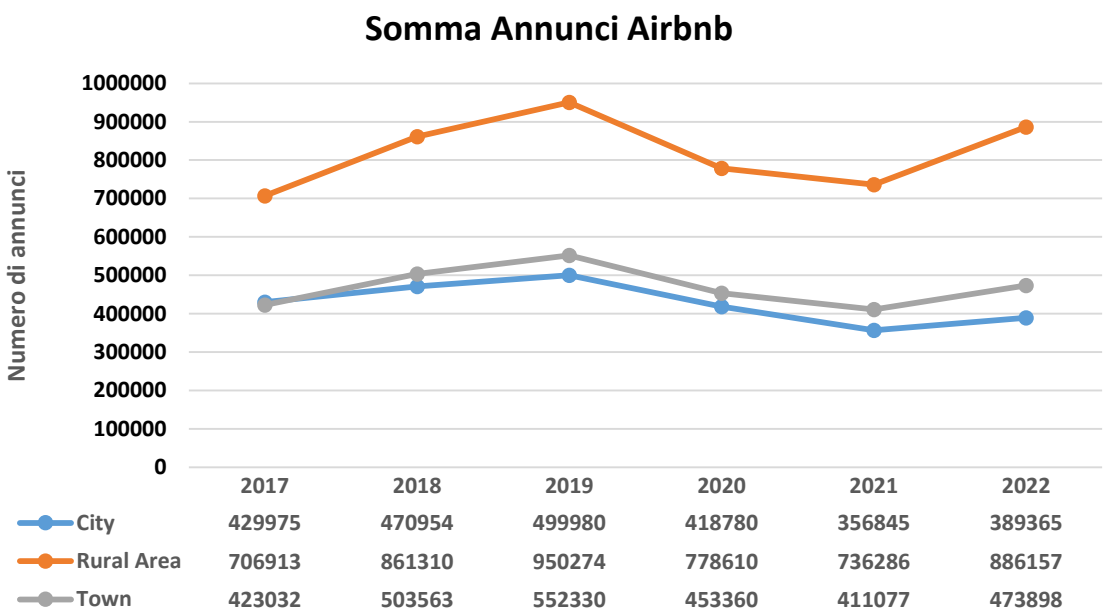


Figura 1 Somma degli Annunci Airbnb

Come mostrato in Figura 1, nelle zone rurali è stato registrato il maggior numero di annunci per tutto il periodo studiato, data anche la predominanza di questa tipologia di area sul suolo italiano, basandosi su uno studio condotto a livello comunale. Si può notare una variabilità superiore in relazione al numero di alloggi sulla piattaforma di home-sharing rispetto alle altre tipologie di area. Si osserva un picco di annunci pubblicati nel 2019 pari a 950274 inserzioni nelle aree rurali. Nel post covid le aree rurali son state in grado di recuperare più facilmente le perdite dovute alla pandemia rispetto a cities e towns.

Hosts di Airbnb

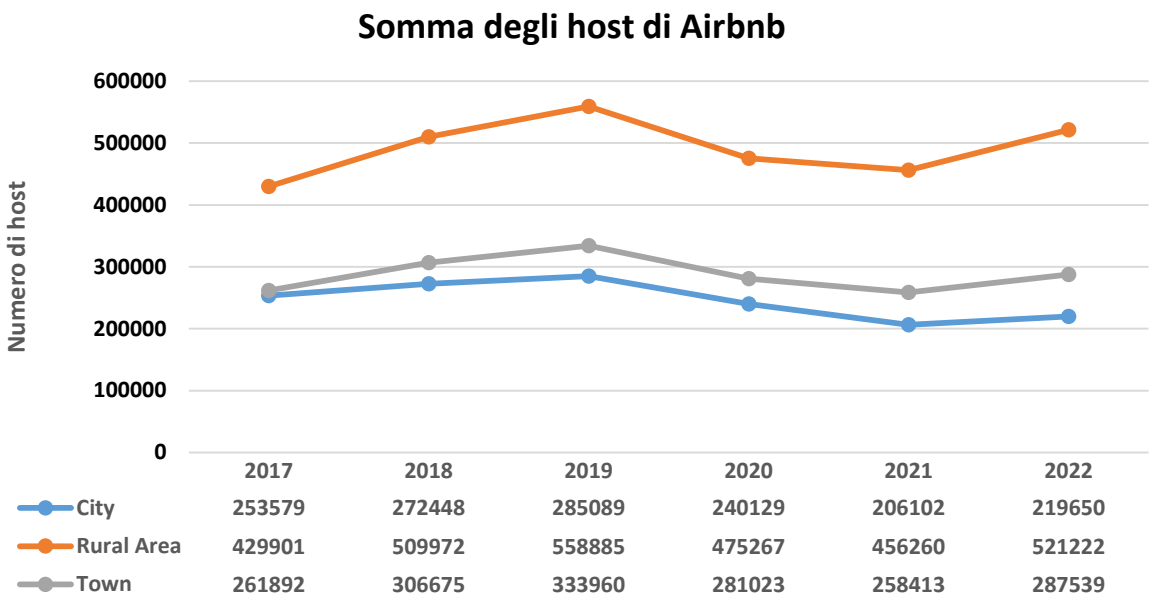


Figura 2 Somma degli Hosts di Airbnb

Il numero di host presenti sulla piattaforma, come somma del numero di host operanti nel trimestre di riferimento in ogni zona del Paese, rispecchia abbastanza precisamente il comportamento del numero di annunci, sia in termini di valori relativi, che di elasticità rispetto a stagionalità ed eventi imprevisti. La figura 4 mostra come durante la pandemia (2020) vi è stato un calo del numero degli hosts presenti in tutte le tipologie di area, coerentemente con quanto osservato per l'andamento del numero di annunci. Tra le tre zone studiate, nelle aree rurali il delta negativo è stato inferiore in valore assoluto.

In generale In Italia vi sono molte più zone rurali rispetto alle altre tipologie di zone, in particolare, se si guardano i totali complessivi vi sono 2951507 hosts nelle aree rurali, 1476997 nelle cities e 1729502 nei towns.

Revenue_Normalizzati

$$Revenue_{Normalizzati} = \frac{Media\ Revenue}{Annunci\ Airbnb}$$

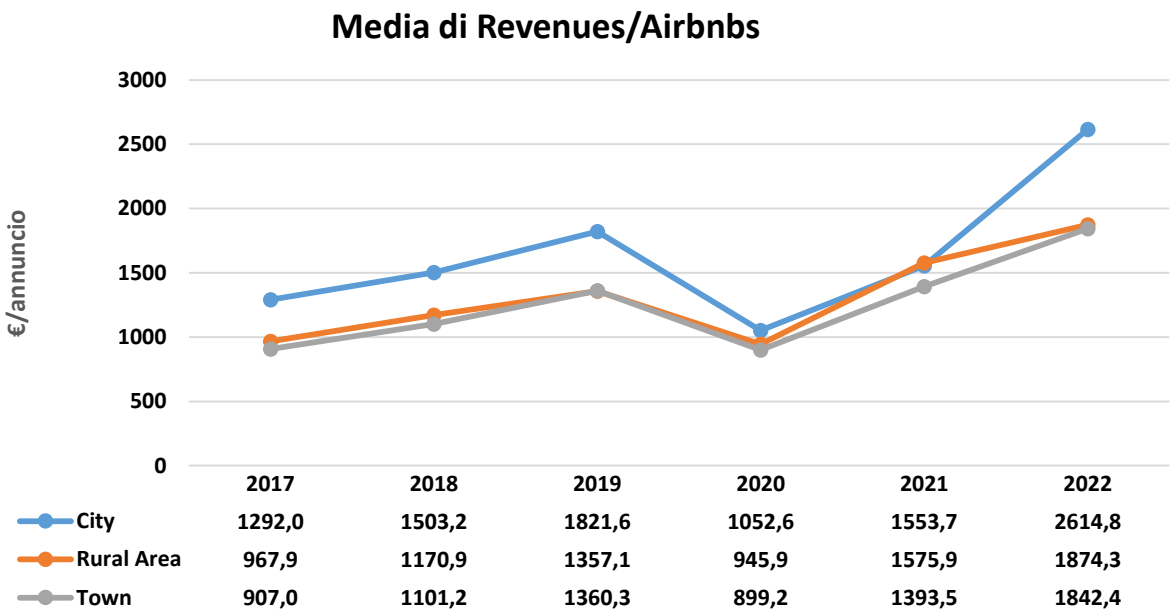


Figura 3 Media di Revenues/Airbnbs

Per l'analisi di questo indicatore, si sono normalizzati i ricavi in relazione al numero di annunci per avere una situazione più coerente e uniforme relativamente alla tipologia di area osservata. Sommando i ricavi generati dagli annunci per tipologia di area si ottengono andamenti nel tempo differenti. Towns e Cities mostrano un ventaglio meno aperto, con una variabilità delle prime superiore rispetto alle seconde (figura 3).

Le aree rurali mostrano differenziali maggiori, con valori quasi mille volte più grandi nei picchi rispetto ai minimi annuali. Nonostante la pandemia abbia causato l'arresto della crescita dei ricavi, riportandoli sotto il livello raggiunto nel 2017, gli annunci hanno recuperato rapidamente in tutte le zone, superando già a partire dal secondo trimestre del 2022 i record segnati nel 2019. In particolare si sono ottenuti dei totali complessivi pari a 1638.9 per City, 1332.7 per Rural Area e 1258.3 per Town.

ADR

$$ADR = \frac{Revenue}{Reservation_Days}$$

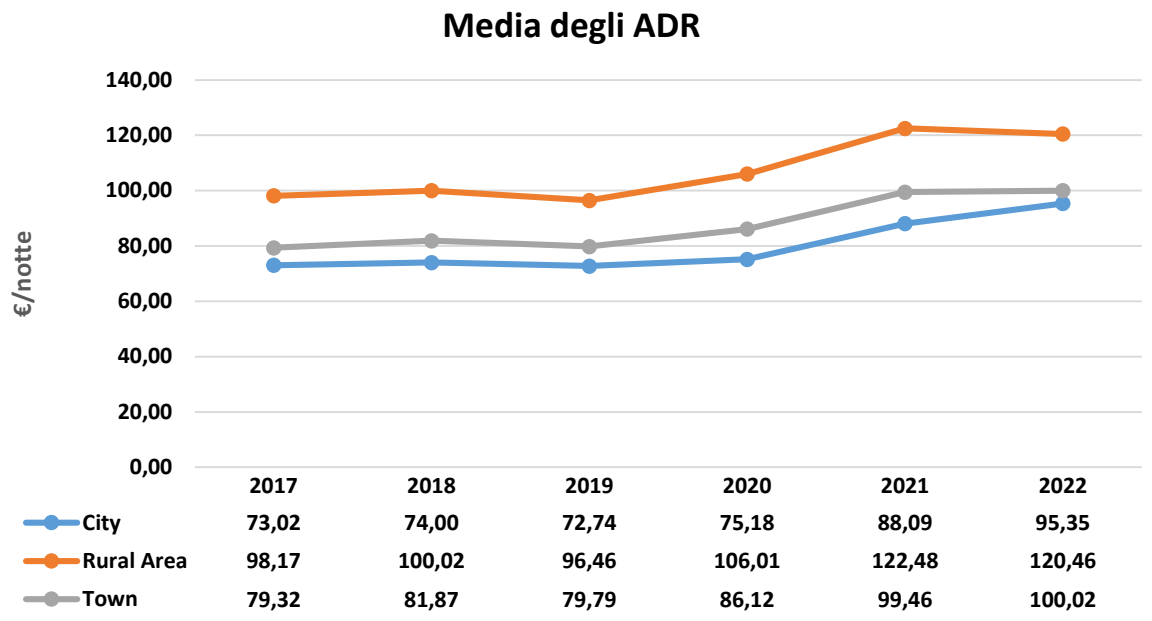


Figura 4 Media degli ADR

L'analisi si è soffermata sullo studio dell'ADR medio per gli annunci di Airbnb esaminando diverse osservazioni.

Nel totale complessivo, la media dell'ADR per le città è stata di 79,68. In particolare, nel 2017 l'ADR medio per gli annunci di Airbnb nelle città era di 73,02. Questo valore è aumentato costantemente nel corso degli anni, raggiungendo un massimo di 95,35 nel 2022. Questo indica un aumento sostanziale del reddito medio generato dalle locazioni a breve termine nelle città italiane.

Osservazione analoga per i towns, per cui il valore medio di ADR è aumentato costantemente durante tutto il periodo analizzato.

(Figura 4) Considerando le zone rurali, si osserva un ADR medio leggermente più alto rispetto alle altre due categorie già a partire dal 2017 (valore di 98,17), valore in crescita negli anni raggiungendo il massimo di 122,48 nel 2021. Gli ADR medi per tipologia di area sono più alti nelle zone rurali e rispecchiano la maggior difficoltà per gli host in queste zone a coprire i costi fissi, rispetto alle towns e ancor più alle cities, che sono caratterizzate da tassi di occupazione più alti. Godendo di entrate costanti e meno soggette a incertezza e stagionalità, gli host di towns e cities possono permettersi di praticare prezzi inferiori.
L'ADR non è un indicatore che ha subito gravi impatti dalla pandemia: i dati mostrano un andamento crescente a partire dall'inizio della diffusione del Covid-19.

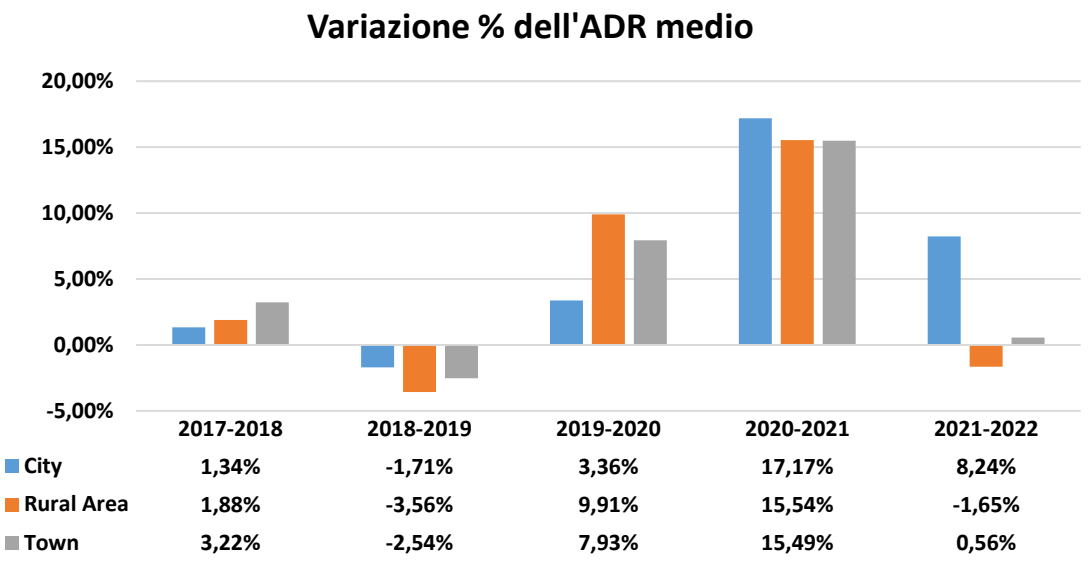


Figura 5 Variazione % dell'ADR medio

Se si analizzano, invece, i dati considerando le variazioni percentuali tra i diversi bienni si possono effettuare alcune considerazioni.

Il turismo è divenuto un servizio di qualità/lusso e a partire dal biennio (2020-2021) in cui si è cercato di scaricare l'onere economico della crisi pandemica sui turisti. In tutte e tre le zone, infatti, vi è stato un aumento notevole dell'indicatore ADR nel biennio post covid (Città +17,17%, Aree rurali +15,54%, Town + 15,49%). Questo indica come l'impatto della pandemia abbia ridotto l'offerta e di conseguenza abbia provocato un aumento dei prezzi. (Fig.5)
L'andamento dell'ADR è coerente con le dinamiche di mercato: se il tasso di occupazione è in continua crescita ci si aspetta che vi è più domanda di anno in anno e, se aumenta la domanda, aumentano anche i prezzi.

Occupation Rate

$$Occupation_Rate = \frac{(Reservation_{Days})}{(Reservation_Days + Available_Days\ )}$$

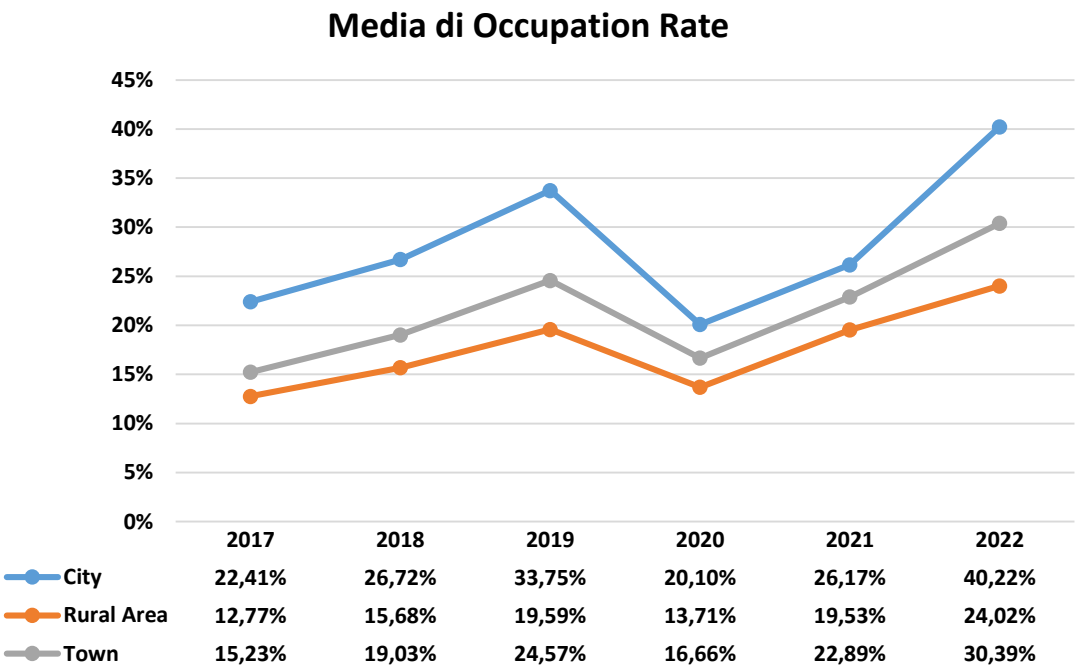


Figura 6 Media di Occupation Rate

Come introdotto precedentemente, il tasso di occupazione medio delle città appare generalmente più alto (Media complessiva pari a 0,28), mentre le aree rurali risultano quelle caratterizzate da una maggiore difficoltà ad affittare (Media complessiva pari a 0,18). La spiegazione di questo fenomeno è che la città attrae un'ampia fascia di turisti, tra cui viaggiatori d'affari e amanti dell'arte, che, oltre a garantire una domanda elevata, appartengono a segmenti di mercato diversi e rispondono a un'offerta di appartamenti più ampia. (Fig.6) Questo trend è caratterizzato dalla già menzionata stagionalità e mostra una maggiore inerzia da parte delle città nel riprendersi dopo lo shock causato dalla pandemia.

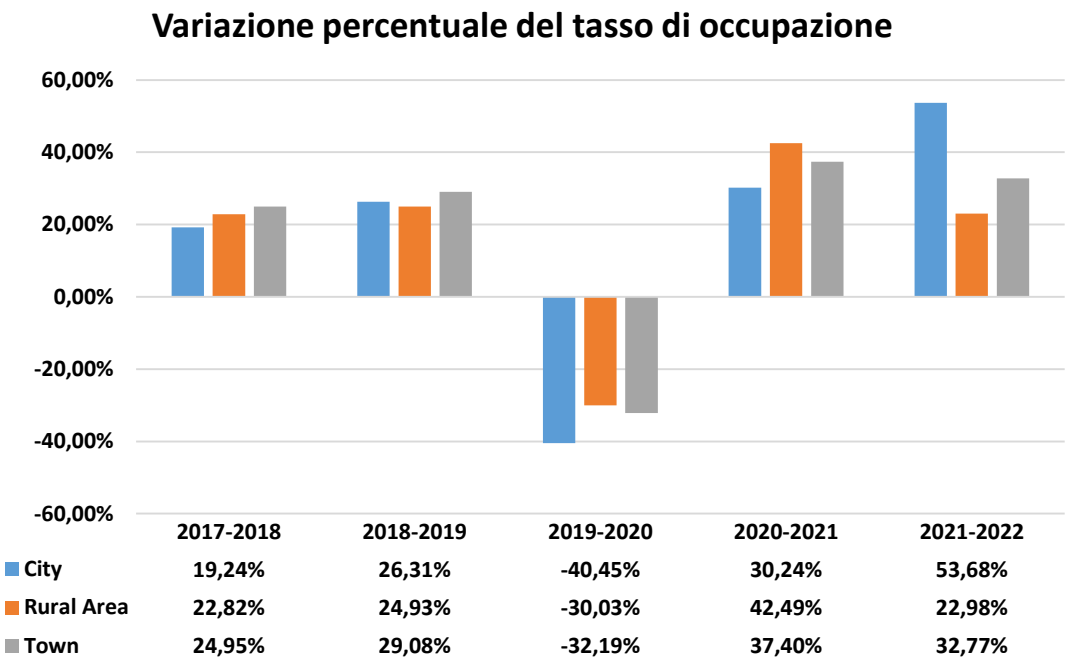


Figura 7 Variazione % dell'Occupation Rate

Se ci si concentra sul biennio dell'epidemia da COVID-19 (2020-2021), possiamo notare che il tasso di crescita complessivo nelle aree rurali è più elevato rispetto ad altre tipologie di aree (urbane +30,24%, rurali +42,49%, urbano +37,40%). (Fig.7) Ciò conferma che i turisti scelgono destinazioni remote a causa delle preoccupazioni sul contagio pandemico. Nel periodo post-epidemia il desiderio dei turisti di visitare la città è tornato a crescere (+53,68%).

Nel complesso si possono trarre le seguenti conclusioni: L'effetto occupazione supera l'effetto ADR: cioè se nelle zone rurali il prezzo medio per notte di occupazione è più alto, ma in ogni caso il ricavo medio per annuncio è inferiore a causa I tassi di occupazione urbana sono sufficientemente più alti da superare il divario di prezzo.

RevPAN

$$RevPan = \frac{Revenue}{(Reservation_Days + Available_Days)}$$

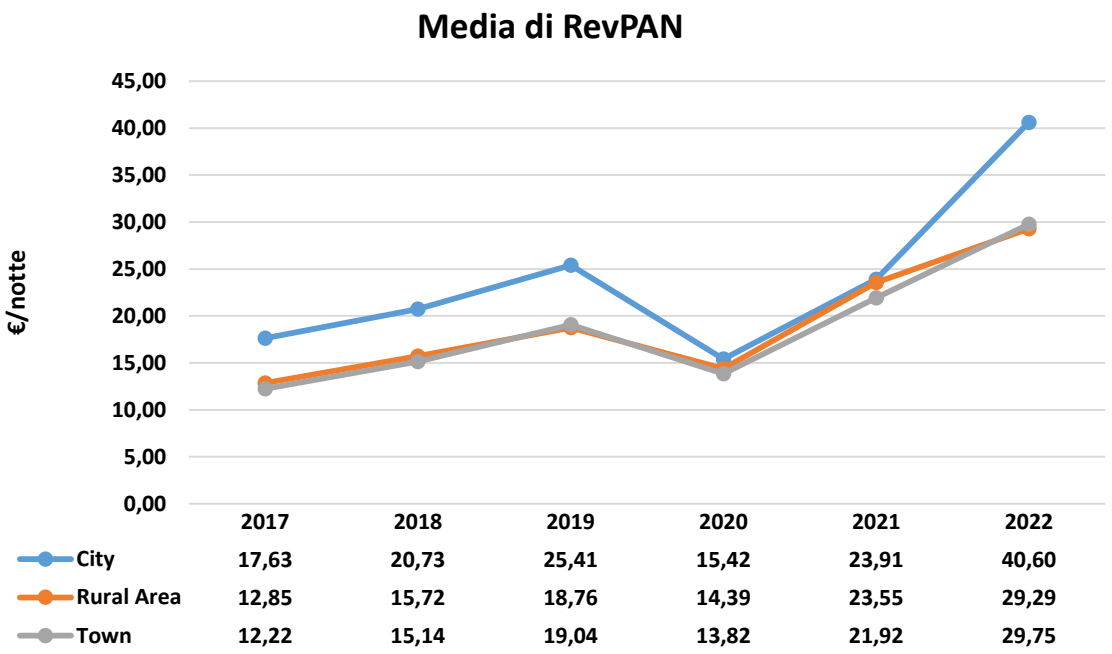


Figura 8 Media di RevPAN

Per tipologia di area, l'indicatore RevPAN è caratterizzato da picchi che tendono ad essere più elevati nelle città. Questa tipologia di area è caratterizzata da una redditività media più elevata anche a causa dei tassi di occupazione (le medie complessive per città, aree rurali e centri abitati sono rispettivamente 23,93, 19,42 e 18,8 €/notte). (Fig.8) Tuttavia, la redditività dei centri urbani è stata fortemente colpita dall'epidemia e ha iniziato a riprendersi a partire dalla fine del 2021. Le aree urbane e rurali sono in grado di resistere meglio agli shock, riuscendo a mantenere sufficientemente proficui gli annunci sulla piattaforma anche durante il periodo di crisi più intensa.

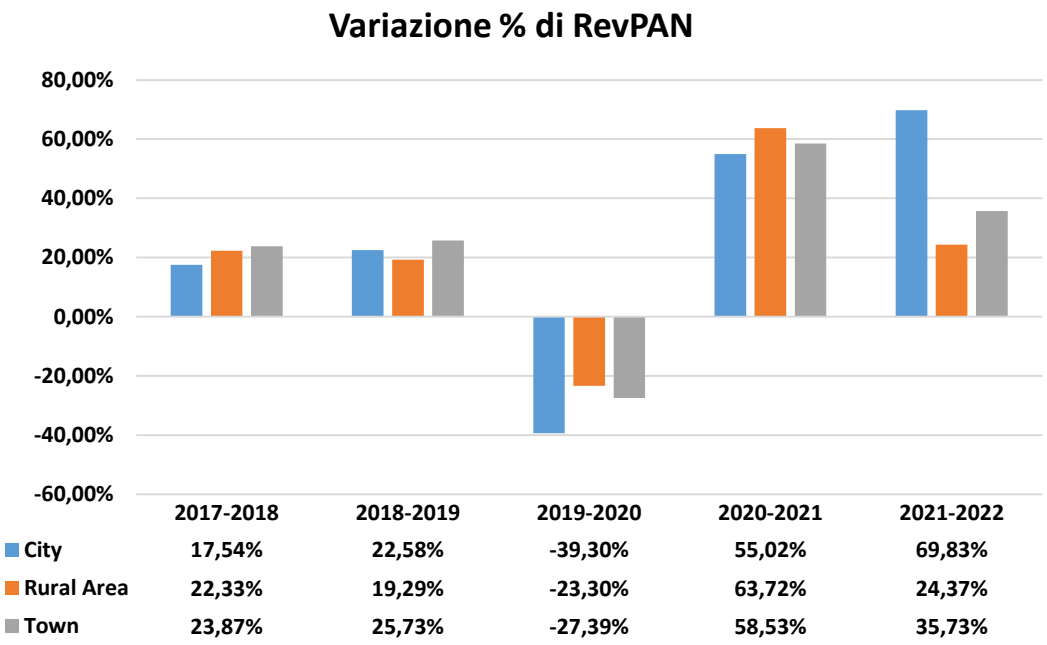


Figura 9 Variazione % di RevPAN

Il revPan, se si analizzano i dati sotto forma di variazione, ha un andamento analogo all'occupation rate. Si può infatti notare come nel biennio del covid le aree rurali abbiano avuto un incremento maggiore (+63,72%) rispetto alle altre due zone (Città +55,02% e Town +58,53%) (Fig.9). Nel periodo Post Covid i turisti sono tornati a visitare le città (+69,83%) e meno le aree rurali (+24,37%).

Indicatori derivati

Airbnb_Hosts

$$Host\ multi\ Property = \frac{(Media\ degli\ annunci)}{Hosts}$$

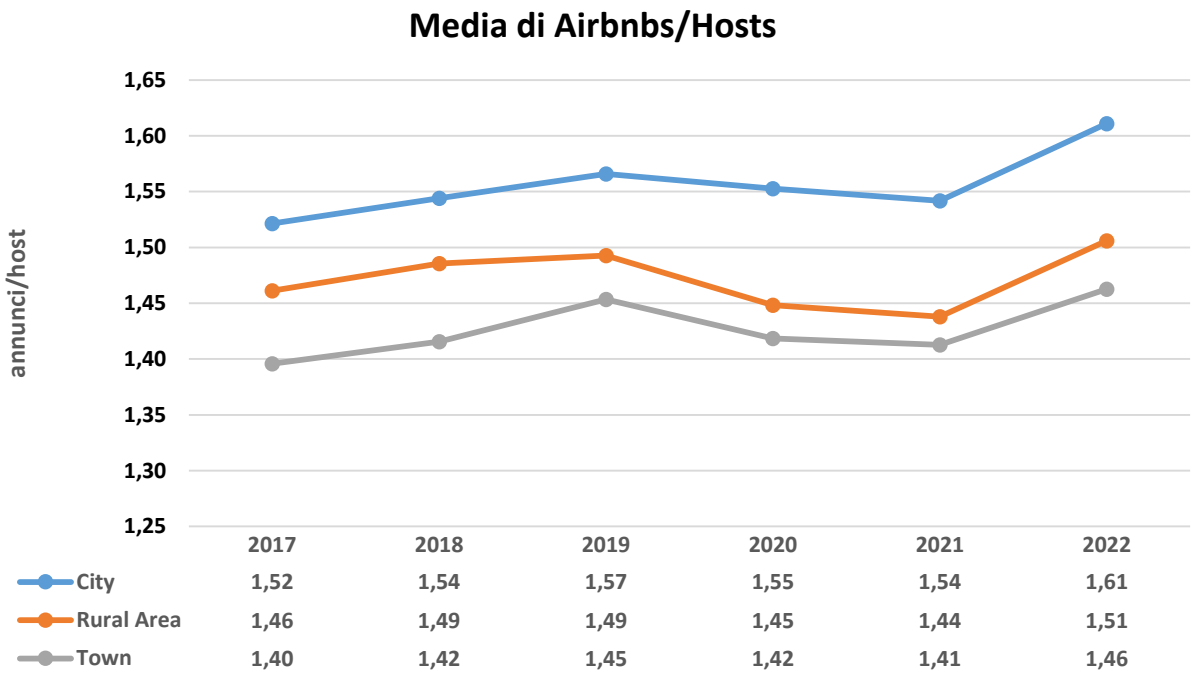


Figura 10 Media di Airbnbs/Hosts

Se si effettua un'analisi per individuare la media del numero di annunci posseduti dagli hosts, si nota come nelle città vi sia la presenza di più host multiproperty con un picco registrato nel 2022 in cui si registra che nelle cities ogni host possiede in media 1,61 annunci contro invece il dato 1,46 registrato nei centri urbani (Fig.10).
Nelle aree rurali, invece, si nota che i relativi host hanno ridotto considerevolmente il numero medio di annunci nel 2020, per poi aumentarlo nuovamente a partire dal 2022, raggiungendo il numero di 1,51 annunci/hosts, dato più alto per le zone rurali durante il periodo esaminato di sei anni.

Media di Airbnbs su Superficie

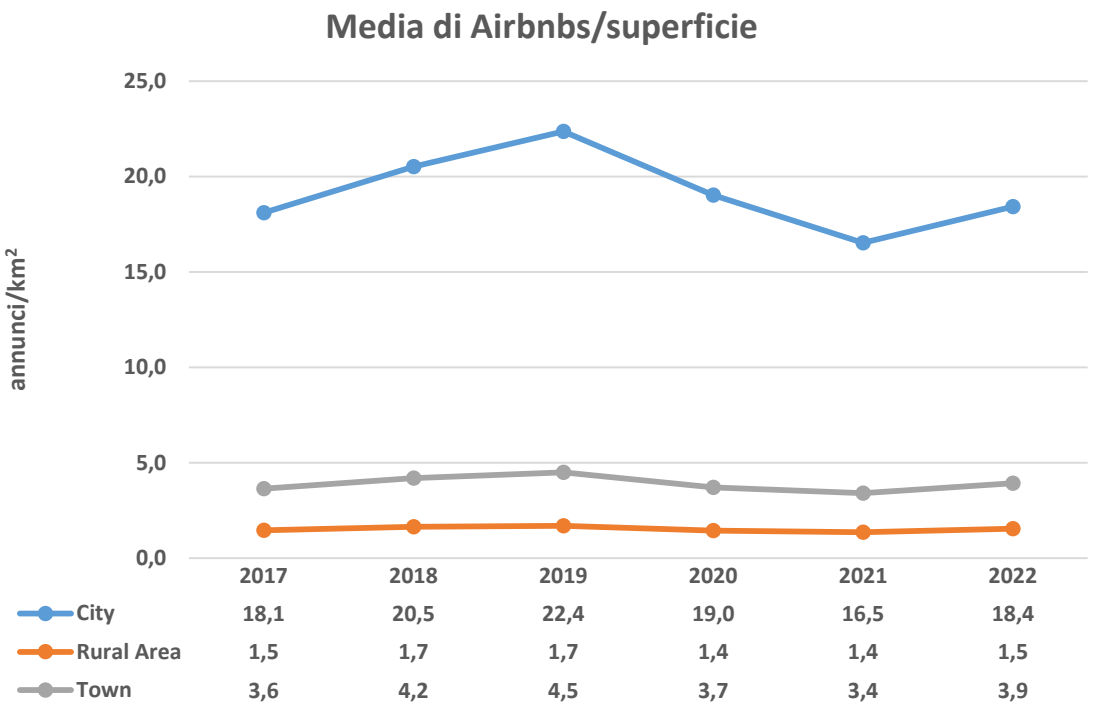


Figura 11 Media di Airbnbs/Superficie

In linea con la distribuzione degli immobili nelle tre categorie di zone considerate, la densità degli annunci è maggiore nelle città (complessivamente pari a 19,17), seguite dai centri abitati (complessivamente pari a 3,89) e infine nelle aree rurali (complessivamente pari a 1,52). Mentre la densità nei centri urbani e nelle aree rurali è rimasta pressoché costante tra il 2017 e il 2022, le città hanno registrato notevoli cambiamenti. Dopo una prima fase di crescita che ha raggiunto il picco nel terzo trimestre del 2019 (il valore per superficie di Airbnb è stato pari a 22,37) (Fig.11), il numero di annunci per chilometro quadrato è diminuito significativamente, scendendo al di sotto dei livelli registrati nel 2017. Tuttavia, in seguito a un periodo di stallo nel 2021, la densità ha ripreso a crescere.

5. Analisi descrittive del settore alberghiero tradizionale

Nella prima parte del presente capitolo sono analizzati i dati ISTAT che riportano il numero di esercizi alberghieri, presenti nei comuni italiani, di diversa tipologia (5,4,3,2,1 stella e residenze turistico alberghiere).

L'arco temporale considerato è il periodo dal 2017 al 2022 per poter fare un confronto coerente con i dati posseduti di Airbnb.

In generale:

a. Vi sono andamenti differenti tra le diverse tipologie di hotel.
b. Si possono trarre delle conclusioni in base ai tre macro periodi analizzati: pre covid; covid; post covid.

Si analizzano ora le diverse tipologie di Hotel.

Nella seconda parte è presentata un'analisi basata su dati di conto economico ottenuti tramite database AIDA. L'analisi in questione è stata realizzata su un intervallo di tempo più ampio (2013-2022), al fine di cogliere le tendenze specifiche in modo più accurato.

ESERCIZI ALBERGHIERI di Lusso (5 stelle e 4 stelle)

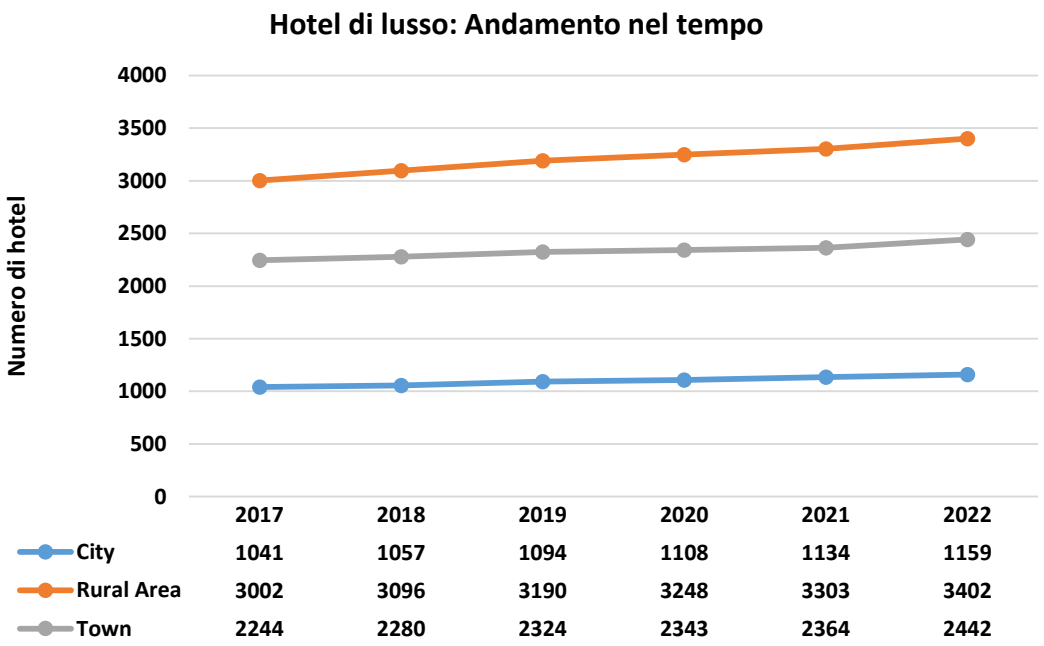


Figura 12 Hotel di Lusso: Andamento nel tempo

Osservazioni:

- Il Luxury Hospitality Report, effettuato con l'analisi di Thrends su dati 2021, ha rilevato che il fatturato dei 5 stelle in Italia è pari al 20% del fatturato di tutto il settore alberghiero nella Penisola.
- Per gli hotel di lusso si può notare una continua crescita, senza variazioni neanche in periodo pandemico, pari al 2,47% nelle aree rurali e al 2,12% per le città. I clienti con un forte potere di spesa continuano a scegliere hotel di fascia alta, che consentono agli imprenditori di coprire le spese attraverso maggiori profitti senza chiudere l'attività.

- POST COVID: Gli esercizi alberghieri di lusso sono in costante crescita, non avendo mai risentito della crisi pandemica. (Fig.12)

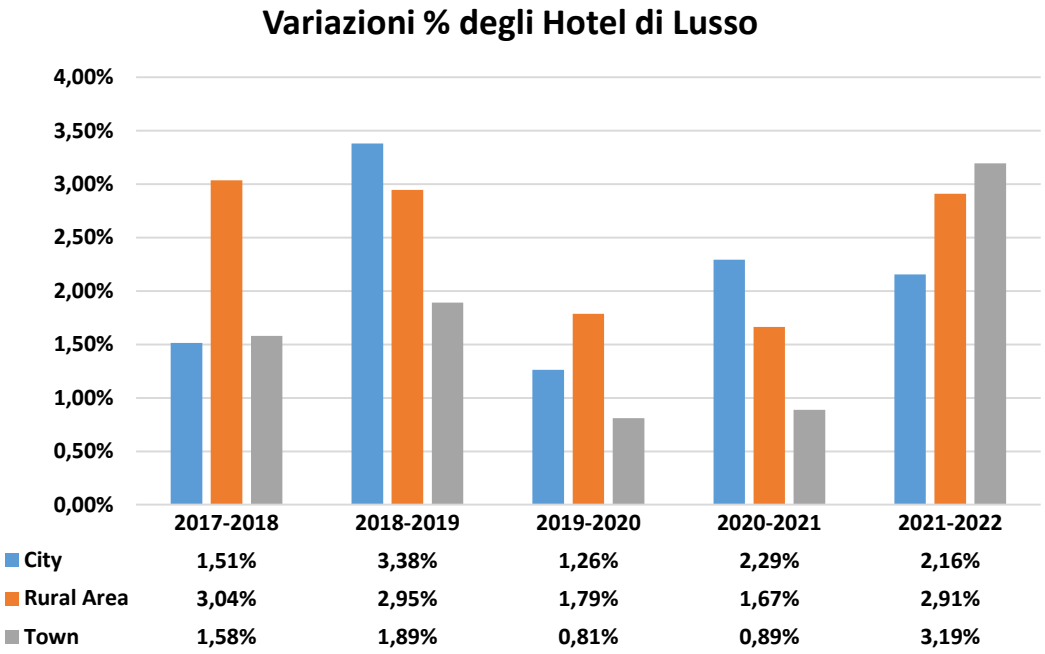


Figura 13 Variazioni % degli hotel di lusso

Osservazioni:

- Le variazioni in percentuale per gli hotel di lusso sono positive per tutto il periodo esaminato in ogni tipologia di area.
- La clientela con grande capacità di spesa ha continuato a scegliere gli hotel di alta categoria. Si nota una continua crescita nel tempo influenzata dalla pandemia con percentuali leggermente inferiori nel periodo covid ma positive.
- In generale si osserva una media globale del +2,47% nelle aree rurali vs +2,12% nelle città. (Fig.13)

ESERCIZI ALBERGHIERI A 3 STELLE

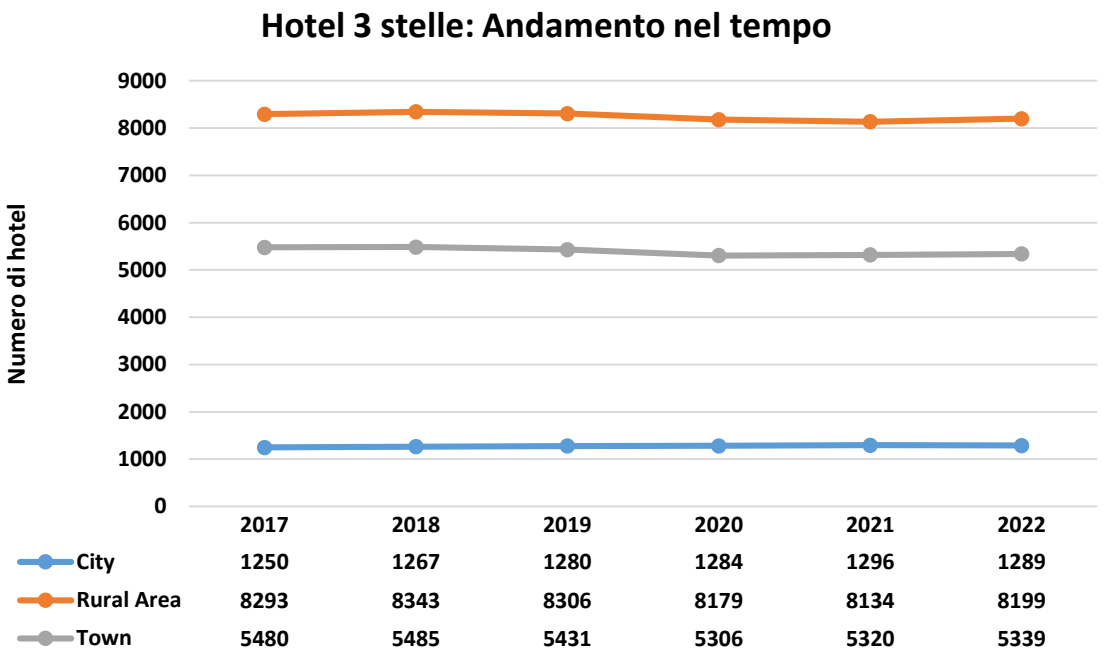


Figura 14 Hotel 3 stelle: Andamento nel tempo

Osservazioni:

A partire dalla tipologia di hotel a 3 stelle, vi è un andamento costante del numero di esercizi alberghieri in tutte le classificazioni di area nella penisola italiana, con una lieve decrescita nel biennio pandemico nelle aree rurali e nelle città. (Fig.14)

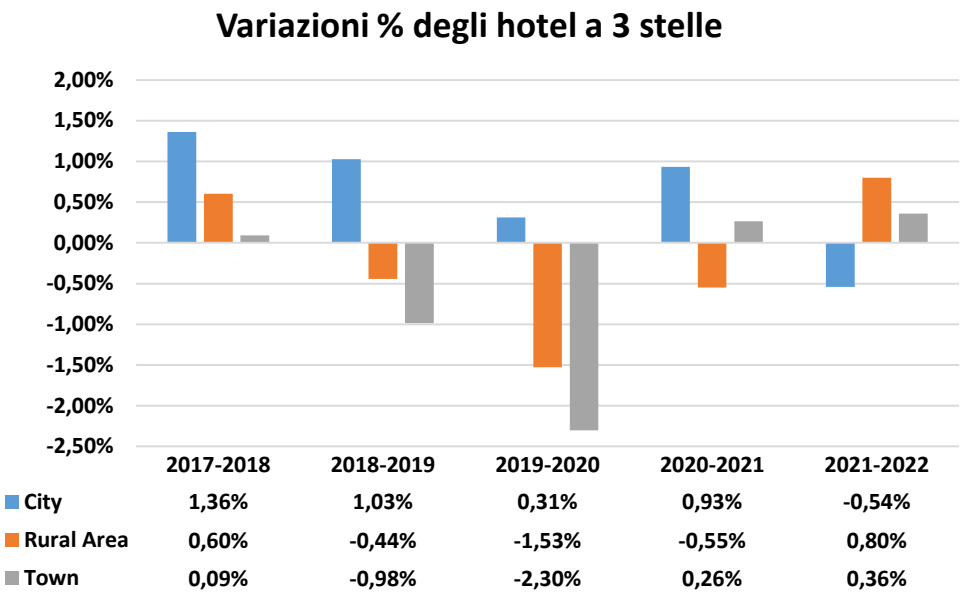


Figura 15 Variazioni % degli hotel a 3 stelle

Osservazioni:

- Nell'ultimo biennio analizzato si nota come le città siano state colpite da una decrescita del numero di esercizi alberghieri di fascia media, a differenza delle aree rurali che hanno registrato una percentuale in aumento (-0,54% vs +0,80% rispettivamente). Si tratta di percentuali minime tali da non indurre a conclusioni specifiche. (Fig.15)

ESERCIZI ALBERGHIERI di fascia Bassa (1 stella e 2 stelle)

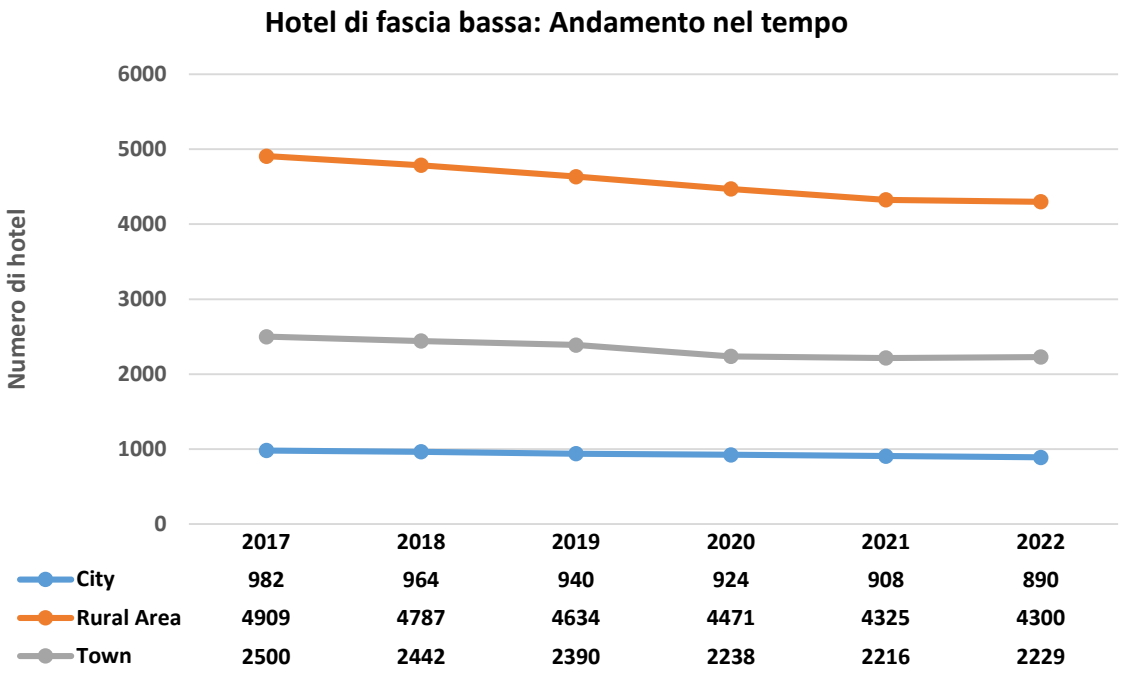


Figura 16 Hotel economici: Andamento nel tempo

Osservazioni:

- Gli esercizi alberghieri a 2 stelle seguono lo stesso andamento di quelli a 1 stella, con un crollo maggiormente visibile nel periodo pandemico, per poi stabilizzarsi ma sempre con un andamento leggermente negativo.
- Il calo medio annuo è del 3% con una accelerazione nel periodo pandemico. (Fig.16)
- Questa tipologia di hotels si è ritrovata a non reggere la competizione in un mercato che è sempre più indirizzato ad un turismo di lusso e con un player come Airbnb che mette in discussione la competizione sul rapporto prezzo/qualità.

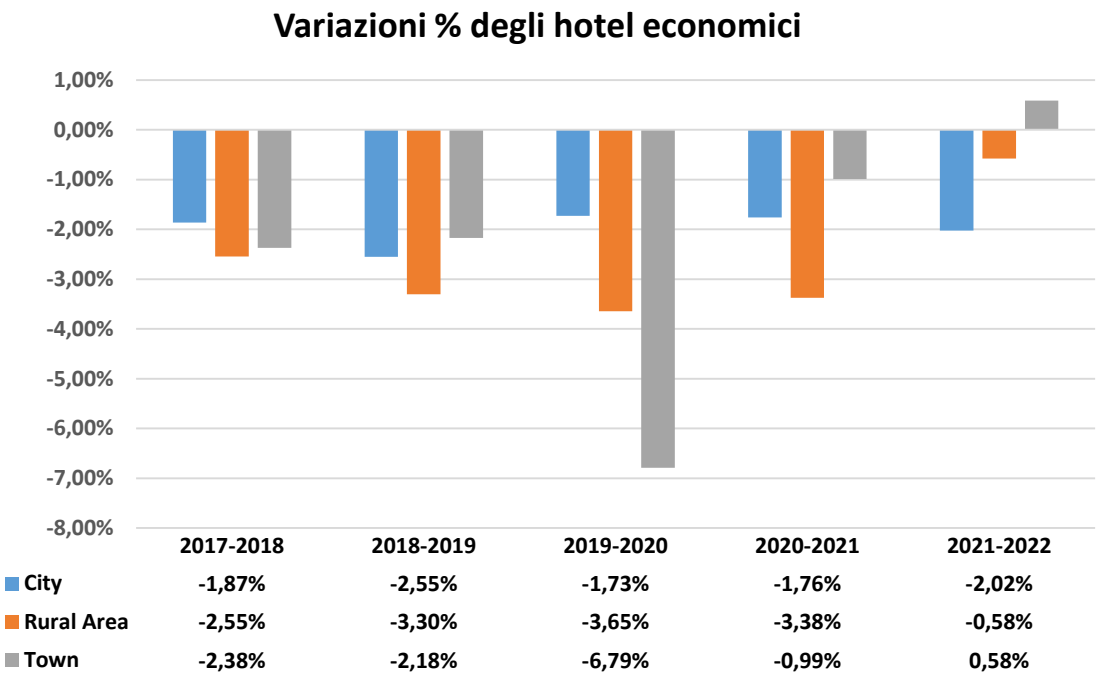


Figura 17 Variazioni % degli hotel economici

Osservazioni:

- I centri urbani risultano maggiormente colpiti dal covid per quanto riguarda le strutture alberghiere di fascia bassa (-6,79% nel biennio 2019-2020 vs -1,73% per le cities e -3,65% per le aree rurali). In contrasto a ciò, i centri urbani risultano la tipologia di area che si è ripresa in modo più rapido nel post pandemia (+0,58% vs -2,02% per le cities e -0,58% per le aree rurali). (Fig.17)
- Per gli hotel economici si è avuto un calo medio annuo del 3%. Vi è stata la chiusura di tanti esercizi alberghieri specialmente nel periodo pandemico ed evidentemente questa tipologia di hotel non sta reggendo la grande competizione presente in un settore che è sempre più indirizzato verso un turismo di lusso. Gli alberghi a una e due stelle sono spesso usati come affitti brevi, ma a differenza degli Airbnb, sono caratterizzati da margini molto bassi.

In generale

Nel corso degli anni, il settore alberghiero italiano ha attraversato una costante fase di evoluzione a lungo termine, caratterizzata dalla continua riduzione (o limitazione dell'espansione) del numero di

strutture disponibili. Questo cambiamento è stato accompagnato da un graduale spostamento verso strutture di dimensioni sempre maggiori nel panorama dell'offerta alberghiera.

Contestualmente, si è verificato un intenso processo di miglioramento della qualità, che ha portato a una progressiva diminuzione del numero di strutture di bassa categoria e, contemporaneamente, a una crescente presenza di hotel di fascia media e alta. Nel corso del tempo, si è attivato un processo che ha riequilibrato la composizione complessiva dell'offerta alberghiera in Italia, a discapito degli hotel considerati economici e a beneficio delle strutture definite "di lusso".

Analisi finanziaria

La presente analisi è stata realizzata con l'intento di individuare i cambiamenti avvenuti nel settore alberghiero nell'ultimo decennio, osservando le variazioni di ricavi ed EBITDA rilevati nel periodo di riferimento in un periodo che copre gli anni dal 2013 al 2022, tramite un'analisi differenziata per classificazione di area, coerentemente con quanto effettuato negli studi precedenti.

E' possibile stabilire in maniera più accurata le cause sottostanti ai mutamenti che hanno interessato il settore degli hotel, distinguendo l'influenza di Airbnb da potenziali fenomeni di sconvolgimento estranei alla piattaforma di condivisione degli alloggi.

City

Il differenziale Ricavi-EBITDA dal 2013 al 2019 nelle cities è aumentato costantemente, indicando l'incremento dei costi che le strutture alberghiere devono sostenere annualmente. Tuttavia, le entrate in costante aumento nel medesimo periodo hanno garantito un andamento stabile dell'EBITDA, il quale è risultato crescere, ma in maniera più lieve.

Come mostrato nel grafico sottostante (Figura 18), la pandemia del Covid-19 ha ridotto drasticamente i ricavi, portando le aziende operanti nel settore a registrare un EBITDA (aggregato per comune) medio negativo (pari a circa –500 mila euro).

Nel biennio successivo la ripresa è stata particolarmente rapida, con ricavi registrati nel 2022 inferiori solo al picco del 2019, ma con un EBITDA che ha superato i livelli pre-pandemici.

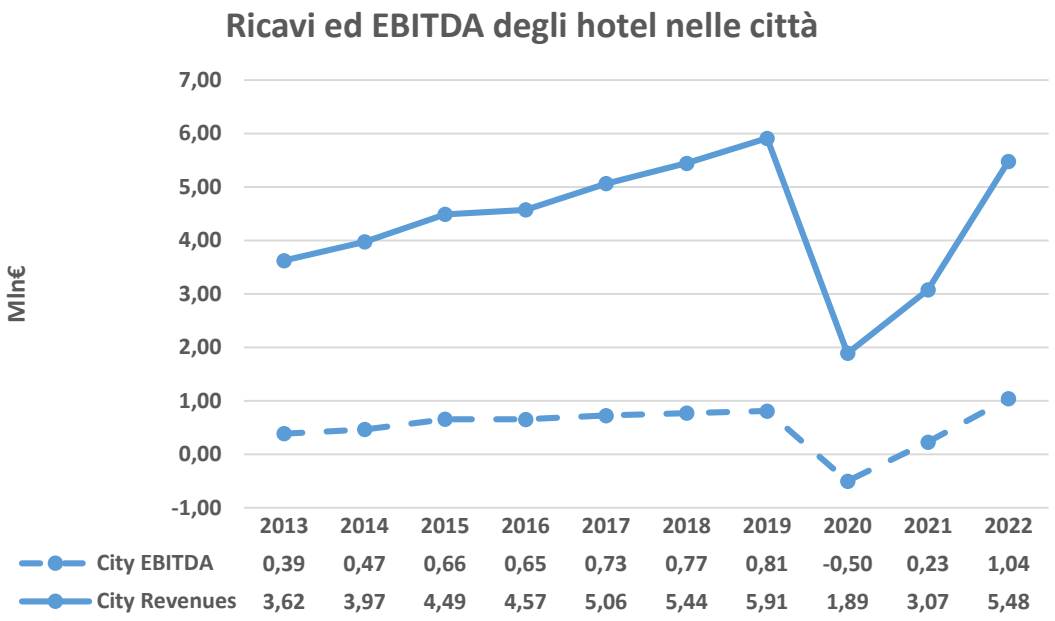


Figura 18 Ricavi ed EBITDA degli hotel nelle città

Town

Conducendo un'analisi analoga per l'andamento delle variabili finanziarie nel contesto dei towns, si possono evincere le stesse osservazioni: l'EBITDA medio è aumentato in maniera ridotta, in rapporto alla crescita elevata dei ricavi. Mentre la crisi ha colpito in modo più significativo le città rispetto ai centri minori, va notato che per quest'ultimi la ripresa è stata più lenta. Nel corso del 2022, si registrano ancora Ricavi ed EBITDA inferiori rispetto ai livelli pre-pandemici. (0,72Mln€ di EBITDA nel 2022 vs 0,73Mln€ nel 2019).

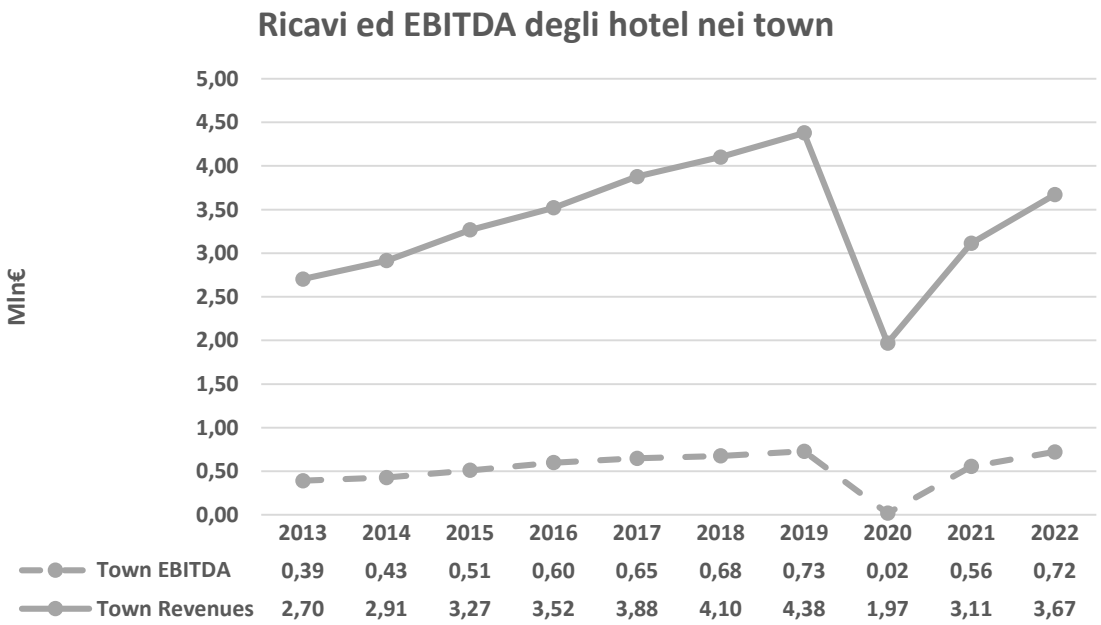


Figura 19 Ricavi ed EBITDA degli hotel nei town

Rural Area

Se si analizzano i dati relativi alle componenti di conto economico considerate nel contesto specifico delle aree rurali, è immediato notare l'evidente analogia con gli andamenti precedentemente descritti.

Nello specifico, è possibile osservare la stessa tendenza individuata per le città nel periodo post-pandemico, con ricavi inferiori solamente alle rilevazioni del 2019 ed EBITDA discretamente superiore al periodo pre-pandemico.

A differenza di quanto emerso nelle città e nei towns, l'EBITDA medio per comune nel 2020 ha subito una riduzione relativamente leggera, mantenendo un valore circa pari a 350 mila euro.

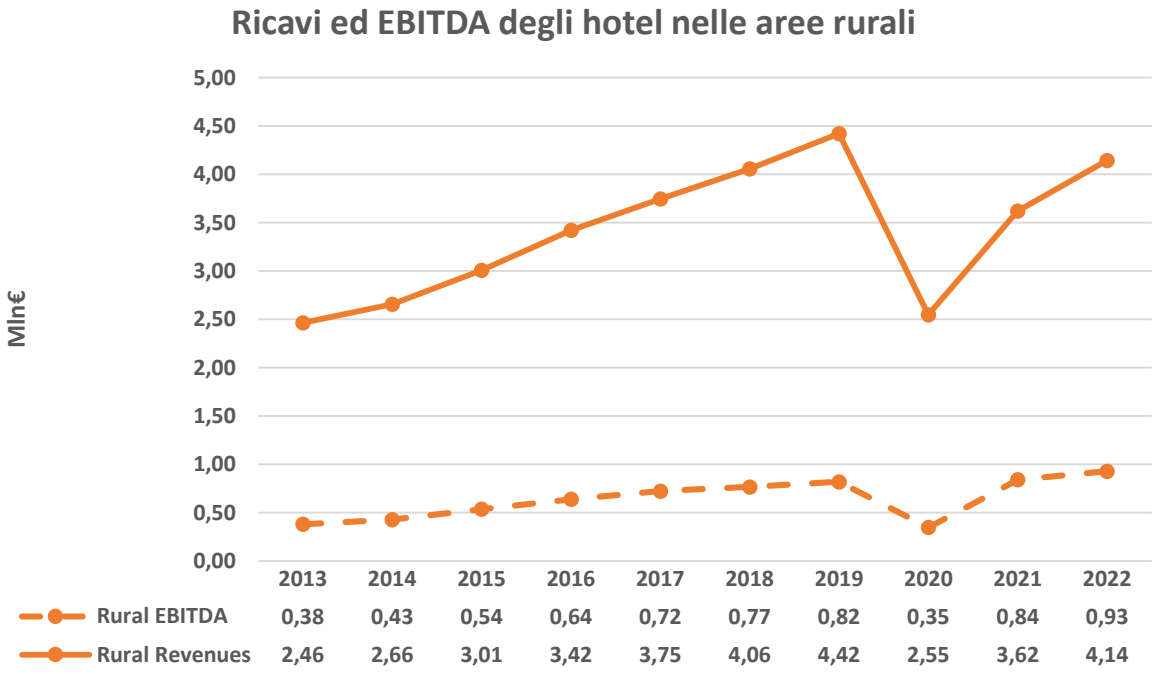


Figura 20 Ricavi ed EBITDA degli hotel nelle aree rurali

Risultati in aggregato

Considerati gli andamenti di ricavi ed EBITDA degli esercizi alberghieri nelle diverse tipologie di area, molto simili tra loro, risulta evidente l'andamento di tali variabili a livello complessivo.

Il "ventaglio" ricavi-EBITDA risulta sempre più aperto nell'intervallo temporale dal 2013 al 2019, periodo dopo il quale la crisi pandemica si è registrato il crollo dei ricavi e il conseguente del margine operativo lordo, che è risultato mediamente negativo dati i valori estremamente bassi registrati nelle città.

In generale la ripresa nel biennio 2021-2022 appare notevolmente rapida, con ricavi nel 2022 vicini ai livelli del 2018 ed EBITDA più alto di sempre.

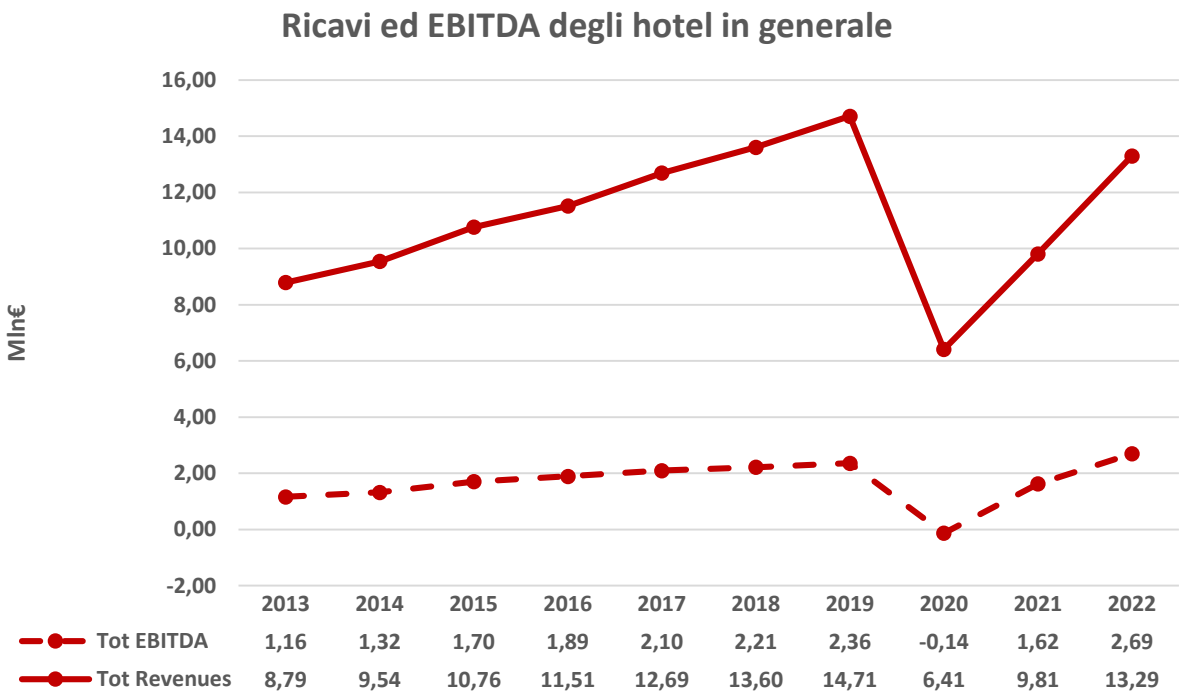


Figura 21 Ricavi ed EBITDA degli hotel in generale

Confronto tra città e aree rurali

Da un confronto tra gli andamenti delle variabili finanziarie considerate nei comuni classificati come città e come aree rurali, emergono ulteriori indicazioni, per le quali è necessario approfondire l'analisi.

Nonostante i ricavi risultino superiori rispetto alle zone rurali, i valori di EBITDA registrati si collocano su livelli paragonabili. Questa peculiarità mette in luce la disparità nelle componenti dei costi tra gli hotel situati nelle due tipologie di area.

Nel valutare gli impatti della crisi derivante dalla pandemia di Covid-19, emerge una netta differenza tra le città e le aree rurali, già evidenziata nel precedente capitolo in relazione ad Airbnb, confermando l'effetto distintivo che l'ambiente, sia esso urbano o rurale, esercita sul settore dell'ospitalità.

In particolare, in modo equivalente a quanto registrato per la piattaforma di condivisione degli alloggi, le aree rurali risultano meno interessate dall'impatto negativo del Covid, con valori di ricavi ed EBITDA superiori rispetto alle città sia nel 2020 che nel 2021 (Fig.22).

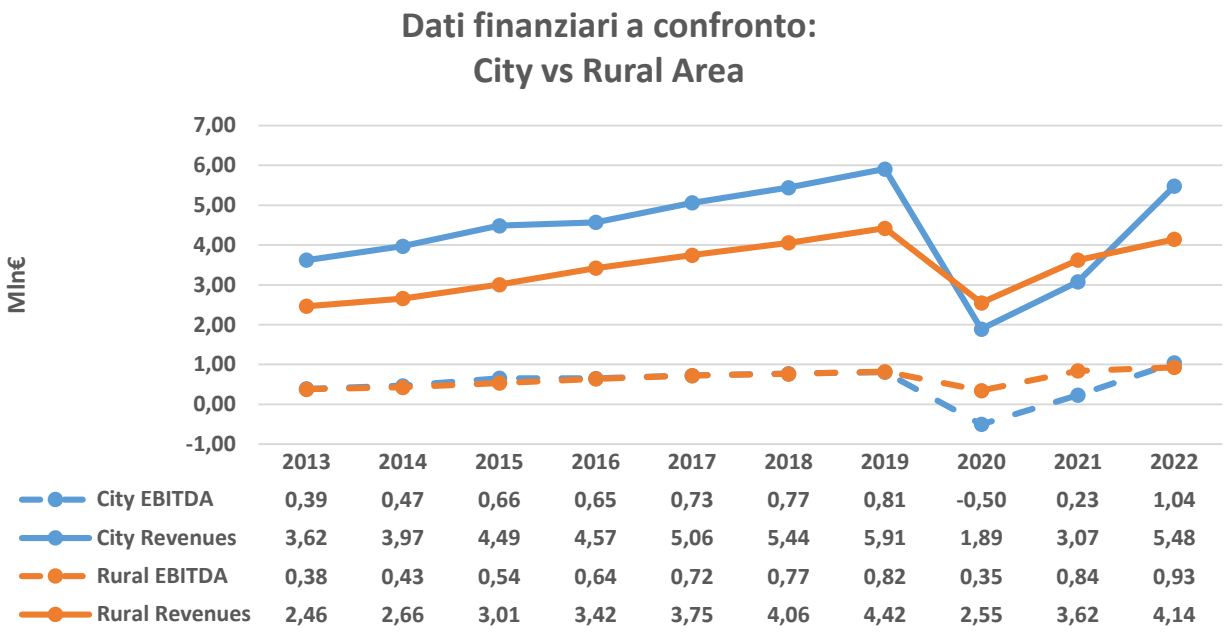


Figura 22 Dati finanziari a confronto tra City e Rural Area

Per concludere questa analisi, il settore dell'ospitalità tradizionale è protagonista di un mutamento costante per cui è necessario indagare ulteriormente eventuali correlazioni con fattori esogeni, come l'ingresso e la diffusione di nuove piattaforme in grado di competere con l'offerta degli esercizi alberghieri.

6. Airbnb e Hotel a Confronto

Il presente studio evidenzia la mancanza di dinamiche competitive tra gli hotel di lusso ed Airbnb, dovuta alle difficoltà per quest'ultimo nel pareggiare i servizi offerti dagli esercizi alberghieri di lusso, i quali possono praticare prezzi elevati grazie alla alta willingness to pay dei clienti.

Nel caso di famiglie o viaggiatori con una willingness to pay più bassa, il mercato dell'ospitalità presenta competizione tra gli esercizi alberghieri scelti da questo cluster sociodemografico e gli alloggi offerti da Airbnb.

Ponendo l'attenzione sul confronto tra aree rurali e città e osservando le dinamiche riscontrate nei tre periodi considerati, emergono tendenze interessanti.

Le aree rurali, nello specifico, sono state caratterizzate dalla crescita dell numero di inserzioni sulla piattaforma di home-sharing e del numero di esercizi alberghieri considerati "di lusso", mentre le altre tipologie di hotel hanno avuto delle decrescite costanti.

In particolare, la riduzione degli hotel di fascia bassa risulta più accentuata rispetto agli esercizi alberghieri a 3 stelle. (Fig.23)

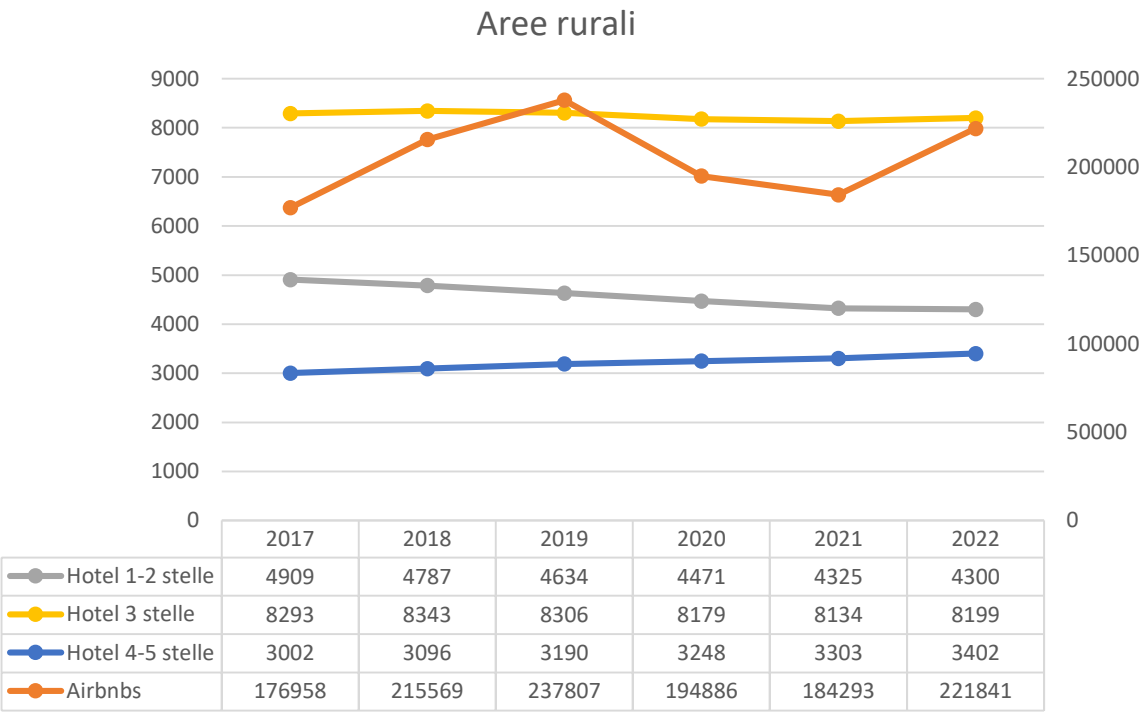
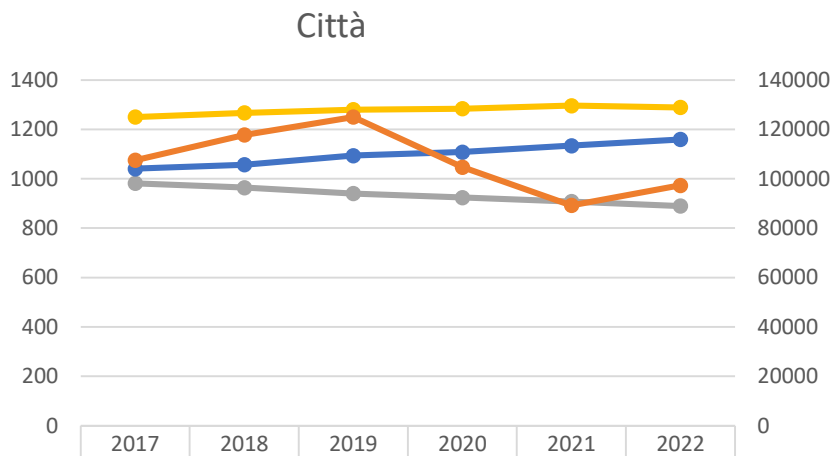


Figura 23 Airbnb VS Hotel: Aree rurali

Se ci si focalizza sulle, le cui tendenze sono osservabili in figura 24, le differenze tra le tre categorie di hotel risultano meno marcate. Per gli hotel di fascia bassa la riduzione appare simile a quella che si evince nelle aree rurali. Per quanto riguarda Airbnb, la ripresa post-Covid risulta, invece, meno rapida.



	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Hotel 1-2 stelle	982	964	940	924	908	890
Hotel 3 stelle	1250	1267	1280	1284	1296	1289
Hotel 4-5 stelle	1041	1057	1094	1108	1134	1159
Airbnbs	107494,5	117738,5	124995	104695,75	89212	97342

Figura 24 Airbnb vs Hotel nelle città

Al fine di valutare in maniera puntuale eventuali differenze tra aree rurali e città è necessario riferirsi a dati relativi alle variazioni percentuali delle variabili considerate.

Come mostrato nella Tabella 1, prima dello scoppio dell'epidemia, il numero di annunci Airbnb nelle aree rurali cresceva più velocemente di quello nelle città, con un aumento del 21,82% nel biennio 2017-2018 e un aumento del 10,32% nel biennio 2017-2018. Il primo è il tasso di crescita tra il 2018 e il 2019, mentre il secondo è pari al +9,53% e al +6,16%. (Fig.24)

La stessa tendenza si riscontra negli hotel di lusso, con un tasso di variazione del 6,26% nelle aree rurali tra il 2017 e il 2019, rispetto al 5,09% nelle aree urbane.

Al contrario, gli hotel di fascia bassa, che hanno continuato a diminuire, avevano registrato un calo maggiore nelle zone rurali che nelle città prima dell'epidemia (2017-2019). Il calo, infatti, è stato del -5,60% nelle zone rurali e del -4,28% in quelle urbane.

Seguendo la stessa dinamica, Airbnb ha visto un calo più marcato nelle aree urbane che in quelle rurali durante il Covid-19, con una variazione negativa nell'intervallo 2019-2021 pari a -28,63% nelle prime e -22,50% in quelle rurali.

Al contrario, durante l'epidemia si è registrato un leggero calo degli alberghi a tre stelle nelle zone rurali, mentre si è registrato un aumento nelle città. Nel biennio 2019-2020, infatti, la variazione è stata del -1,53% nelle aree rurali e del +0,31% in quelle urbane. Allo stesso modo, nei due anni successivi, il numero degli alberghi a tre stelle è diminuito dello 0,55% nelle zone rurali e aumentato dello 0,93% nelle aree urbane.

Seguendo una tendenza già osservata nel periodo pre-pandemico, anche durante il Covid-19 il calo degli alberghi di fascia bassa è stato maggiore nelle zone rurali che nelle città. Tra questi, i tassi di declino nelle aree rurali sono stati -3,52% (2019-2020) e -3,27% (2020-2021), mentre i tassi di declino nelle aree urbane sono stati -1,70% (2019-2020) e -1,73% (2020-2021)..

Nel periodo post-pandemia, Airbnb ha continuato ad espandersi nelle aree rurali, dove ha registrato una ripresa più efficace rispetto alle città. In particolare, la crescita del numero di annunci nel biennio 2021-2022 è risultata pari al 20,37% nelle aree rurali, contro il 9,11% registrato nelle città.

Allo stesso modo e in maniera coerente ai periodi precedenti, il numero di hotel di lusso è aumentato maggiormente nelle aree rurali (+3,00%) rispetto alle città (+2,20%).

Diversamente dai periodi precedenti, nel periodo post-pandemico gli esercizi di fascia bassa hanno registrato una riduzione più marcata nelle città (-1,98%), in confronto alle aree rurali (-0,58%). (Tabella 1)

Tabella 1 Confronti tra Città e Aree rurali

Aree rurali	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021	2021-2022
Airbnbs	21,82%	10,32%	-18,05%	-5,44%	20,37%
Hotel 1-2 stelle	-2,49%	-3,20%	-3,52%	-3,27%	-0,58%
Hotel 3 stelle	0,60%	-0,44%	-1,53%	-0,55%	0,80%
Hotel 4-5 stelle	3,13%	3,04%	1,82%	1,69%	3,00%
Città					
Airbnbs	9,53%	6,16%	-16,24%	-14,79%	9,11%
Hotel 1-2 stelle	-1,83%	-2,49%	-1,70%	-1,73%	-1,98%
Hotel 3 stelle	1,36%	1,03%	0,31%	0,93%	-0,54%
Hotel 4-5 stelle	1,54%	3,50%	1,28%	2,35%	2,20%

Nel complesso, i dati suggeriscono che Airbnb sta crescendo in popolarità e persistenza nelle aree rurali, mentre il numero di hotel, soprattutto quelli a 1-2 stelle, sembra diminuire. Gli hotel di fascia alta continuano a crescere, ma Airbnb rimane rilevante. Questi dati mostrano che Airbnb sta diventando la prima scelta per i viaggiatori in queste aree grazie alla sua ampia scelta e ai prezzi competitivi.

In conclusione si può affermare che con l'avvento della pandemia Airbnb ha subito una contrazione più marcata nelle Città, con un calo del 16,24% e del 14,79%, rispetto alle Aree Rurali, dove è stata registrata una contrazione del 18,05% e del 5,44%. Guardando al periodo post-Covid si nota che Airbnb ha continuato la sua espansione più efficace nelle Aree Rurali

7. Analisi di regressione

Il settore alberghiero ha subito cambiamenti significativi negli ultimi dieci anni a causa della crescita delle piattaforme di condivisione degli alloggi come Airbnb. Questo cambiamento solleva molte domande sull'impatto di tali servizi sulle prestazioni e sulla sostenibilità degli hotel tradizionali. In questo capitolo esploriamo come l'analisi di regressione può essere utilizzata come strumento per quantificare e comprendere l'impatto di Airbnb sul settore alberghiero.

L'approccio di regressione consente di studiare non solo l'effetto diretto di Airbnb sugli hotel, ma anche di considerare variabili di controllo che possono influenzare i risultati. Oltre all'impatto di Airbnb, esamineremo anche fattori come il reddito medio e la dimensione della popolazione dell'area di studio.

Attraverso l'applicazione di modelli di regressione multipla, si intende evidenziare le complesse caratteristiche dinamiche del mercato alberghiero in presenza di condivisione di alloggi peer-to-peer. La nostra analisi mira a contribuire a una comprensione critica di come questi fattori interagiscono, permettendoci di identificare le sfide e le opportunità che si presentano nel contesto dello sviluppo turistico.

Inoltre, esamineremo attentamente i risultati ottenuti, affronteremo eventuali limiti del nostro approccio e proporremo possibili direzioni per la ricerca futura. Attraverso questa analisi approfondita, miriamo ad acquisire una comprensione più completa del panorama dell'ospitalità contemporanea, fornendo ai decisori informazioni critiche per adattarsi e prosperare in un ambiente in evoluzione.

Analisi 1: Variazione degli Hotel in aggregato VS Average Airbnb (Periodo 2017 – 2022)

	Variazione numero hotel 2017-2022
ln media numero annunci su Airbnb	0.017***
	(0.006)
	(0.003)
Effetto area rurale rispetto a città	0.145**
	(0.061)
	(0.018)
Effetto town rispetto a città	0.133***
	(0.051)
	(0.009)
Popolazione	0.000
	(0.000)
	(0.196)
Reddito imponibile	-0.000
	(0.000)
	(0.192)
Constant	-0.178***
	(0.066)
	(0.006)
Observations	6908
R2	0.004
R2_o	
R2_b	
R2_w	
F	.

*Figura 25 Analisi 1 di regressione (*** p<0.001; **p<0.01; *p<0.05)*

Al fine di stimare l'effetto di Airbnb sul settore dell'ospitalità tradizionale, sono state realizzate diverse analisi di regressione, utilizzando un database contenente dati relativi al numero di annunci e di hotel per ogni comune italiano in ogni anno dal 2017 al 2022 (Fig.25).
In particolare, il presente modello valuta la variazione percentuale del numero di esercizi alberghieri in Italia nel periodo 2017-2022, utilizzando come variabile indipendente il logaritmo naturale della media del numero di annunci nel periodo considerato.
Per stimare le differenze esistenti tra le diverse tipologie di area è stata inserita la variabile categorica CodType (1=City, 2=Rural Area», 3=Town).
Inoltre, per isolare meglio gli effetti, sono state inserite ulteriori variabili di controllo, quali popolazione e reddito.

L'output evidenzia un legame positivo e significativo tra le due variabili, indicando che il numero di Airbnb è associato alla crescita del numero di hotel.

I coefficienti delle variabili associate alla tipologia di area suggeriscono che la correlazione positiva tra Airbnb e gli hotel è maggiore nelle aree rurali e nei town rispetto alle città.

Analisi 2: Variazione degli Hotel in aggregato VS Average Airbnb & Interazione con Classificazione area (Periodo 2017 – 2022)

	Variazione numero hotel 2017-2022
ln media numero annunci su Airbnb	-0.001
	(0.028)
	(0.967)
Effetto area rurale rispetto a città	0.047
	(0.119)
	(0.694)
Effetto town rispetto a città	0.121
	(0.116)
	(0.296)
Effetto interazione Airbnb-area rurale rispetto a città	0.024
	(0.030)
	(0.428)
Effetto interazione Airbnb-town rispetto a città	-0.007
	(0.026)
	(0.801)
Popolazione	0.000
	(0.000)
	(0.177)
Reddito imponibile	-0.000
	(0.000)
	(0.177)
Constant	-0.094
	(0.115)
	(0.414)
Observations	6908
R2	0.005
R2_o	
R2_b	
R2_w	
F	.

*Figura 26 Analisi 2 di regressione (*** p<0.001; **p<0.01; *p<0.05)*

Al fine di ottenere una stima più accurata degli effetti studiati, è stata introdotta un'interazione tra la variabile relativa ad Airbnb e la variabile categorica che rappresenta la tipologia di area. Questa scelta metodologica mirava a catturare le possibili variazioni nell'impatto di Airbnb in diverse categorie di aree, comprese ad esempio le aree urbane, suburbane o rurali.

Tuttavia, nonostante l'introduzione di questa interazione, i risultati ottenuti hanno rivelato un'influenza negativa del numero di Airbnb sull'andamento del numero di hotel. È importante sottolineare che, al contrario delle aspettative, questo effetto non raggiunge livelli di significatività

statistica. In altre parole, non possiamo concludere con sicurezza che la relazione osservata sia dovuta a un effetto reale e non sia semplicemente il risultato della casualità.

La mancanza di significatività statistica nei risultati attuali sottolinea la complessità dell'analisi e indica la necessità di eseguire ulteriori analisi più specifiche. Potrebbero essere considerati approcci più dettagliati, ad esempio suddividendo ulteriormente le tipologie di area o esaminando specifiche sotto-categorie di strutture alberghiere. Questo approfondimento potrebbe fornire una visione più dettagliata delle dinamiche in gioco e consentire di identificare eventuali modelli o sfumature che l'analisi attuale potrebbe non essere in grado di rilevare.

Inoltre, è essenziale considerare attentamente le limitazioni del nostro studio, come la disponibilità dei dati e la complessità delle variabili coinvolte. Un'analisi più specifica potrebbe anche implicare l'esplorazione di altri fattori che potrebbero influenzare i risultati, contribuendo così a una comprensione più approfondita del fenomeno in studio.

Analisi 3: Variazione degli Hotel (con distinzione della tipologia) VS Average Airbnb (Periodo 2017 – 2022)

	Variazione numero hotel (1-2 stelle) 2017-2022	Variazione numero hotel (3 stelle) 2017-2022	Variazione numero hotel (4-5 stelle) 2017-2022
ln media numero annunci su Airbnb	-0.010***	0.007*	0.027***
	(0.003)	(0.004)	(0.003)
	(0.001)	(0.050)	(0.000)
Effetto area rurale rispetto a città	0.054	0.096	0.138***
	(0.040)	(0.060)	(0.047)
	(0.174)	(0.107)	(0.003)
Effetto town rispetto a città	0.067*	0.074	0.135***
	(0.039)	(0.057)	(0.045)
	(0.082)	(0.193)	(0.003)
Popolazione	0.000*	0.000	0.000
	(0.000)	(0.000)	(0.000)
	(0.094)	(0.169)	(0.284)
Reddito imponibile	-0.000	-0.000	-0.000
	(0.000)	(0.000)	(0.000)
	(0.119)	(0.182)	(0.282)
Constant	-0.062	-0.105*	-0.172***
	(0.041)	(0.061)	(0.048)
	(0.130)	(0.088)	(0.000)
Observations	6908	6908	6908
R2	0.003	0.002	0.0028
R2_o			
R2_b			
R2_w			
F	.	.	.

*Figura 27 Analisi 3 di regressione (*** p<0.001; **p<0.01; *p<0.05)*

La complessità della relazione tra Airbnb e il settore alberghiero richiede un esame più dettagliato, con l'obiettivo di misurare le differenze sostanziali tra le varie categorie di hotel. Per raggiungere questo obiettivo, è stata condotta un'analisi di regressione che distingue gli esercizi alberghieri in tre categorie principali:

- Hotel di fascia bassa (HLow): comprendenti strutture con una classificazione di 1 e 2 stelle.
- Hotel di fascia intermedia (HMid): coinvolgendo hotel con una classificazione di 3 stelle.
- Hotel di fascia alta (HHigh): rappresentando strutture con una classificazione di 4 e 5 stelle.

L'analisi ha rivelato che l'effetto di Airbnb sulla variazione del numero di hotel varia significativamente tra le categorie considerate, confermando le tendenze precedentemente documentate nella letteratura scientifica.

In particolare, mentre per gli hotel di fascia bassa l'impatto di Airbnb risulta negativo, evidenziando una possibile concorrenza più marcata in questo segmento di mercato, nelle categorie di fascia intermedia e alta si osserva un effetto positivo. È interessante notare che il coefficiente associato agli hotel di fascia alta è maggiore rispetto a quello degli hotel di fascia intermedia.

Questa differenziazione nelle dinamiche tra le diverse categorie conferma quanto sostenuto nella letteratura scientifica, evidenziando che l'impatto di Airbnb è più accentuato sugli hotel di fascia inferiore, mentre si attenua man mano che si sale nel livello di lusso e qualità delle strutture alberghiere.

Questi risultati sottolineano l'importanza di considerare la segmentazione del settore alberghiero quando si valutano gli effetti di Airbnb, poiché le dinamiche possono variare notevolmente in base alla posizionamento e alle caratteristiche delle strutture alberghiere.

Analisi 4: Variazione degli Hotel (con distinzione della tipologia) VS Average Airbnb & Interazione con Classificazione area (Periodo 2017 – 2022)

	Variazione numero hotel (1-2 stelle) 2017-2022	Variazione numero hotel (3 stelle) 2017-2022	Variazione numero hotel (4-5 stelle) 2017-2022
ln media numero annunci su Airbnb	-0.028*	0.013	0.048**
	(0.015)	(0.023)	(0.023)
	(0.068)	(0.571)	(0.036)
Effetto area rurale rispetto a città	-0.047	0.127	0.253*
	(0.095)	(0.149)	(0.129)
	(0.623)	(0.396)	(0.050)
Effetto town rispetto a città	-0.001	0.156	0.269**
	(0.096)	(0.149)	(0.129)
	(0.994)	(0.293)	(0.037)
Effetto interazione Airbnb-area rurale rispetto a città	0.021	-0.002	-0.020
	(0.016)	(0.024)	(0.023)
	(0.187)	(0.937)	(0.396)
Effetto interazione Airbnb-town rispetto a città	0.009	-0.020	-0.026
	(0.016)	(0.022)	(0.022)
	(0.571)	(0.368)	(0.237)
Popolazione	0.000*	0.000	0.000
	(0.000)	(0.000)	(0.000)
	(0.070)	(0.160)	(0.319)
Reddito imponibile	-0.000	-0.000	-0.000
	(0.000)	(0.000)	(0.000)
	(0.110)	(0.162)	(0.258)
Constant	0.033	-0.143	-0.289**
	(0.095)	(0.149)	(0.129)
	(0.726)	(0.335)	(0.024)
Observations	6908	6908	6908
R2	0.004	0.003	0.028
R2_o			
R2_b			
R2_w			
F	.	.	.

*Figura 28 Analisi 4 di regressione (*** p<0.001; **p<0.01; *p<0.05)*

Per ottenere risultati più puntuali, l'analisi di regressione precedente è stata riproposta inserendo nuovamente l'interazione tra Airbnb e la tipologia di area.

In questo modo i valori dei coefficienti associati ad Airbnb sono risultati maggiori in valore assoluto, evidenziando la presenza di un impatto più marcato sul settore alberghiero rispetto a quello stimato nell'analisi precedente.
In particolare, dalle informazioni presenti nell'output emerge un'influenza negativa maggiore di Airbnb sugli hotel di fascia bassa.
Nello specifico, un aumento dell'1% del numero medio di Airbnb è associato a una riduzione di circa 0,028 unità nel numero di hotel a 1 e 2 stelle.
Una considerazione analoga, ma opposta può essere espressa per gli hotel di fascia alta, per i quali la correlazione positiva stimata precedentemente, risulta, in questo modello, ancora più accentuata.

Inoltre, in queste ultime due analisi emerge una correlazione positiva maggiore nelle aree rurali e nei town rispetto alle città per quanto concerne gli hotel di fascia alta, in linea con i risultati della prima regressione.

Analisi 5: Variazione EBITDA degli hotel in aggregato VS Average di Airbnb (Periodo 2020-2021)

	Variazione EBITDA settore alberghiero 2020-2021
ln media numero annunci su Airbnb	-0.987*
	(0.550)
	(0.073)
Effetto area rurale rispetto a città	0.473
	(2.220)
	(0.831)
Effetto town rispetto a città	1.050
	(2.116)
	(0.620)
Popolazione	-0.000
	(0.000)
	(0.290)
Reddito imponibile	0.000
	(0.000)
	(0.198)
Constant	3133
	(2.982)
	(0.294)
Observations	2021
R2	0.003
R2_o	
R2_b	
R2_w	
F	.

*Figura 29 Analisi 5 di regressione (*** p<0.001; **p<0.01; *p<0.05)*

Una seconda tipologia di analisi è stata condotta per individuare potenziali impatti a livello finanziario sul settore alberghiero.
A tale scopo è stato utilizzato un database contenente dati circa l'EBITDA degli hotel aggregati per comune italiano.

La presente analisi di regressione è stata eseguita valutando l'impatto di Airbnb sulla variazione percentuale dell'EBITDA nel biennio del Covid-19 (2020-2021), utilizzando come variabile indipendente il logaritmo naturale della media del numero di annunci su Airbnb nel periodo considerato.

L'output mostra un coefficiente negativo e statisticamente significativo per la variabile indipendente relativa al numero medio di annunci.
In particolare, un aumento dell'1% nel numero di annunci su Airbnb è associato a una riduzione di circa 0,987 unità nella variazione percentuale dell'EBITDA.
Pertanto, nonostante la generale crescita dell'industria alberghiera nel 2021 (EBITDA +67,49%), dovuta alle riaperture e alle minori restrizioni, nei comuni con un maggior numero di annunci su Airbnb, la ripresa economica degli hotel è risultata essere minore, dimostrando la concorrenza dell'home-sharing con il settore alberghiero.

Analisi 6: Variazione EBITDA degli hotel in aggregato VS Average di Airbnb & Interazione con Classificazione area (Periodo 2020-2021)

	Variazione EBITDA settore alberghiero 2020-2021
ln media numero annunci su Airbnb	-0.154
	(0.740)
	(0.835)
Effetto area rurale rispetto a città	4.351
	(3.798)
	(0.252)
Effetto town rispetto a città	5.731
	(4.050)
	(0.157)
Effetto interazione Airbnb-area rurale rispetto a città	-0.779
	(1.007)
	(0.439)
Effetto interazione Airbnb-town rispetto a città	-0.996
	(1.046)
	(0.341)
Popolazione	-0.000
	(0.000)
	(0.249)
Reddito imponibile	0.000
	(0.000)
	(0.207)
Constant	-0.911
	(3.333)
	(0.785)
Observations	2021
R2	0.003
R2_o	
R2_b	
R2_w	
F	.

*Figura 30 Analisi 6 di regressione (*** p<0.001; **p<0.01; *p<0.05)*

Analogamente alle analisi presentate precedentemente, il modello di regressione è stato implementato con l'interazione tra la variabile relativa al numero medio di annunci su Airbnb e la variabile categorica relativa alla tipologia di area.
Tuttavia, l'output non mostra in questo caso alcuna informazione statisticamente significativa.

Pertanto, non è possibile trarre ulteriori conclusioni in merito all'impatto di Airbnb sul settore dell'ospitalità tradizionale.
In conclusione, l'effetto di Airbnb risulta più marcato sugli hotel di fascia inferiore, attenuandosi con il livello degli hotel.

L'analisi finanziaria suggerisce inoltre una competizione significativa, poiché nei comuni con più annunci su Airbnb, la ripresa economica degli hotel è risultata essere minore durante il biennio del Covid-19.

8. Implicazioni pratiche

Da questo studio si possono evincere alcune implicazioni pratiche. Attraverso questa analisi, si cerca di suggerire chiare indicazioni per gli enti locali e gli operatori del settore dell'ospitalità al fine di affrontare le sfide e cogliere le opportunità specifiche nel contesto del turismo italiano.

Il settore turistico in Italia ha subito notevoli trasformazioni nel corso del tempo, con Airbnb che ha rivoluzionato la scelta e l'esperienza delle destinazioni da parte dei viaggiatori. Nel periodo successivo alla pandemia di COVID-19, il turismo ha dovuto affrontare sfide senza precedenti, che hanno reso necessario un rapido adattamento alle nuove esigenze in termini di sicurezza e flessibilità. Inoltre, l'ascesa di Airbnb nelle zone rurali e il suo impatto sulla riduzione degli alberghi economici rappresentano sfide e opportunità uniche che richiedono una strategia mirata.

Nei paragrafi successivi verrà descritto come promuovere il turismo nelle diverse aree del suolo italiano, soffermandosi sulle aree rurali. Successivamente si descrivono delle possibili soluzioni in relazione all'impatto di Airbnb sulla diminuzione degli alberghi a basso costo, proponendo strategie di marketing. Infine, ci si concentrerà sull'importanza del monitoraggio continuo e degli aggiornamenti strategici per rimanere allineati alle mutevoli dinamiche del settore turistico.

Promozione del turismo rurale

Ci sono diversi fattori che dovrebbero essere enfatizzati nel turismo rurale. Di seguito sono riportati alcuni esempi.

Investire nelle infrastrutture: i governi locali hanno la possibilità distanziare risorse per migliorare le strutture locali, come la costruzione di strade, il miglioramento dei servizi di trasporto pubblico e la garanzia di parcheggi.

Preservare il patrimonio culturale e naturale: le organizzazioni turistiche possono collaborare attivamente con le comunità locali per sviluppare esperienze turistiche autentiche. Ciò potrebbe includere visite guidate ai siti storici e la promozione di escursioni nelle riserve naturali.

Promozione della cultura locale: sia gli host di Airbnb che gli hotel possono offrire esperienze culturali autentiche, come corsi di cucina tradizionale.

Airbnb VS Hotel di fascia bassa

La diminuzione del numero di hotel economici richiede un approccio strategico e diversificato. Una possibilità è quella di diversificare l'offerta. In questo caso, gli hotel economici potrebbero trasformare alcune delle loro strutture in camere o appartamenti con angolo cottura. Questa mossa li aiuterebbe a competere più efficacemente con piattaforme come Airbnb, in quanto risponderebbe alle esigenze dei viaggiatori che desiderano maggiore autonomia durante il loro soggiorno. Questa strategia prevede la creazione di soluzioni abitative più flessibili all'interno di strutture già esistenti.

Un'altra possibilità è una partnership diretta con Airbnb. In questo scenario, alcuni hotel potrebbero prendere in considerazione la possibilità di mettere a disposizione alcune delle loro camere o unità sulla piattaforma di condivisione di alloggi. Questa collaborazione aprirebbe le porte a una maggiore visibilità e permetterebbe di raggiungere un pubblico più ampio di potenziali clienti accedendo alla vasta base di utenti di Airbnb.

Per attirare i viaggiatori con un budget limitato, gli hotel economici possono sviluppare strategie di marketing mirate. Tra queste, l'offerta di pacchetti speciali che includono i pasti o sconti per prenotazioni più lunghe. Queste offerte mirate possono rendere i servizi dell'hotel più attraenti per i clienti con un budget limitato e renderlo più competitivo sul mercato.

Infine, anche considerare le politiche di sostenibilità potrebbe essere un'opzione utile. Gli hotel possono dimostrare un forte impegno verso la sostenibilità ambientale impegnandosi a ridurre i rifiuti

e ad adottare energie rinnovabili. Questo non solo attirerebbe i viaggiatori sensibili all'ambiente, ma migliorerebbe anche l'immagine e la reputazione dell'hotel nel lungo periodo.

Strategia di Marketing

Una costante attenzione sulle dinamiche del settore turistico è essenziale per mantenere la competitività e l'efficacia delle organizzazioni coinvolte.

I sistemi di monitoraggio dei dati sono un mezzo con cui le organizzazioni turistiche possono creare e raccogliere un'ampia gamma di informazioni rilevanti. Questi dati riguardano i flussi turistici, i luoghi e le attrazioni più popolari, le preferenze dei viaggiatori e persino i prezzi applicati dai concorrenti. Il sistema fornisce un quadro completo del mercato e consente di individuare le tendenze emergenti e i cambiamenti nelle preferenze dei clienti.

L'aggiornamento regolare delle strategie di marketing è un passo successivo importante. Sulla base dei dati raccolti attraverso i sistemi di monitoraggio, le aziende possono adattare continuamente le loro tattiche promozionali. Ciò include la personalizzazione delle offerte per riflettere i cambiamenti nelle esigenze e nei desideri dei viaggiatori e rispondere alle nuove tendenze in modo tempestivo.

La collaborazione con istituti di ricerca come università e centri di ricerca è un'opportunità preziosa. Questi partner possono fornire dati di alta qualità e analisi approfondite del settore. Ad esempio, è possibile effettuare ricerche di mercato approfondite, studi sul comportamento dei consumatori e analisi delle tendenze.

9. Limitazioni

Nello studio condotto finora, emergono alcune limitazioni che possono sia influenzare l'interpretazione dei risultati, sia essere un punto di partenza per gli studi futuri.
In primo luogo, la variabile "Numero di Esercizi Alberghieri" potrebbe risultare limitante, in quanto misura in modo meno flessibile ed elastica l'attività alberghiera rispetto al numero di annunci presenti nella piattaforma di home-sharing. Questa limitazione potrebbe non rispecchiare completamente le dinamiche effettive del mercato e potrebbe sottostimare le variazioni nell'attività alberghiera correlate ad Airbnb.
Un'ulteriore limitazione è data dalla mancanza di dati finanziari suddivisi per categoria di hotel che impedisce un'analisi approfondita degli impatti di Airbnb su diverse categorie di strutture alberghiere. Questo limite potrebbe ostacolare la comprensione delle differenze nelle performance economiche tra hotel di fascia bassa, intermedia e alta.

La bassa varianza spiegata nel modello suggerisce che i coefficienti ottenuti potrebbero essere influenzati da variabili non considerate. L'inclusione di fattori aggiuntivi, come il contesto socio-economico generale e le attrazioni turistiche, potrebbe arricchire l'analisi e migliorare la sua precisione.
È importante notare che l'analisi si è concentrata principalmente sugli alloggi Airbnb in Italia, il che potrebbe limitare la generalizzazione dei risultati a livello globale. Questo approccio geocentrico potrebbe non individuare completamente le diverse dinamiche di mercato presenti in altre regioni del mondo.
Infine, la mancanza di considerazione delle diverse categorie di clienti di Airbnb e delle loro specifiche caratteristiche socio-demografiche potrebbe limitare la nostra comprensione delle dinamiche comportamentali degli ospiti. Ignorare le varie esigenze e preferenze dei diversi gruppi di clienti potrebbe rappresentare un'omissione significativa nell'analisi.

10. Conclusioni

In conclusione, il presente lavoro ha analizzato nel dettaglio l'evoluzione di Airbnb e del settore dell'ospitalità tradizionale, evidenziando le dinamiche in atto nel contesto italiano. Concentrandosi sul periodo 2017-2022, lo studio ha permesso di indagare le tendenze presenti in tre fasi chiave del periodo storico in cui viviamo. In questo modo è stato possibile distinguere tra il periodo pre-pandemico, quello caratterizzato dalla crisi economica causata dal virus, e il periodo post-pandemico. È stato, quindi, possibile studiare l'ultimo tratto della crescita di Airbnb, il suo temporaneo declino e la sua rapida ripresa.

Allo stesso modo, l'elaborazione delle informazioni relative al settore alberghiero ha permesso di valutare l'andamento nei periodi appena citati del numero di hotel, distinguendoli in base al numero di stelle. Tale distinzione ha consentito di determinare le diverse tendenze che hanno caratterizzato il settore negli ultimi anni.
In generale, l'analisi ha rilevato che il prezzo medio per notte degli annunci Airbnb è più alto nelle aree rurali rispetto alle aree urbane.

Nonostante i prezzi più bassi, la redditività, rappresentata dal RevPAN in questo studio, era più alta nelle città. Il motivo è la presenza di un "effetto occupazione", superiore all' "effetto prezzo". I tassi di occupazione nelle aree più urbanizzate sono sufficientemente elevati da consentire una maggiore redditività nonostante i prezzi più bassi.

Tuttavia, i tassi di occupazione e i RevPAN sono diminuiti più drasticamente nelle aree urbane durante la pandemia, indicando la resilienza delle aree rurali e la continua crescita del business di

Airbnb in queste zone. Le ragioni di ciò sono molteplici e sottolineano una crescente attenzione alla sostenibilità, alla sicurezza e alla tranquillità delle destinazioni di soggiorno. Le aree rurali offrono un rifugio ideale per coloro che cercano esperienze autentiche e sostenibili, spingendo così i turisti a scegliere alternative come Airbnb. Ciò è evidenziato in modo tangibile dall'incremento costante nell'ADR, il che indica non solo una maggiore affluenza, ma anche una predisposizione a spendere di più per esperienze di qualità.

Per quanto concerne il settore dell'ospitalità tradizionale, le analisi effettuate hanno mostrato una crescita costante degli hotel di fascia alta, i quali hanno resistito alla crisi pandemica grazie ai margini elevati. Il numero di hotel a 3 stelle è risultato particolarmente stabile, al contrario delle strutture di fascia bassa, il cui numero è decresciuto durante tutto l'arco di tempo considerato.

È stata condotta un'analisi descrittiva dell'evoluzione della struttura finanziaria dell'industria alberghiera nel suo complesso, facendo luce sull'andamento dei ricavi e dell'EBITDA nel periodo 2013-2022. In particolare, è possibile osservare un aumento significativo della differenza tra ricavi ed EBITDA, suggerendo l'ipotesi che il calo della redditività aziendale possa essere dovuto a fattori non correlati ad Airbnb.

Analogamente a quest'ultimo, le maggiori perturbazioni sono state registrate nelle aree urbane durante il periodo Covid-19.

Una osservazione interessante riguarda la presenza di ricavi degli hotel maggiori nelle città rispetto alle aree rurali, con un EBITDA che si mostra, tuttavia, pressoché identico. Questa caratteristica suggerisce la presenza di costi fissi superiori nelle città.

L'analisi di regressione mostra che le diverse categorie di hotel sono colpite in modo diverso, con un impatto positivo sugli hotel di fascia alta e un impatto negativo su quelli di fascia bassa. Gli hotel di fascia bassa (a una e due stelle) sembrano quindi essere più colpiti da Airbnb. Questo perché un numero crescente di viaggiatori orientati verso esperienze di alto livello considera la messa a disposizione di case private un'alternativa economica e attraente. Questa tendenza mette a dura prova gli hotel più economici, che ora devono competere non solo sul prezzo ma anche sull'esperienza offerta.

L'analisi di regressione specifica per le variabili finanziarie ha evidenziato l'impatto negativo del mercato dell'home-sharing sugli hotel durante il periodo pandemico. Gli albergatori, soprattutto quelli

che gestiscono hotel a basso costo, dovrebbero adattarsi alle esigenze dei diversi clienti, offrire esperienze uniche e sperimentare modelli di business flessibili per sfruttare le possibilità che sono importanti per rimanere competitivi nel mercato odierno.

11. Bibliografia

Bekkerman, Ron, Maxime C. Cohen, Edward Kung, John Maiden, and Davide Proserpio. 2023. "The Effect of Short-Term Rentals on Residential Investment." *Marketing Science* 42(4):819–34. doi: 10.1287/mksc.2022.1409.

Bonfanti, Angelo, Vania Vigolo, and Georgia Yfantidou. 2021. "The Impact of the Covid-19 Pandemic on Customer Experience Design: The Hotel Managers' Perspective." *International Journal of Hospitality Management* 94. doi: 10.1016/j.ijhm.2021.102871.

Boto-García, David, Roberto Balado-Naves, Matías Mayor, and José Francisco Baños-Pino. 2023. "CONSUMERS' DEMAND FOR OPERATIONAL LICENCING: EVIDENCE FROM AIRBNB IN PARIS." *Annals of Tourism Research* 100. doi: 10.1016/j.annals.2023.103566.

Bresciani, Stefano, Alberto Ferraris, Gabriele Santoro, Katia Premazzi, Roberto Quaglia, Dorra Yahiaoui, and Giampaolo Viglia. 2021. "The Seven Lives of Airbnb. The Role of Accommodation Types." *Annals of Tourism Research* 88. doi: 10.1016/j.annals.2021.103170.

Chen, Wei, Zaiyan Wei, and Karen Xie. 2022. "The Battle for Homes: How Does Home Sharing Disrupt Local Residential Markets?" *Management Science* 68(12):8589–8612. doi: 10.2139/ssrn.3257521.

Chen, Wei, Zaiyan Wei, and Karen Xie. 2023. "Regulating Professional Players in Peer-to-Peer Markets: Evidence from Airbnb." *Management Science* 69(5):2893–2918. doi: 10.1287/mnsc.2022.4480.

Cheng, Mingming, Maggie Hu, and Adrian Lee. 2023. "A Global Perspective on the Impact of COVID-19 on Peer-to-Peer Accommodation: Human Mobility, Case Number and Lockdown Policies." *International Journal of Contemporary Hospitality Management* 35(8):2838–67. doi: 10.1108/IJCHM-02-2022-0221.

Cheung, Ka Shing, and Chung Yim Yiu. 2022. "Touristification, Airbnb and the Tourism-Led Rent Gap: Evidence from a Revealed Preference Approach." *Tourism Management* 92. doi: 10.1016/j.tourman.2022.104567.

Christou, P., and R. Sharpley. 2019. "Philoxenia Offered to Tourists? A Rural Tourism Perspective." *Tourism Management* 72:39–51. doi: 10.1016/j.tourman.2018.11.007.

Cró, Susana, and António Miguel Martins. 2023. "Tourism Activity Affects House Price Dynamics? Evidence for Countries Dependent on Tourism." *Current Issues in Tourism*. doi: 10.1080/13683500.2023.2204398.

Dolnicar, Sara. 2019. "A Review of Research into Paid Online Peer-to-Peer Accommodation: Launching the Annals of Tourism Research Curated Collection on Peer-to-Peer Accommodation." *Annals of Tourism Research* 75:248–64. doi: 10.1016/j.annals.2019.02.003.

Falk, Martin, Blaise Larpin, and Miriam Scaglione. 2019. "The Role of Specific Attributes in Determining Prices of Airbnb Listings in Rural and Urban Locations." *International Journal of Hospitality Management* 83:132–40. doi: 10.1016/j.ijhm.2019.04.023.

Fang, Yu Hui, and Chia Ying Li. 2022. "Does the Sharing Economy Change Conventional Consumption Modes?" *International Journal of Information Management* 67. doi: 10.1016/j.ijinfomgt.2022.102552.

Farronato, Chiara, and Andrey Fradkin. 2022. "The Welfare Effects of Peer Entry: The Case of Airbnb and the Accommodation Industry." *American Economic Review* 112(6):1782–1817. doi: 10.1257/aer.20180260.

Filieri, Raffaele, Francesco Luigi Milone, Emilio Paolucci, and Elisabetta Raguseo. 2023. "A Big Data Analysis of COVID-19 Impacts on Airbnbs' Bookings Behavior Applying Construal Level and Signaling Theories." *International Journal of Hospitality Management* 111. doi: 10.1016/j.ijhm.2023.103461.

Franco, Sofia F., and Carlos Daniel Santos. 2021. "The Impact of Airbnb on Residential Property Values and Rents: Evidence from Portugal." *Regional Science and Urban Economics* 88:103667. doi: 10.1016/j.regsciurbeco.2021.103667.

Furukawa, Norikazu, and Motoharu Onuki. 2022. "The Design and Effects of Short-Term Rental Regulation." *Current Issues in Tourism* 25(20):3245–60. doi: 10.1080/13683500.2019.1638892.

Garcia-López, Miquel Àngel, Jordi Jofre-Monseny, Rodrigo Martínez-Mazza, and Mariona Segú. 2020. "Do Short-Term Rental Platforms Affect Housing Markets? Evidence from Airbnb in Barcelona." *Journal of Urban Economics* 119. doi: 10.1016/j.jue.2020.103278.

Garz, Marcel, and Andrea Schneider. 2023. "Data Sharing and Tax Enforcement: Evidence from Short-Term Rentals in Denmark." *Regional Science and Urban Economics* 101. doi: 10.1016/j.regsciurbeco.2023.103912.

Giachino, Chiara, Elisa Truant, and Alessandro Bonadonna. 2020. "Mountain Tourism and Motivation: Millennial Students' Seasonal Preferences." *Current Issues in Tourism* 23(19):2461–75. doi: 10.1080/13683500.2019.1653831.

Godovykh, Maksim, Robin M. Back, Diego Bufquin, Carissa Baker, and Jeong-Yeol Park. 2023. "Peer-to-Peer Accommodation amid COVID-19: The Effects of Airbnb Cleanliness Information on Guests' Trust and Behavioral Intentions." *International Journal of Contemporary Hospitality Management* 35(4):1219–37. doi: 10.1108/IJCHM-12-2021-1508.

Goldfarb, Avi, and Catherine Tucker. 2019. "Digital Economics." *Journal of Economic Literature* 57(1):3–43. doi: 10.1257/jel.20171452.

Gursoy, Dogan, and Christina G. Chi. 2020. "Effects of COVID-19 Pandemic on Hospitality Industry: Review of the Current Situations and a Research Agenda." *Journal of Hospitality Marketing and Management* 29(5):527–29. doi: 10.1080/19368623.2020.1788231.

Guttentag, Daniel. 2015. "Airbnb: Disruptive Innovation and the Rise of an Informal Tourism Accommodation Sector." *Current Issues in Tourism* 18(12):1192–1217. doi: 10.1080/13683500.2013.827159.

Guttentag, Daniel, Stephen Smith, Luke Potwarka, and Mark Havitz. 2018. "Why Tourists Choose Airbnb: A Motivation-Based Segmentation Study." *Journal of Travel Research* 57(3):342–59. doi: 10.1177/0047287517696980.

Huo, Tingting, Feng Yuan, Mingmin Huo, Yuhong Shao, Sijin Li, and Zhiyong Li. 2023. "Residents' Participation in Rural Tourism and Interpersonal Trust in Tourists: The Mediating Role of Residents' Perceptions of Tourism Impacts." *Journal of Hospitality and Tourism Management* 54:457–71. doi: 10.1016/j.jhtm.2023.02.011.

Jang, Seongsoo, and Jinwon Kim. 2022. "Remedying Airbnb COVID-19 Disruption through Tourism Clusters and Community Resilience." *Journal of Business Research* 139:529–42. doi: 10.1016/j.jbusres.2021.10.015.

Jang, Seongsoo, Jungkeun Kim, Jinwon Kim, and Seongseop (Sam) Kim. 2021. "Spatial and Experimental Analysis of Peer-to-Peer Accommodation Consumption during COVID-19." *Journal of Destination Marketing and Management* 20. doi: 10.1016/j.jdmm.2021.100563.

Koster, Hans R. A., Jos van Ommeren, and Nicolas Volkhausen. 2021. "Short-Term Rentals and the Housing Market: Quasi-Experimental Evidence from Airbnb in Los Angeles." *Journal of Urban Economics* 124. doi: 10.1016/j.jue.2021.103356.

Leung, Xi Y., and Ruiying Cai. 2021. "How Pandemic Severity Moderates Digital Food Ordering Risks during COVID-19: An Application of Prospect Theory and Risk Perception Framework." *Journal of Hospitality and Tourism Management* 47:497–505. doi: 10.1016/j.jhtm.2021.05.002.

Li, Hui, and Kannan Srinivasan. 2019. "Competitive Dynamics in the Sharing Economy: An Analysis in the Context of Airbnb and Hotels." *Marketing Science* 38(3):365–91. doi: 10.1287/mksc.2018.1143.

Mao, Zhenxing, and Jiaying Lyu. 2017. "Why Travelers Use Airbnb Again?: An Integrative Approach to Understanding Travelers' Repurchase Intention." *International Journal of Contemporary Hospitality Management* 29(9):2464–82. doi: 10.1108/IJCHM-08-2016-0439.

Milone, Francesco Luigi, Ulrich Gunter, and Bozana Zekan. 2023. "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* 97. doi: 10.1016/j.tourman.2023.104738.

Muschter, Sabine, Rodney W. Caldicott, Tania von der Heidt, and Deborah Che. 2022. "Third-Party Impacts of Short-Term Rental Accommodation: A Community Survey to Inform Government Responses." *Journal of Sustainable Tourism* 30(5):1102–21. doi: 10.1080/09669582.2020.1860067.

Nemes, Gusztáv, and Kyra Tomay. 2022. "Split Realities–Dilemmas for Rural/Gastro Tourism in Territorial Development." *Regional Studies*. doi: 10.1080/00343404.2022.2084059.

Nieuwland, Shirley, and Rianne van Melik. 2020. "Regulating Airbnb: How Cities Deal with Perceived Negative Externalities of Short-Term Rentals." *Current Issues in Tourism* 23(7):811–25. doi: 10.1080/13683500.2018.1504899.

Oklevik, Ove, Stefan Gössling, C. Michael Hall, Jens Kristian Steen Jacobsen, Ivar Petter Grøtte, and Scott McCabe. 2019. "Overtourism, Optimisation, and Destination Performance Indicators: A Case Study of Activities in Fjord Norway." *Journal of Sustainable Tourism* 27(12):1804–24. doi: 10.1080/09669582.2018.1533020.

Pfattheicher, Stefan, Laila Nockur, Robert Böhm, Claudia Sassenrath, and Michael Bang Petersen. 2020. "The Emotional Path to Action: Empathy Promotes Physical Distancing and Wearing of Face Masks During the COVID-19 Pandemic." *Psychological Science* 31(11):1363–73. doi: 10.1177/0956797620964422.

Rivera, Manuel Antonio. 2020. "Hitting the Reset Button for Hospitality Research in Times of Crisis: Covid19 and Beyond." *International Journal of Hospitality Management* 87. doi: 10.1016/j.ijhm.2020.102528.

Sainaghi, Ruggero, and Jorge Chica-Olmo. 2022. "The Effects of Location before and during COVID-19: Impacts on Revenue of Airbnb Listings in Milan (Italy)." *Annals of Tourism Research* 96. doi: 10.1016/j.annals.2022.103464.

Seiler, Michael J., Ralph B. Siebert, and Liuming Yang. 2023. "Airbnb or Not Airbnb? That Is the Question: How Airbnb Bans Disrupt Rental Markets." *Real Estate Economics*. doi: 10.1111/1540-6229.12440.

Tussyadiah, Iis P., and Juho Pesonen. 2016. "Impacts of Peer-to-Peer Accommodation Use on Travel Patterns." *Journal of Travel Research* 55(8):1022–40. doi: 10.1177/0047287515608505.

Tussyadiah, Iis P., and Juho Pesonen. 2018. "Drivers and Barriers of Peer-to-Peer Accommodation Stay–an Exploratory Study with American and Finnish Travellers." *Current Issues in Tourism* 21(6):703–20. doi: 10.1080/13683500.2016.1141180.

Wang, Yuanyuan, Haili Shen, Shun Ye, and Lingqiang zhou. 2020. "Being Rational and Emotional: An Integrated Model of Residents' Support of Ethnic Tourism Development." *Journal of Hospitality and Tourism Management* 44:112–21. doi: 10.1016/j.jhtm.2020.05.008.

Xu, Minhong, and Yilan Xu. 2021. "What Happens When Airbnb Comes to the Neighborhood: The Impact of Home-Sharing on Neighborhood Investment." *Regional Science and Urban Economics* 88. doi: 10.1016/j.regsciurbeco.2021.103670.

Yang, Yang, Hongru Zhang, and Xiang Chen. 2020. “Coronavirus Pandemic and Tourism: Dynamic Stochastic General Equilibrium Modeling of Infectious Disease Outbreak.” *Annals of Tourism Research* 83. doi: 10.1016/j.annals.2020.102913.

Ye, Shun, Sut Ieng Lei, Xiaoyou Zhao, Lin Zhu, and Rob Law. 2023. “Modeling Tourists’ Preference between Hotels and Peer-to-Peer (P2P) Sharing Accommodation: A Pre- and Post-COVID-19 Comparison.” *International Journal of Contemporary Hospitality Management* 35(4):1423–47. doi: 10.1108/IJCHM-12-2021-1556.

Ye, Shun, Wei Wei, Jun Wen, Tianyu Ying, and Xiaoyuan Tan. 2021. “Creating Memorable Experience in Rural Tourism: A Comparison between Domestic and Outbound Tourists.” *Journal of Travel Research* 60(7):1527–42. doi: 10.1177/0047287520951641.

Yeager, Emily Pauline, Joelle Soulard, Cynthia Deale, and Liselle Milazzo. 2023. “Rural Resiliency through Peer-to-Peer Accommodations.” *Journal of Sustainable Tourism* 1–21. doi: 10.1080/09669582.2023.2235888.

Zheng, Qing, Da Ke, and Xuan Li. 2023. “Optimal Pricing Strategies for Airbnb When Competing with Incumbents on Two Sides.” *International Journal of Hospitality Management* 108. doi: 10.1016/j.ijhm.2022.103392.

12. ALLEGATI

In questo capitolo vengono riportate le singole analisi di regressione eseguite sul software Stata, compresi i comandi utilizzati.

La variabile dipendente per le analisi da 1 a 4 è la variazione percentuale del numero di hotel segnalati in questa categoria tra il 2017 e il 2022.

Le variabili indipendenti in questo tipo di analisi sono:

• lnAvg_Airbnb: il logaritmo naturale del numero medio di annunci Airbnb nel periodo 2017-2022

• CodType: coefficiente relativo alla tipologia dell'area (2 per le aree rurali, 3 per le aree urbane)

Nelle analisi 5 e 6, le variabili indipendenti corrispondono alla variazione percentuale dell'EBITDA nel periodo 2020-2021, mentre le variabili indipendenti corrispondono a quelle delle analisi precedenti.

Analisi 1

```
. regress Variazione_Num_Hotel_17_22  lnAvg_Airbnb i.CodType Popolazione Redditoimponibile , robust

Linear regression                               Number of obs     =      6,908
                                                F(4, 6902)        =          .
                                                Prob > F          =          .
                                                R-squared         =     0.0040
                                                Root MSE          =     .51324
```

Variazione_Num~22	Coef.	Robust Std. Err.	t	P>|t|	[95% Conf.	Interval]
lnAvg_Airbnb	.0165907	.0055683	2.98	0.003	.0056751	.0275062
CodType						
2	.1449385	.0612083	2.37	0.018	.0249515	.2649256
3	.1330664	.0512141	2.60	0.009	.032671	.2334618
Popolazione	1.89e-06	1.46e-06	1.29	0.196	-9.74e-07	4.76e-06
Redditoimponibile	-1.07e-10	8.16e-11	-1.30	0.192	-2.67e-10	5.35e-11
_cons	-.1784288	.0655097	-2.72	0.006	-.3068479	-.0500097

Analisi 2

```
. regress Variazione_Num_Hotel_17_22  lnAvg_Airbnb i.CodType i.CodType##c.lnAvg_Airbnb Popolazione Redd
> itoimponibile , robust
note: lnAvg_Airbnb omitted because of collinearity

Linear regression                               Number of obs     =      6,908
                                                F(6, 6900)        =          .
                                                Prob > F          =          .
                                                R-squared         =     0.0053
                                                Root MSE          =     .51297

------------------------------------------------------------------------------
             |               Robust
Variazione_Num_Hote~22 |      Coef.   Std. Err.      t    P>|t|     [95% Conf. Interval]
-------------+----------------------------------------------------------------
          lnAvg_Airbnb |   -.001138   .0278657    -0.04   0.967    -.0557633    .0534874
               CodType |
                     2 |   .0466713   .1186368     0.39   0.694    -.1858934     .279236
                     3 |   .1213353   .1161633     1.04   0.296    -.1063805    .3490511
          lnAvg_Airbnb |          0  (omitted)
CodType#c.lnAvg_Airbnb |
                     2 |   .0241053   .0303989     0.79   0.428    -.0354859    .0836966
                     3 |  -.0066196   .0262281    -0.25   0.801    -.0580349    .0447956
           Popolazione |   2.06e-06   1.53e-06     1.35   0.177    -9.32e-07    5.05e-06
     Redditoimponibile |  -1.11e-10   8.25e-11    -1.35   0.177    -2.73e-10    5.04e-11
                 _cons |  -.0943745   .1154524    -0.82   0.414    -.3206967    .1319476
------------------------------------------------------------------------------
```

Analisi 3a

```
. regress VariazioniHLow lnAvg_Airbnb i.CodType Popolazione Redditoimponibile , robust

Linear regression                               Number of obs     =      6,908
                                                F(4, 6902)        =          .
                                                Prob > F          =          .
                                                R-squared         =     0.0029
                                                Root MSE          =     .30137

------------------------------------------------------------------------------
             |               Robust
   VariazioniHLow |      Coef.   Std. Err.      t    P>|t|     [95% Conf. Interval]
-------------+----------------------------------------------------------------
     lnAvg_Airbnb |  -.0097802   .0029564    -3.31   0.001    -.0155757   -.0039848
          CodType |
                2 |   .0544277   .0400224     1.36   0.174    -.0240284    .1328839
                3 |   .0674193   .0387647     1.74   0.082    -.0085715      .14341
      Popolazione |   7.91e-07   4.73e-07     1.67   0.094    -1.36e-07    1.72e-06
Redditoimponibile |  -4.23e-11   2.71e-11    -1.56   0.119    -9.55e-11    1.09e-11
            _cons |  -.0624618   .0412703    -1.51   0.130    -.1433643    .0184408
------------------------------------------------------------------------------
```

Analisi 3b

```
.
. regress VariazioniH3 lnAvg_Airbnb i.CodType Popolazione Redditoimponibile , robust

Linear regression                               Number of obs     =      6,908
                                                F(4, 6902)        =          .
                                                Prob > F          =          .
                                                R-squared         =     0.0018
                                                Root MSE          =     .38093
```

VariazioniH3	Coef.	Robust Std. Err.	t	P>|t|	[95% Conf.	Interval]
lnAvg_Airbnb	.007277	.0037146	1.96	0.050	-4.70e-06	.0145587
CodType						
2	.0963197	.059783	1.61	0.107	-.0208735	.2135129
3	.0742939	.0570053	1.30	0.193	-.0374539	.1860418
Popolazione	1.06e-06	7.69e-07	1.38	0.169	-4.49e-07	2.57e-06
Redditoimponibile	-5.75e-11	4.31e-11	-1.33	0.182	-1.42e-10	2.70e-11
_cons	-.1045231	.06133	-1.70	0.088	-.2247488	.0157026

Analisi 3c

```
.
. regress VariazioniHLusso lnAvg_Airbnb i.CodType Popolazione Redditoimponibile , robust

Linear regression                               Number of obs     =      6,908
                                                F(4, 6902)        =          .
                                                Prob > F          =          .
                                                R-squared         =     0.0279
                                                Root MSE          =     .24794
```

VariazioniHLusso	Coef.	Robust Std. Err.	t	P>|t|	[95% Conf.	Interval]
lnAvg_Airbnb	.0265067	.0030378	8.73	0.000	.0205517	.0324617
CodType						
2	.1379527	.0465483	2.96	0.003	.0467037	.2292016
3	.1346751	.0449116	3.00	0.003	.0466346	.2227156
Popolazione	5.21e-07	4.86e-07	1.07	0.284	-4.32e-07	1.47e-06
Redditoimponibile	-2.87e-11	2.67e-11	-1.07	0.282	-8.11e-11	2.37e-11
_cons	-.1715866	.0478911	-3.58	0.000	-.2654679	-.0777052

Analisi 4a

```
. regress VariazioniHLow lnAvg_Airbnb i.CodType i.CodType##c.lnAvg_Airbnb Popolazione Redditoimponibile
>  , robust
note: lnAvg_Airbnb omitted because of collinearity

Linear regression                               Number of obs     =      6,908
                                                F(6, 6900)        =          .
                                                Prob > F          =          .
                                                R-squared         =     0.0035
                                                Root MSE          =     .30132

------------------------------------------------------------------------------
             |               Robust
VariazioniHLow |      Coef.   Std. Err.      t    P>|t|     [95% Conf. Interval]
-------------+----------------------------------------------------------------
   lnAvg_Airbnb |  -.0281803   .0154488    -1.82   0.068    -.0584646    .0021041
             |
        CodType |
           2 |  -.0469078   .0952888    -0.49   0.623    -.2337031    .1398875
           3 |  -.0007028   .0960789    -0.01   0.994     -.189047    .1876414
             |
   lnAvg_Airbnb |          0  (omitted)
             |
CodType#c.lnAvg_Airbnb |
           2 |   .0208812   .0158211     1.32   0.187    -.0101331    .0518955
           3 |   .0089392   .0157676     0.57   0.571    -.0219702    .0398486
             |
    Popolazione |   8.76e-07   4.84e-07     1.81   0.070    -7.30e-08    1.82e-06
Redditoimponibile |  -4.37e-11   2.74e-11    -1.60   0.110    -9.74e-11    9.93e-12
       _cons |   .0332488     .09501     0.35   0.726        -.153    .2194977
------------------------------------------------------------------------------
```

Analisi 4b

```
. regress VariazioniH3 lnAvg_Airbnb i.CodType i.CodType##c.lnAvg_Airbnb Popolazione Redditoimponibile ,
>  robust
note: lnAvg_Airbnb omitted because of collinearity

Linear regression                               Number of obs     =      6,908
                                                F(6, 6900)        =          .
                                                Prob > F          =          .
                                                R-squared         =     0.0027
                                                Root MSE          =     .38082

------------------------------------------------------------------------------
             |               Robust
VariazioniH3 |      Coef.   Std. Err.      t    P>|t|     [95% Conf. Interval]
-------------+----------------------------------------------------------------
   lnAvg_Airbnb |   .0129032   .0227974     0.57   0.571    -.0317868    .0575932
             |
        CodType |
           2 |   .1265892   .1491122     0.85   0.396    -.1657167    .4188951
           3 |    .156437   .1486681     1.05   0.293    -.1349983    .4478722
             |
   lnAvg_Airbnb |          0  (omitted)
             |
CodType#c.lnAvg_Airbnb |
           2 |   -.001851   .0235652    -0.08   0.937    -.0480459     .044344
           3 |  -.0200594   .0222845    -0.90   0.368     -.063744    .0236252
             |
    Popolazione |   1.13e-06   8.05e-07     1.40   0.160    -4.47e-07    2.71e-06
Redditoimponibile |  -6.10e-11   4.36e-11    -1.40   0.162    -1.47e-10    2.45e-11
       _cons |  -.1430744   .1485103    -0.96   0.335    -.4342003    .1480514
------------------------------------------------------------------------------
```

Analisi 4c

```
. regress VariazioniHLusso lnAvg_Airbnb i.CodType i.CodType##c.lnAvg_Airbnb Popolazione Redditoimponibi
> le , robust
note: lnAvg_Airbnb omitted because of collinearity

Linear regression                               Number of obs     =      6,908
                                                F(6, 6900)        =          .
                                                Prob > F          =          .
                                                R-squared         =     0.0282
                                                Root MSE          =     .24792

------------------------------------------------------------------------------
             |               Robust
VariazioniHLusso |      Coef.   Std. Err.      t    P>|t|     [95% Conf. Interval]
-------------+----------------------------------------------------------------
     lnAvg_Airbnb |   .0475045   .0226322     2.10   0.036     .0031385    .0918705
             |
         CodType |
           2 |   .2529335   .1290618     1.96   0.050    -.0000674    .5059343
           3 |   .2690951   .1286915     2.09   0.037     .0168201    .5213701
             |
     lnAvg_Airbnb |          0  (omitted)
             |
CodType#c.lnAvg_Airbnb |
           2 |   -.019638   .0231398    -0.85   0.396    -.0649992    .0257231
           3 |  -.0262181   .0221572    -1.18   0.237     -.069653    .0172169
             |
      Popolazione |   5.15e-07   5.17e-07     1.00   0.319    -4.99e-07    1.53e-06
 Redditoimponibile |  -3.08e-11   2.72e-11    -1.13   0.258    -8.41e-11    2.26e-11
           _cons |  -.2893943   .1286286    -2.25   0.024     -.541546   -.0372426
------------------------------------------------------------------------------
```

Analisi 5

```
. regress H_EBITDA lnAvg_Airbnb i.CodType Popolazione Reddito if AnnoInizio == 2020
>  & AnnoFine == 2021 , robust

Linear regression                               Number of obs     =      2,021
                                                F(4, 2015)        =          .
                                                Prob > F          =          .
                                                R-squared         =     0.0031
                                                Root MSE          =     32.856

------------------------------------------------------------------------------
             |               Robust
    H_EBITDA |      Coef.   Std. Err.      t    P>|t|     [95% Conf. Interval]
-------------+----------------------------------------------------------------
lnAvg_Airbnb |  -.9872301    .550131    -1.79   0.073    -2.066115     .091655
             |
     CodType |
           2 |   .4727825   2.220383     0.21   0.831    -3.881704    4.827269
           3 |   1.050066   2.115553     0.50   0.620    -3.098834    5.198966
             |
 Popolazione |  -.0000253   .0000239    -1.06   0.290    -.0000721    .0000216
     Reddito |   1.76e-09   1.37e-09     1.29   0.198    -9.22e-10    4.44e-09
       _cons |   3.132618   2.981726     1.05   0.294     -2.71497    8.980206
------------------------------------------------------------------------------
```

Analisi 6

```
. regress H_EBITDA lnAvg_Airbnb i.CodType i.CodType##c.lnAvg_Airbnb Popolazione Reddito if
> AnnoInizio == 2020 & AnnoFine == 2021 , robust
note: lnAvg_Airbnb omitted because of collinearity

Linear regression                               Number of obs     =      2,021
                                                F(6, 2013)        =          .
                                                Prob > F          =          .
                                                R-squared         =     0.0032
                                                Root MSE          =     32.871

------------------------------------------------------------------------------
             |               Robust
     H_EBITDA |      Coef.   Std. Err.      t    P>|t|     [95% Conf. Interval]
-------------+----------------------------------------------------------------
  lnAvg_Airbnb |  -.1537082   .7395211    -0.21   0.835    -1.604015    1.296599
             |
     CodType |
           2 |   4.350782   3.798107     1.15   0.252     -3.09785    11.79941
           3 |   5.730741    4.05021     1.41   0.157    -2.212302    13.67378
             |
  lnAvg_Airbnb |          0  (omitted)
             |
CodType#c.lnAvg_Airbnb |
           2 |  -.7787924    1.00717    -0.77   0.439    -2.753997    1.196412
           3 |  -.9964468   1.045765    -0.95   0.341    -3.047342    1.054449
             |
   Popolazione |  -.0000272   .0000236    -1.15   0.249    -.0000734     .000019
       Reddito |   1.74e-09   1.38e-09     1.26   0.207    -9.65e-10    4.45e-09
         _cons |  -.9113515   3.333332    -0.27   0.785    -7.448493     5.62579
------------------------------------------------------------------------------
```