

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



**Politecnico
di Torino**

**Airbnb in Italia: un'analisi empirica dell'impatto
sull'industria alberghiera con focus sulle aree rurali**

Relatore: Prof. Emilio Paolucci

Candidato: Lorenzo de Martini

Correlatore: Dott. Alessandro Rogna
Manassero di Costigliole

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, ISTAT ed Aida, 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 focalizza su un'analisi descrittiva delle variabili economiche rilevanti per Airbnb e il settore alberghiero, evidenziando le trasformazioni avvenute nel settore dell'ospitalità. 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.

Vengono proposte, inoltre, alcune analisi statistiche, realizzate tramite il software Stata, che comprendono analisi di regressione volte a stimare le correlazioni esistenti tra la piattaforma di condivisione dell'alloggio ed il settore alberghiero. Dalle analisi effettuate risulta un impatto negativo significativo di Airbnb sugli hotel di fascia bassa e una correlazione positiva con quelli di fascia alta. Inoltre, emerge la presenza di una correlazione significativa tra la presenza di Airbnb e la riduzione dell'EBITDA medio del settore alberghiero.

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
1.1. Airbnb	2
1.2. Il settore alberghiero	3
2. Revisione della Letteratura.....	5
2.1. Diffusione della sharing economy e mercato dell'ospitalità in competizione.....	5
2.2. Impatto delle regolamentazioni	8
2.3. Il turismo nelle aree rurali	11
2.4. Impatto del Covid-19.....	15
3. Metodologia	19
3.1. Fonti dei dati	19
3.2. Approccio metodologico	20
3.3. Classificazione dei dati	21
3.4. Analisi realizzate	22
4. Analisi descrittive interne.....	24
4.1. Analisi delle variabili relative ad Airbnb	24
4.2. Analisi delle variabili relative al settore alberghiero	33
4.3. Airbnb vs Hotel.....	43
5. Analisi di regressione	47
6. Implicazioni pratiche	56
7. Limitazioni.....	59
8. Conclusioni	60
9. Bibliografia	62
10. Allegati	67

1. Introduzione

Nell'epoca attuale, caratterizzata dalla rivoluzione digitale e dalla crescente interconnessione globale, stiamo assistendo alla diffusione capillare della tecnologia in un mondo che vede le persone e le culture in costante collegamento. Questa condizione ha generato una trasformazione radicale nel funzionamento del settore del turismo e dell'ospitalità, evidenziando la capacità di innovazione e la flessibilità offerte dalle nuove tecnologie.

Un punto centrale di questa rivoluzione è rappresentato da Airbnb, una piattaforma di condivisione degli alloggi che ha svolto un ruolo fondamentale nel cambiare l'industria dell'ospitalità. Fondata nel 2008, Airbnb è cresciuta esponenzialmente offrendo un'alternativa economica per l'alloggio durante i viaggi di breve e media durata. Questa piattaforma, basata sul concetto di economia della condivisione, connette i proprietari di abitazioni private, chiamati "host" con clienti alla ricerca di alloggi temporanei.

L'economia della condivisione, o "sharing economy" è, infatti, una filosofia che promuove l'utilizzo efficiente e sostenibile delle risorse esistenti, come case o veicoli, anziché la creazione di nuove risorse, contribuendo così a ridurre lo spreco e l'impatto sull'ambiente.

Airbnb garantisce, inoltre, la possibilità di offrire un'esperienza personalizzata, che si differenzia per tale ragione dall'offerta del settore dell'ospitalità tradizionale.

Il settore alberghiero ha risentito dell'ingresso e della crescita di Airbnb, suscitando discussioni a livello normativo e sfide per i player operanti nel turismo (Zervas, Proserpio, and Byers 2017).

Particolare attenzione meritano le zone rurali d'Italia, dove la piattaforma di condivisione degli alloggi sta guadagnando sempre più terreno. Per questo motivo, nel presente lavoro di tesi, viene esaminato dettagliatamente il modo in cui Airbnb ha ridefinito l'ospitalità rurale in Italia includendo l'interazione con le strutture alberghiere tradizionali.

1.1. Airbnb

Airbnb offre un assortimento ampio e diversificato di soluzioni, distinguendosi per la sua straordinaria adattabilità. Gli utenti della piattaforma si trovano di fronte a un mondo di possibilità, nel quale possono vivere esperienze personalizzate.

Molteplici sono le tipologie di sistemazione offerte da Airbnb e spaziano da case rurali situate in tranquilli borghi a lussuose ville immerse in paesaggi naturali suggestivi, passando per i comodi e funzionali appartamenti situati nelle città più famose. Nonostante l'ampia varietà, le tipologie possono essere suddivise nei cluster seguenti:

- **Case private:** con questa categoria di alloggio, gli ospiti possono prenotare intere case, garantendo un ambiente completamente indipendente. Questa tipologia è particolarmente amata da gruppi di amici o famiglie alla ricerca di spazi ampi e di maggiore privacy.
- **Appartamenti:** sulla piattaforma è disponibile una vasta selezione di appartamenti, principalmente situati in città. Questa categoria è ideale sia per viaggiatori d'affari alla ricerca di una base confortevole che per turisti desiderosi di un rifugio accogliente in cui ritirarsi dopo aver esplorato una destinazione.
- **Stanze private:** per coloro che cercano un'esperienza meno indipendente, 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.
- **Alloggi unici:** Airbnb ospita una variegata gamma di strutture con caratteristiche particolari. Queste includono castelli, rifugi di montagna, case sugli alberi e altre soluzioni creative.

La piattaforma consente agli host di pubblicare annunci dettagliati relativi alle sistemazioni, che comprendono descrizioni, fotografie, prezzi e disponibilità. Queste informazioni mettono a disposizione dei clienti tutto il necessario per prendere decisioni ponderate in merito alle prenotazioni.

Una caratteristica distintiva di Airbnb è la sua enfasi sull'esperienza autentica e sulla connessione tra ospiti e host. Gli host spesso non si limitano a fornire alloggi, ma

condividono anche la loro conoscenza locale, offrono raccomandazioni su ristoranti e attività, e condividono storie e tradizioni culturali. Questa interazione umana conferisce un valore significativo all'esperienza di viaggio, incoraggiando gli ospiti a immergersi nella cultura locale e a scoprire aspetti della destinazione che altrimenti rimarrebbero inosservati.

Questa filosofia di non offrire semplicemente un luogo in cui soggiornare, ma di fornire un'esperienza completa, ha catturato l'interesse di un vasto pubblico di viaggiatori alla ricerca di esperienze più personalizzate e coinvolgenti. Airbnb, quindi, ha svolto un ruolo cruciale nel ridefinire il concetto di ospitalità, aprendo nuove prospettive per l'industria del turismo e dell'ospitalità nel suo complesso.

1.2. Il settore alberghiero

Il contrasto tra Airbnb e le strutture alberghiere convenzionali rivela una serie di differenze significative che hanno un'immediata incidenza sull'esperienza dei viaggiatori.

Gli alberghi presentano servizi standardizzati e ampiamente collaudati. Questi comprendono la presenza di personale a disposizione del cliente nelle reception, i servizi di pulizia della stanza e la presenza di ristoranti, centri benessere e palestre interni alla struttura. L'omologazione dei servizi offerti instaura nei viaggiatori una sensazione di affidabilità e sicurezza, poiché essi hanno chiare aspettative in termini di servizi e comodità. Questo modello trova particolare consenso in chi è alla ricerca di una sistemazione sicura e priva di sorprese.

Al contrario, Airbnb offre una maggiore diversità e spazio per l'unicità. Le sistemazioni su Airbnb possono variare notevolmente in termini di dimensioni, stile e servizi. Questa diversificazione consente ai viaggiatori di personalizzare ulteriormente la loro esperienza di viaggio in base alle proprie preferenze e al budget.

Pertanto, l'elemento chiave che contraddistingue Airbnb dagli alberghi tradizionali è l'accento posto sull'autenticità e sulla connessione con gli host locali.

Sebbene le strutture alberghiere tradizionali possano garantire servizi standardizzati e un elevato livello di comfort, Airbnb ha dimostrato che è presente

una crescente domanda da parte dei viaggiatori per esperienze autentiche e personalizzate.

2. Revisione della Letteratura

La revisione della letteratura si propone di analizzare il fenomeno di Airbnb sotto molteplici aspetti. Centrale è il confronto del turismo tra gli hotel ed Airbnb, con l'intento di riassumere i cambiamenti dei modelli di consumo e le conseguenze della pandemia sul mercato della sharing economy e degli esercizi alberghieri.

In questa revisione sono esaminati diversi argomenti, tra i quali la competizione nel mercato dell'ospitalità, l'impatto della regolamentazione di Airbnb, il turismo nelle aree rurali e il confronto dell'impatto del Covid-19 sugli esercizi alberghieri e su Airbnb.

2.1. Diffusione della sharing economy e mercato dell'ospitalità in competizione

Gli studi presenti in letteratura analizzano come l'ingresso delle piattaforme della sharing economy abbia influenzato la competizione nel mercato dell'ospitalità, mettendo a confronto due player principali: gli hotel appartenenti al mercato tradizionale con capacità fissa e domanda volatile ed Airbnb, a capacità flessibile. Si ragiona quindi su due tipologie differenti di business: 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 di Airbnb 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. In particolare, 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).

2.1.1. I cambiamenti dei modelli di consumo nel settore del turismo

Dopo l'avvento della sharing economy sono avvenuti particolari cambiamenti nei modelli di consumo dal momento che Airbnb è nato come un'alternativa ai servizi offerti dalle aziende 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. Pertanto, il mercato della sharing economy si è dimostrato una sfida per i fornitori di servizi esistenti.

Gli studi in 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, in quanto i sistemi preesistenti non forniscono sufficienti garanzie e protezioni legali.

Ulteriori variabili che hanno influenzato l'incentivo ad utilizzare Airbnb sono legate al risparmio economico, alla sostenibilità e all'autenticità. Se il consumatore può scegliere tra 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).

2.1.2. Impatto del Covid-19 sugli hotel e su Airbnb

A partire dal 2020, la pandemia ha messo a dura prova la resilienza sia degli annunci su Airbnb sia della tipologia tradizionale degli hotel.

L'instabilità economica, l'obbligo di distanziamento sociale e le restrizioni legate ai viaggi hanno fatto registrare una diminuzione delle richieste di alloggio. Gli hotel si sono trovati di fronte a un drastico calo delle prenotazioni, in quanto i consumatori avevano timore di soggiornare in luoghi condivisi. Anche Airbnb ha sofferto di una

riduzione della domanda data dall'incertezza sulla prevenzione e sicurezza igienica garantita.

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 trattenerne i clienti (Leung and Cai 2021).

L'impatto del Covid-19 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 tale ragione che gli hotel sono 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 di città.

La centralità posta su sicurezza e igiene è di primaria importanza all'interno del mercato dell'ospitalità e in seguito allo scoppio della pandemia ha indotto i proprietari e i gestori delle strutture alberghiere o delle sistemazioni su Airbnb a seguire procedure meticolose legate alla sanificazione.

2.1.3. 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 determinati 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 e l'elasticità 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).

2.2. Impatto delle regolamentazioni

2.2.1. 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).

2.2.2. 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).

2.2.3. 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 annunci su 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).

2.3. Il turismo nelle aree rurali

La revisione della letteratura presente in questo paragrafo intende approfondire le dinamiche del turismo rurale e la sua interazione con Airbnb.

Il turismo nelle aree rurali è un'opportunità di crescita per diverse zone geografiche. I punti di forza delle aree rurali sono i panorami incontaminati, le ricche tradizioni culturali e lo stile di vita autentico, meno soggetto alla globalizzazione presente nelle zone urbanizzate. Questi fattori stanno sempre più attirando forte curiosità da parte dei viaggiatori che cercano nuove esperienze a contatto con realtà distanti dal caos cittadino.

2.3.1. La “turistificazione” di un'area rurale

Il turismo è un'industria trainante in molti paesi di tutto il mondo. Esso crea posti di lavoro e migliora il benessere economico delle località. La spesa dei turisti è, infatti, un notevole motore di crescita in molti paesi (Cheung and Yiu 2022).

Tuttavia, il turismo potrebbe comportare dipendenza finanziaria da un singolo settore, ponendo le zone interessate a rischi economici dovuti alle fluttuazioni del mercato turistico.

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

Sono presenti diversi esempi di destinazioni che hanno avuto successo in contesti culturali, economici, sociali e ambientali molto diversi in tutto il mondo (Nemes and Tomay 2022). Il turismo 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 alle migrazioni della popolazione autoctona e dei gentrificatori rurali della prima ondata, diventano più aggressivi. Questo fenomeno può portare a realtà nettamente separate e in conflitto, alla perdita dei valori rurali e ad altre conseguenze indesiderate (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 turisticizzazione 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).

Risulta necessario essere in grado di gestire i rapporti che si creano tra turisti e residenti locali. Le autorità locali devono prestare maggiore attenzione alla partecipazione dei cittadini al turismo e alla fiducia interpersonale dei residenti nei confronti dei turisti. Quest'ultima determina 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, suggerendo che gli impatti della partecipazione dei residenti vanno oltre i benefici economici (Huo et al. 2023).

2.3.2. La commercializzazione della cultura locale

Negli ultimi anni le località rurali hanno tentato con crescente interesse di sfruttare il proprio territorio per beneficiare economicamente del turismo.

La commercializzazione della cultura locale è un aspetto di fondamentale importanza in questo senso. Risulta particolarmente delicato il bilanciamento tra la necessità di progresso economico e la salvaguardia dell'autenticità culturale.

Per attuare le giuste manovre è necessario ottimizzare i sistemi turistici, utilizzando grandi moli di dati. A questo proposito gli studi in letteratura consigliano alle DMOs (Destination Marketing Organization) di raccogliere i dati dai turisti, rilevando ad esempio quando vengono effettuate prenotazioni per alloggi o attività, al fine di valutarli in modo più sistematico. Importanti risultano anche le attività di segmentazione e di attuazione di una comunicazione adeguata, che rifletta una strategia di ottimizzazione (Oklevik et al. 2019).

Un'ulteriore caratteristica fondamentale nel turismo rurale è il concetto di "memorabilità". Le destinazioni rurali dovrebbero essere considerate un palcoscenico e dovrebbero essere profusi grandi sforzi nella presentazione della cultura, delle abitudini e dello stile di vita locali. 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).

Pertanto, 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. "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).

2.3.3. L'attrazione verso le aree rurali

Uno studio ha dimostrato come i millennials preferiscano i luoghi naturali e i risultati hanno confermato l'interesse degli studenti 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).

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 nelle destinazioni rurali rispetto alle destinazioni urbane, mentre l'opposto può essere osservato per "attico", "chic", "design" e "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).

2.3.4. 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 gli host possano differenziarsi dagli altri player nel settore dell'ospitalità. Infatti, le sistemazioni Airbnb hanno ancora la reputazione di essere economiche e semplici (Falk et al. 2019).

Tuttavia, la competizione non deve scoraggiare lo sviluppo del turismo rurale, in quanto 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 la 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 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.

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. D'altra parte, è presente un delicato equilibrio ambientale e sociale nelle destinazioni turistiche che può essere facilmente turbato. Diversi 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. I risultati dello studio in questione mostrano, inoltre, 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).

2.4. Impatto del Covid-19

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)

2.4.1. Conseguenze sul turismo

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.

2.4.2. Il settore dell'ospitalità

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, 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).

2.4.3. 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 (Fileri 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).

2.4.4. Covid-19 e 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

3.1. Fonti dei dati

Per uno studio accurato sulla diffusione di Airbnb e sul confronto di questo con il settore dell'ospitalità tradizionale, sono state utilizzate tre fonti di dati: AirDNA, ISTAT (Istituto Nazionale di Statistica) e Aida (Bureau van Dijk).

3.1.1. 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 agli annunci su Airbnb. Questi dati sono stati fondamentali per valutare le tendenze nel settore durante i periodi pre-Covid, Covid e post-Covid. I dettagli sul tasso di occupazione, l'ADR e il RevPAN sono state metriche chiave per le analisi effettuate nel presente studio.

Il database in questione, caratterizzato da una struttura dati panel, conteneva dati relativi a numerose variabili concernenti il business di Airbnb, rilevate a livello di singolo comune italiano in ogni trimestre dal 2017 al 2022.

3.1.2. Dati da ISTAT

I dati ottenuti tramite l'Istituto Nazionale di Statistica (ISTAT) sono serviti per implementare il database AirDNA con le rilevazioni relative al numero di esercizi alberghieri e ad altri fattori importanti, quali popolazione, superficie e reddito dei comuni italiani. Pertanto, i dati forniti da ISTAT hanno contribuito a fornire una prospettiva più ampia sulle tendenze studiate, includendo dati demografici, economici e sociali rilevanti per le aree geografiche considerate. Questi dati sono stati utilizzati per contestualizzare ulteriormente le dinamiche del turismo nel territorio italiano.

In particolare, il database utilizzato, anche in questo caso con struttura dati panel, conteneva dati relativi al numero di esercizi alberghieri suddivisi per numero di stelle e dati riguardanti le altre variabili (popolazione, superficie e reddito), rilevati a livello di singolo comune in ogni anno dal 2017 al 2022.

3.1.3. Dati di Aida

Nella presente ricerca, sono stati impiegati, inoltre, dati ottenuti interrogando "Aida" (database Bureau van Dijk), un database contenente informazioni circa le società operanti sul suolo italiano. Tali informazioni, filtrate per codice Ateco (codice 551 –

“Alberghi e strutture simili”), hanno permesso di analizzare i dati finanziari degli hotel italiani, aggregandoli per comune. L'utilizzo di tali dati è stato conforme alle normative sulla privacy e alle linee guida etiche vigenti.

Il database in questione, ottenuto in forma grezza con dati a livello di singola società, è stato elaborato al fine di renderlo coerente e confrontabile con le altre rilevazioni possedute, ottenendo una struttura dati panel, contenente dati aggregati a livello di comune per ogni anno dal 2013 al 2022.

3.1.4. Gestione dei Dati

I dati iniziali provenienti dalle tre fonti 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 l'elaborazione di nuove variabili a partire da quelle esistenti al fine di agevolare le successive analisi.

3.2. Approccio metodologico

Il presente studio si basa, come anticipato in precedenza, su una struttura dati di tipo panel, che consente una prospettiva dinamica, utile ad esaminare i cambiamenti avvenuti nel corso del tempo. Questa struttura ha permesso di analizzare l'andamento nei comuni italiani delle variabili considerate su un ampio periodo temporale, fornendo una visione più completa e dettagliata delle dinamiche sottostanti ai mutamenti occorsi nel settore dell'ospitalità.

3.2.1. Dati Panel

I dati panel sono una tipologia di dati utilizzati in statistica ed economia, che seguono le stesse unità (come individui, aziende o regioni) su un arco temporale predefinito. Questi dati permettono di osservare le variazioni e le relazioni all'interno di un gruppo di unità durante un periodo di tempo specifico, consentendo analisi longitudinali.

Il metodo di dati panel ha consentito di analizzare le variabili di interesse su un periodo di sei anni, dal 2017 al 2022. Nel caso dei dati ottenuti tramite Aida è stato possibile ampliare l'analisi partendo dal 2013, garantendo una migliore comprensione dell'evoluzione del settore dell'ospitalità tradizionale.

Particolarmente importante risulta l'applicabilità di analisi di diversa natura sui dati in questione. Infatti, la struttura dei dati panel consente di considerare sia le variazioni tra le diverse destinazioni che le fluttuazioni all'interno di ciascun comune.

3.3. Classificazione dei dati

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

3.3.1. Classificazione per periodi

La classificazione temporale è stata effettuata considerando i seguenti intervalli di tempo:

- Pre-Covid: periodo che copre l'intervallo temporale dal 2017 al 2019. Questa fase, precedente alle restrizioni di viaggio e agli impatti della pandemia da Covid-19, è caratterizzata dal punto di riferimento per il confronto con la situazione generata dagli sconvolgimenti generati dalla crisi;
- Covid: periodo che copre il biennio 2020-2021. Durante questo intervallo di tempo le restrizioni di viaggio, i lockdown e le preoccupazioni legate al Covid-19, nonché la crisi economica, hanno avuto un notevole impatto sul turismo, portando a significative variazioni nei modelli di prenotazione e di affitto di locazioni a breve termine;
- Post-Covid: periodo che copre il 2022. Dopo l'allentamento graduale delle restrizioni e la riapertura delle attività, questo intervallo risulta rappresentativo del periodo post-pandemico, in cui le attività turistiche hanno iniziato a riprendersi.

3.3.2. Classificazione per tipologia di area

La classificazione per tipologia di area è stata realizzata sulla base delle indicazioni presenti nel documento "Methodological manual on territorial typologies — 2018 edition", presente sul sito Eurostat. Tale pubblicazione fornisce una visione dettagliata delle tipologie di territorio e una serie di valori utili a calcolare il

grado di urbanizzazione (Degurba, "Degree of Urbanization") di una località. In base a tali valori, i comuni sono stati classificati come:

- Città: comuni con elevato grado di urbanizzazione. In totale sono state rilevate 43 città.

I seguenti criteri dovevano essere contemporaneamente rispettati:

- Popolazione superiore a 50000 abitanti;
- Densità di popolazione superiore a 1500 abitanti/km².
- Town: comuni con grado di urbanizzazione intermedio. In totale sono stati rilevati 1239 town.

I seguenti criteri dovevano essere rispettati contemporaneamente solo per quanto concerne i limiti inferiori:

- Popolazione compresa tra 5000 e 50000 abitanti;
- Densità di popolazione compresa tra 300 e 1500 abitanti/km².
- Aree rurali: comuni con il minor grado di urbanizzazione. In totale sono state rilevate 5598 aree rurali.

I seguenti criteri non dovevano necessariamente essere rispettati contemporaneamente (la presenza di almeno uno dei due determinava l'attribuzione di questa classificazione):

- Popolazione inferiore a 5000 abitanti;
- Densità di popolazione inferiore a 300 abitanti/km².

3.4. Analisi realizzate

3.4.1. Analisi descrittive interne

Nel corso dell'analisi descrittiva dei dati, sono state considerate diverse variabili chiave fornite dai dati raccolti da Airbnb per esaminare l'andamento del settore dell'ospitalità durante i periodi pre-Covid, Covid e post-Covid. Tra le variabili principali incluse nelle analisi dedicate ad Airbnb, le seguenti meritano una particolare attenzione:

- ADR (Average Daily Rate): tale variabile rappresenta il prezzo medio a notte di una sistemazione. Questa metrica è fondamentale per comprendere le

variazioni nei prezzi degli annunci durante i diversi periodi e nelle diverse aree geografiche;

- RevPAN (Revenue per Available Night): il RevPAN 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;
- Occupation Rate (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 chiara sulla domanda.

Per ciascun periodo (pre-Covid, Covid e post-Covid) e ciascuna area geografica (città, town ed aree rurali), sono state effettuate analisi descrittive dettagliate, utilizzando gli indicatori sopra citati.

Inoltre sono state effettuate analisi comparative per confrontare i risultati tra i periodi e le diverse aree, al fine di identificare tendenze e pattern significativi.

3.4.2. Analisi di regressione

Nel contesto della presente ricerca, l'analisi di regressione è stata 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, quali il pre-pandemico, il periodo di Covid-19 e il post-pandemico. Questa analisi ha permesso di valutare in modo dettagliato come queste due variabili fossero interconnesse in contesti diversi, contribuendo a rispondere alle domande principali della presente ricerca.

Ulteriori analisi di regressione sono state realizzate per determinare eventuali correlazioni tra Airbnb e la variazione della struttura finanziaria degli hotel.

4. Analisi descrittive interne

Una serie di analisi descrittive è stata effettuata per studiare l'evoluzione del servizio di Airbnb e del settore dell'ospitalità tradizionale. Questo studio è stato realizzato utilizzando una prospettiva temporale e una prospettiva spaziale.

4.1. Analisi delle variabili relative ad Airbnb

In questo capitolo viene proposta una serie di analisi relative all'andamento di alcune variabili legate ad Airbnb, con l'intento di evidenziare i cambiamenti occorsi e le interazioni tra le variabili stesse.

In particolare, sono studiate le seguenti variabili: numero di annunci su Airbnb, numero di host su Airbnb, ricavi normalizzati, ADR, tasso di occupazione, RevPAN, numero di annunci medio per host e numero di annunci su Airbnb al Km².

4.1.1. Numero di annunci su Airbnb

Data la predominanza delle aree rurali sul suolo italiano, il maggior numero di annunci per anno è stato registrato in queste zone. Come osservabile in figura 1, esse mostrano anche una variabilità superiore a town e città, le quali hanno sofferto meno la pandemia, ma che risultano faticare di più a recuperare i livelli pre-Covid.

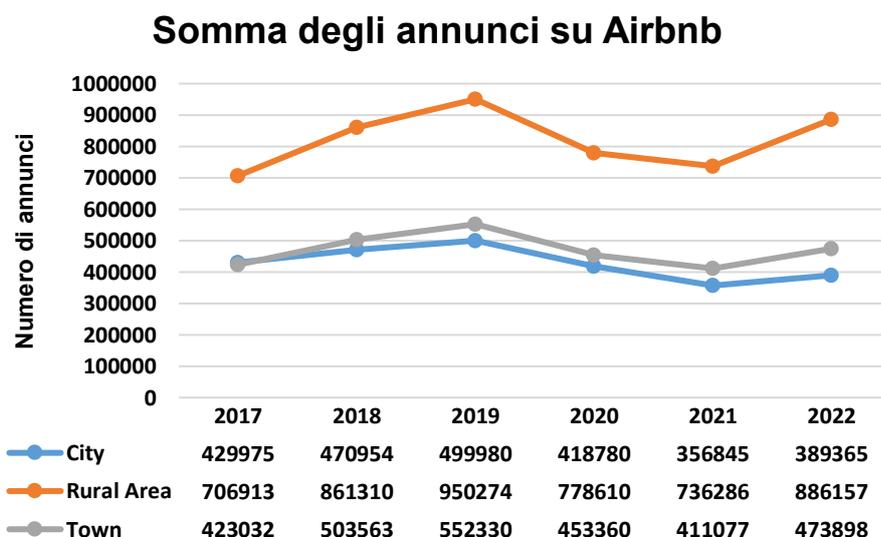


Figura 1: Somma degli annunci su Airbnb in base alla tipologia di area

4.1.2. Numero di host su Airbnb

Il numero di host presenti sulla piattaforma, come somma del numero di host operanti nell'anno di riferimento in ogni zona del Paese, rispecchia abbastanza

precisamente il comportamento del numero di annunci. In Italia vi sono molte più zone rurali rispetto alle altre tipologie di zone, condizionando una presenza maggiore di host. In particolare, se si guardano i totali complessivi vi sono 2951507 host nelle aree rurali, 1476997 nelle città e 1729502 nei town.

Come si può notare in figura 2, inoltre, negli anni del Covid-19 vi è stata una decrescita del numero di host in tutte le zone di Italia, per poi avere una ripresa a partire del 2021 (fine dell’impatto del Covid-19).

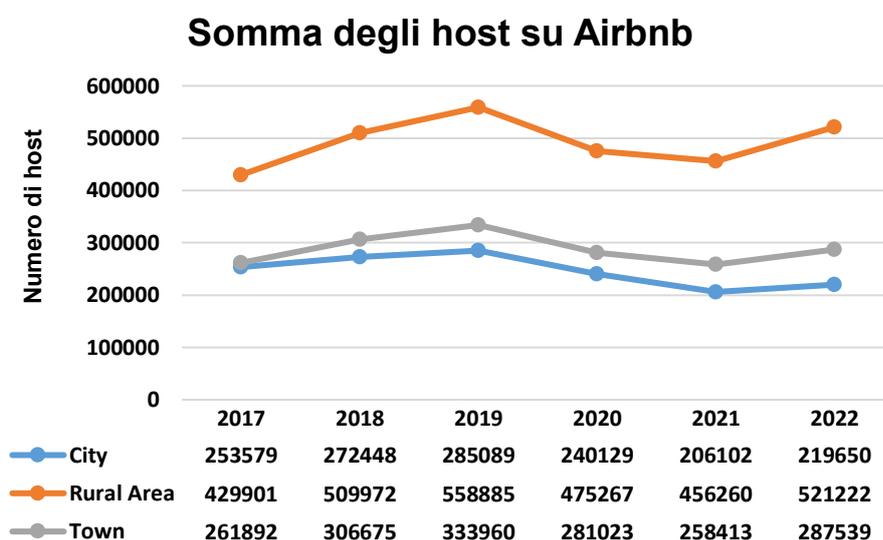


Figura 2: Somma degli host su Airbnb in base alla tipologia di area

4.1.3. Ricavi normalizzati

$$Revenues_{Normalizzati} = \frac{Revenues}{Annunci\ su\ Airbnb}$$

Per evitare distorsioni, i ricavi sono stati normalizzati rispetto al numero di annunci. In questo modo è stata ottenuta un’analisi più coerente, dal momento che sul suolo italiano la maggior parte dei comuni sono delle zone rurali. Sommando i ricavi generati dagli annunci per tipologia di area si ottengono andamenti nel tempo differenti, osservabili in figura 3.

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 2022 i record segnati nel 2019. In particolare i totali complessivi risultano pari a 1638.9 €/annuncio per le città, 1332.7 €/annuncio per le aree rurali e 1258.3 €/annuncio per i town.

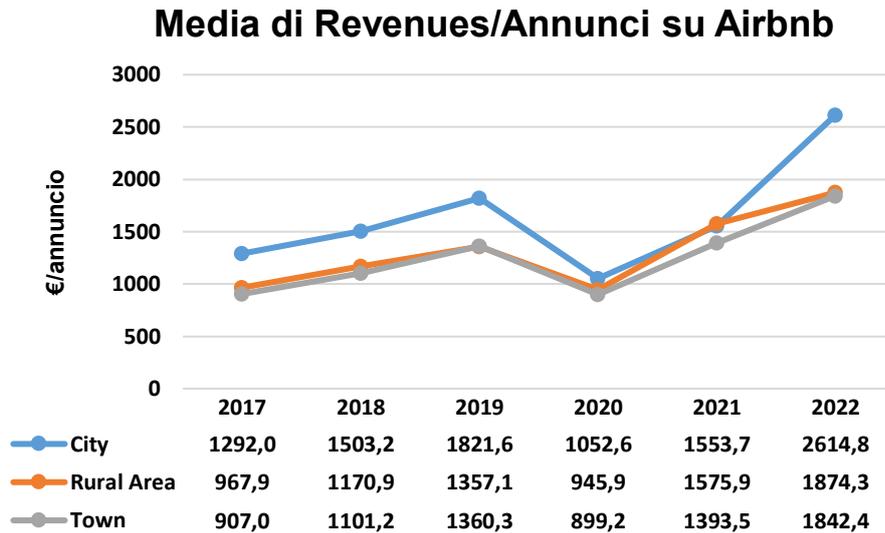


Figura 3: Media di Revenues/Numero di annunci su Airbnb in base alla tipologia di area

4.1.4. ADR

$$ADR = \frac{Revenues}{Reservation\ days}$$

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

Discorso analogo per i town, per cui il valore medio di ADR è aumentato costantemente durante tutto il periodo analizzato.

Come osservabile in figura 4, le zone rurali avevano un ADR medio leggermente più alto rispetto alle altre due categorie già a partire dal 2017 (98,17 €/notte), valore cresciuto negli anni raggiungendo il massimo di 122,48 €/notte 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 town e ancor più alle città, che sono caratterizzate da tassi di occupazione più alti. Infatti, godendo di entrate costanti e meno soggette a incertezza e stagionalità, gli host di town e città possono permettersi di praticare prezzi inferiori.

L'ADR non è un dato che ha subito gravi impatti dalla pandemia: i dati mostrano un andamento crescente a partire dall'inizio della diffusione del Covid-19.

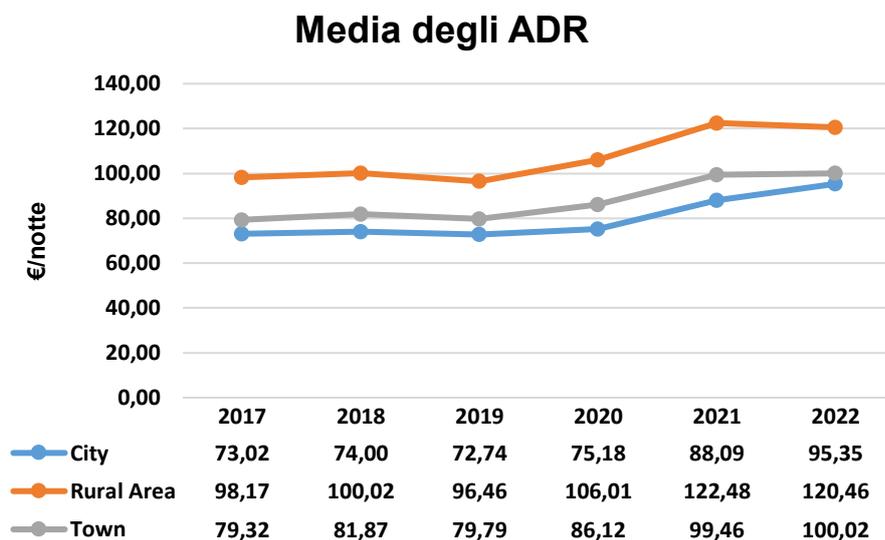


Figura 4: Media degli ADR in base alla tipologia di area

Se, invece, si analizzano i dati osservando le variazioni percentuali tra i diversi bienni, presenti in figura 5, si possono fare alcune considerazioni:

- In tutte e tre le zone vi è stato un aumento notevole nel biennio 2020-2021 (città +17,17%, aree rurali +15,54%, town + 15,49%). Questo indica che il turismo è divenuto un servizio di qualità/lusso e a partire proprio da questo biennio si è cercato di scaricare l'onere economico della crisi pandemica sui turisti. La variazione notevole in questo biennio indica, inoltre, come l'impatto del Covid-19 abbia ridotto l'offerta e di conseguenza abbia provocato un aumento dei prezzi;
- L'andamento dell'ADR è coerente con le dinamiche di mercato: se il tasso di occupazione è in continua crescita ci si aspetta che la domanda cresca di anno in anno, con il conseguente aumento dei prezzi.

Variazione percentuale dell'ADR medio

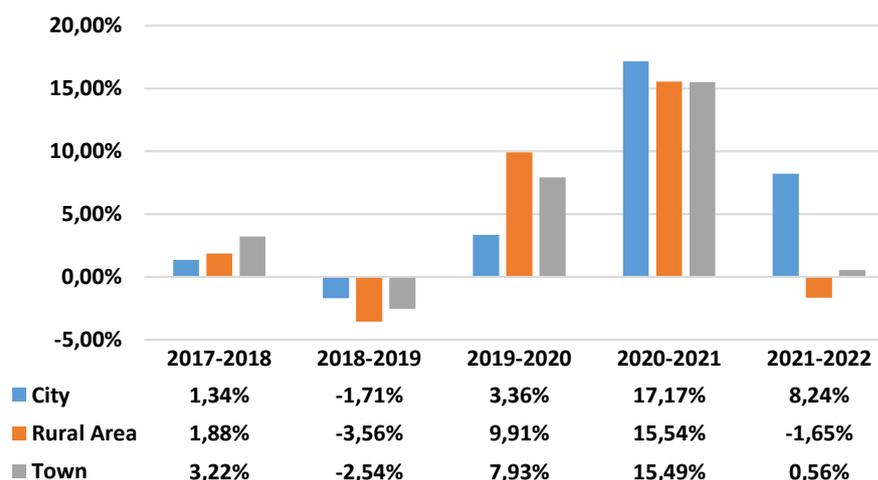


Figura 5: Variazione percentuale dell'ADR medio in base alla tipologia di area

4.1.5. Tasso di occupazione

$$Occupation Rate = \frac{Reservation\ days}{Reservation\ Days + Available\ days}$$

Come introdotto precedentemente, il tasso di occupazione medio delle città appare generalmente più alto (media complessiva pari a circa il 28%), mentre le aree rurali risultano quelle caratterizzate da una maggiore difficoltà ad affittare (media complessiva pari al 18%). Questo fenomeno potrebbe essere spiegato dal fatto che le città attraggono una vasta gamma di turisti, inclusi viaggiatori d'affari e appassionati d'arte, che, oltre a garantire una domanda elevata, appartengono a segmenti diversi e rispondono a una più ampia gamma di appartamenti.

L'andamento, osservabile in figura 6, mostra in un primo momento un'inerzia maggiore da parte delle città a riprendersi in seguito allo shock causato dalla pandemia. Tuttavia, nel 2022 la crescita risulta maggiore.

Media del tasso di occupazione

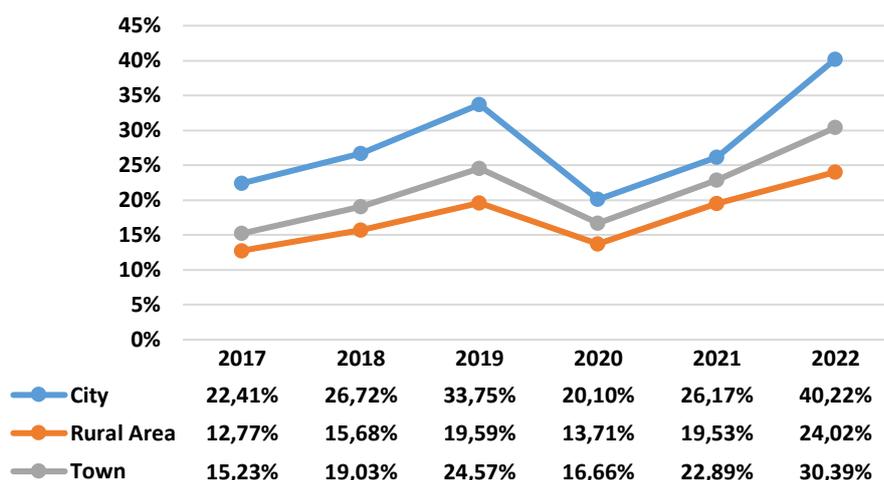


Figura 6: Media del tasso di occupazione in base alla tipologia di area

Soffermandosi sul biennio del Covid-19 (2020-2021), osservando la situazione in figura 7, si può notare come le aree rurali abbiano avuto un incremento più alto in assoluto rispetto alle altre tipologie di area (città +30,24%, area rurali +42,49%, town +37,40%). Questo conferma come i turisti abbiano scelto mete isolate per paura del contagio pandemico. Nel post-Covid è ritornato il desiderio tra i turisti di visitare le città (+53,68%).

Globalmente, si può concludere che l'effetto "occupazione" supera l'effetto "ADR": nonostante nelle aree rurali sia presente un prezzo medio per notte maggiore, i ricavi medi per annuncio risultano inferiori, in quanto il tasso di occupazione delle città è maggiore a tal punto da bilanciare e superare il distacco di prezzo.

Variazione percentuale del tasso di occupazione medio

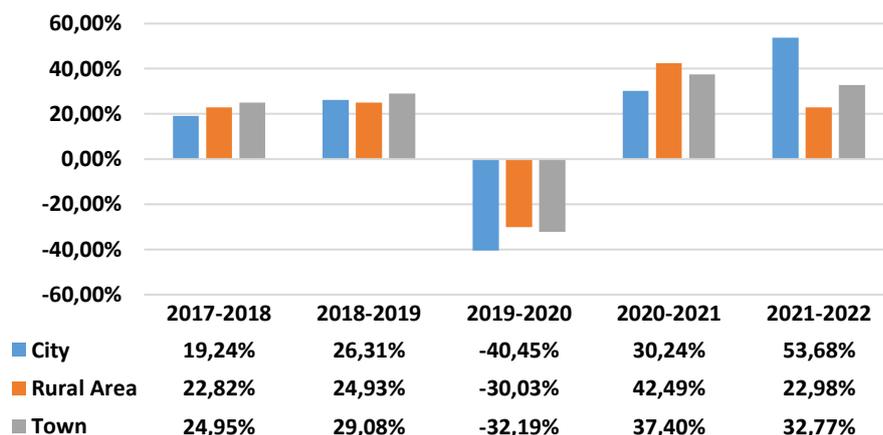


Figura 7: Variazione percentuale del tasso di occupazione medio in base alla tipologia di area

4.1.6. RevPAN

$$RevPan = \frac{Revenues}{Reservation\ Days + Available\ days}$$

Come mostrato in figura 8, le città sono caratterizzate da una redditività mediamente più alta, sempre dovuta al tasso di occupazione (media complessiva per città, area rurale e town pari a 23,93%, 19,42% e 18,8% rispettivamente). Tuttavia, la profittabilità degli alloggi nelle città ha risentito maggiormente dell'impatto del Covid-19, dal quale si è ripresa a partire dal 2021. Town ed aree rurali hanno retto meglio il colpo, riuscendo a mantenere sufficientemente proficui gli annunci sulla piattaforma anche durante il periodo di crisi più intensa.

Media di RevPAN

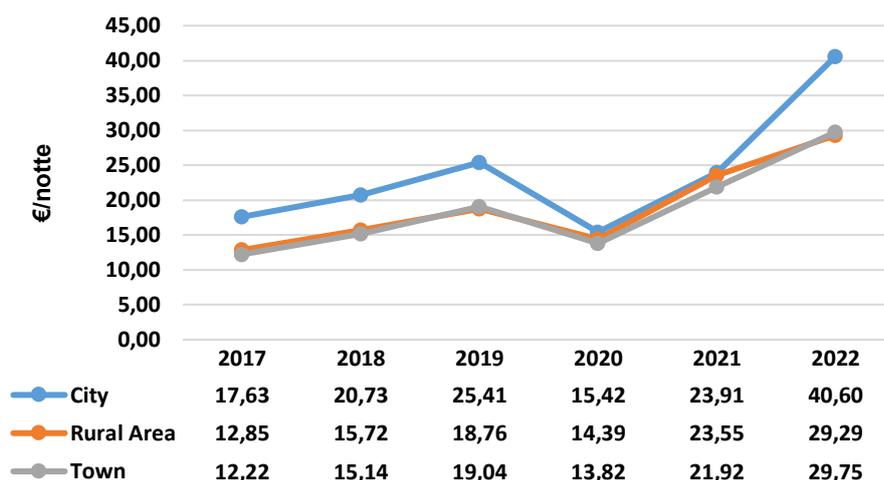


Figura 8: Media di RevPAN medio in base alla tipologia di area

Analizzando i dati sotto forma di variazione, disponibili in figura 9, Il RevPAN mostra un andamento analogo al tasso di occupazione. Si può infatti notare come nel biennio del Covid-19 le aree rurali abbiano avuto un incremento maggiore (+63,72%) rispetto alle altre due zone (città +55,02% e town +58,53%). Nel periodo post-Covid i turisti sono tornati a visitare le città (+69,83%) e meno le aree rurali (+24,37%).

Variazione percentuale di RevPAN medio

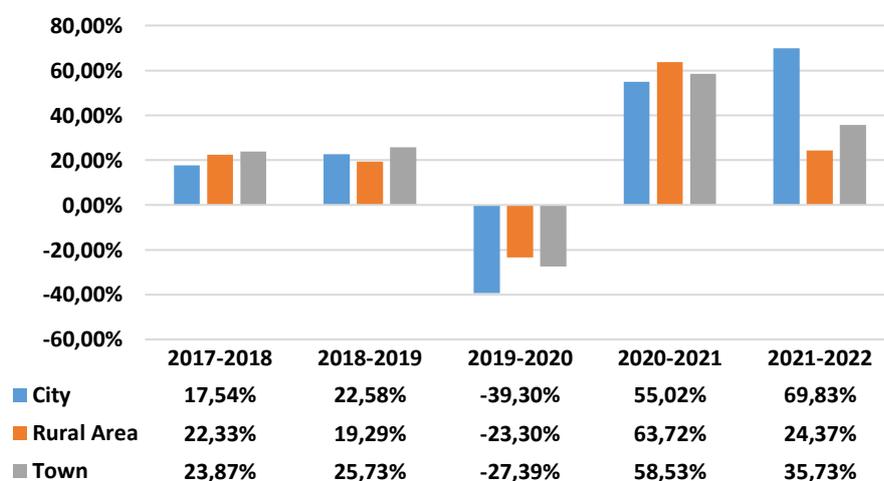


Figura 9: Variazione percentuale di RevPAN medio in base alla tipologia di area

4.1.7. Numero di annunci medio per host

$$\text{Host multi - property} = \frac{\text{Annunci su Airbnb}}{\text{Numero di host}}$$

Analizzando i dati classificati per tipologia di area, mostrati in figura 10, emerge la tendenza delle città ad avere un numero di annunci per host maggiore e, di conseguenza, la presenza di più host “multi-property” (o, in alternativa, di host con un numero superiore di annunci gestiti), i quali hanno resistito meglio all’impatto del Covid-19, mantenendo mediamente più attivi gli annunci sulla piattaforma rispetto a town e aree rurali. Queste ultime, invece, hanno visto i relativi host ridurre considerevolmente il numero medio di annunci nel 2020, per poi aumentarlo nuovamente a partire dal 2021.

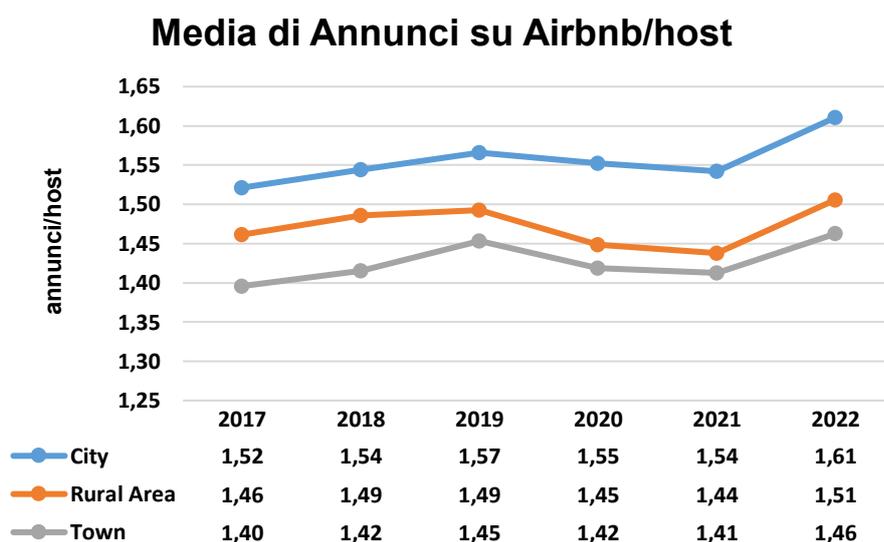


Figura 10: Media di Annunci su Airbnb/host in base alla tipologia di area

4.1.8. Rapporto Annunci-Superficie

$$\text{Annunci al Km}^2 = \frac{\text{Annunci su Airbnb}}{\text{Superficie del comune di riferimento}}$$

Coerentemente alla distribuzione degli immobili nelle tre tipologie di area considerate, la densità di annunci risulta maggiore nelle città (totale complessivo pari a 19,17 annunci/km²), seguite dalle town (totale complessivo pari a 3,89 annunci/km²), per finire con le aree rurali (totale complessivo pari a 1,52 annunci/km²). Come osservabile in figura 11, mentre town e aree rurali mostrano una densità pressoché costante dal 2017 al 2022, le città hanno registrato variazioni considerevoli. Dopo una prima fase di crescita, culminata nel 2019 (22,37 annunci/km²), il numero di annunci per chilometro quadrato si è ridotto notevolmente, fino a scendere sotto ai livelli registrati nel 2017. Tuttavia, in seguito a un periodo di stallo nel 2021, la densità ha ripreso a crescere.

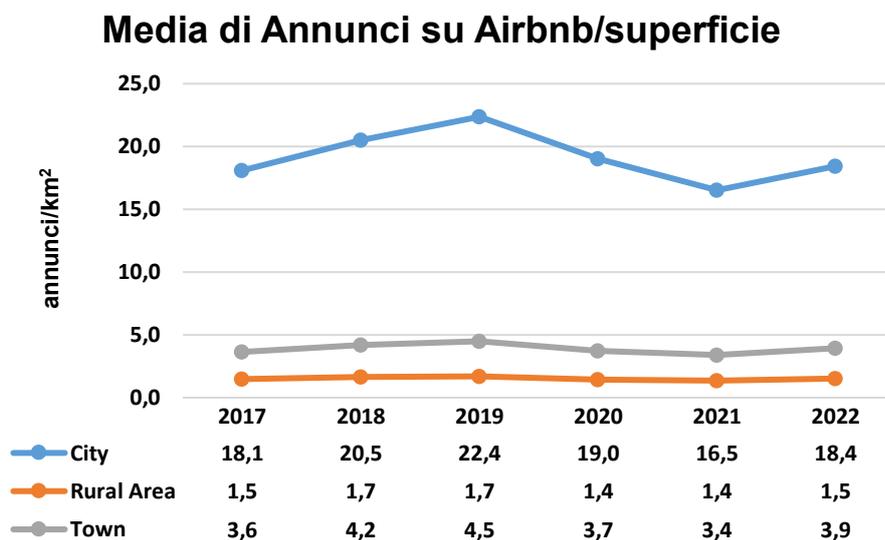


Figura 11: Media di Annunci su Airbnb/Superficie del comune di riferimento in base alla tipologia di area

4.2. Analisi delle variabili relative al settore alberghiero

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, al fine di poter effettuare un confronto coerente con i dati posseduti di Airbnb.

In generale:

- Sono presenti andamenti differenti tra le diverse tipologie di hotel;
- Si possono trarre delle conclusioni in base ai tre macro-periodi analizzati: pre-Covid, Covid e post-Covid.

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.

4.2.1. Esercizi alberghieri di lusso (4 stelle e 5 stelle)

Come si può notare in figura 12, gli hotel di lusso (a 4 e 5 stelle) sono soggetti a una continua crescita, senza variazioni neanche in periodo pandemico, pari al 2,47% nelle aree rurali e al 2,12% per le città. La clientela con grande capacità di spesa ha continuato a scegliere gli hotel di alta categoria e questo ha permesso agli

imprenditori di coprire le spese grazie ai margini più alti e non chiudere le proprie attività.

Nel periodo post-Covid gli esercizi alberghieri di lusso sono risultati in costante crescita, non avendo mai risentito della crisi pandemica.

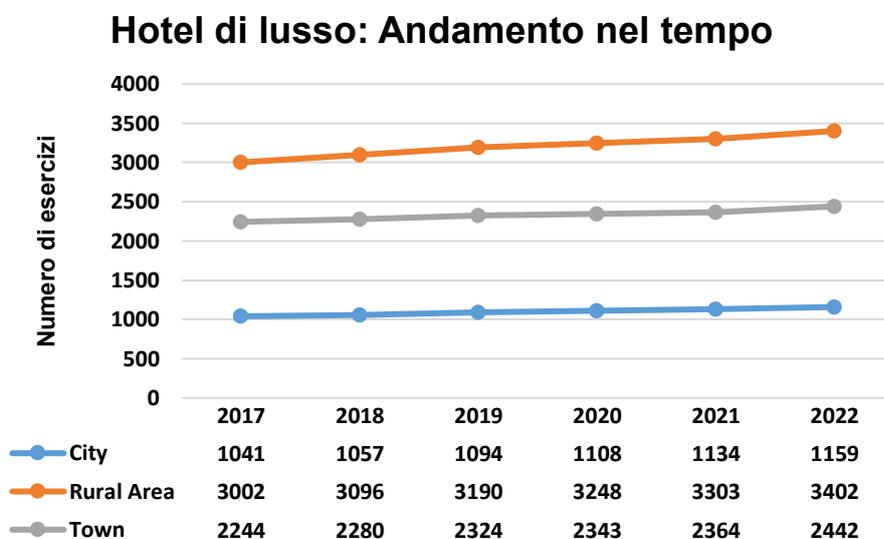


Figura 12: Andamento nel tempo del numero di hotel di lusso (4 e 5 stelle) in base alla tipologia di area

Osservando le variazioni percentuali disponibili in figura 13, si può notare il costante aumento degli esercizi alberghieri di lusso in tutte le zone di Italia.

In particolare, nell'ultimo biennio si può notare una variazione positiva specialmente nelle aree rurali e nei town.

Dal grafico emerge che la clientela con grande capacità di spesa ha continuato a scegliere gli hotel di alta categoria. Infatti, si nota una continua crescita nel tempo non influenzata dalla pandemia (+2,47% nelle aree rurali vs +2,12% nelle città).

Come immaginabile, la variazione percentuale minore, comunque positiva, si ha nel biennio del Covid-19.

Variazioni percentuali degli hotel di lusso

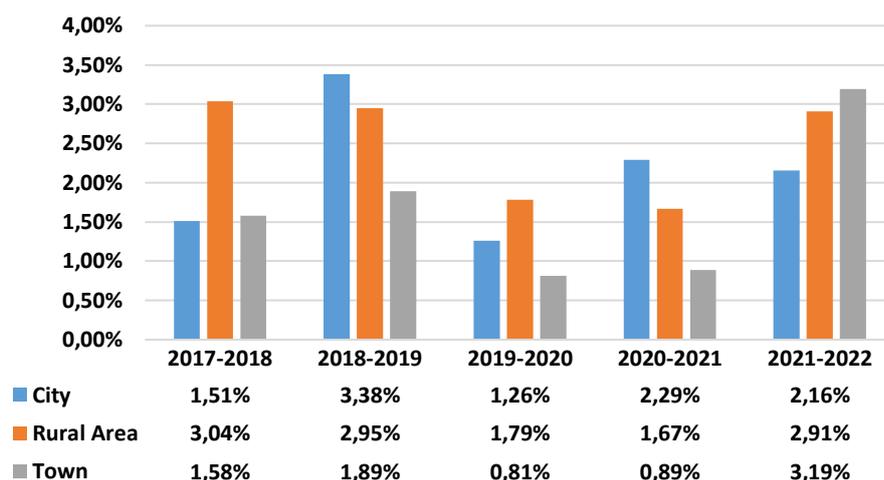


Figura 13: Variazioni percentuali del numero di hotel di lusso (4 e 5 stelle) in base alla tipologia di area

4.2.2. Esercizi alberghieri di fascia intermedia (3 stelle)

Osservando la categoria di hotel a 3 stelle, il cui andamento è presente in figura 14, si può notare una decrescita del numero di esercizi alberghieri in tutte le classificazioni di area nella penisola italiana. Gli esercizi alberghieri di questo tipo non sono riusciti a reggere in modo paragonabile agli hotel di lusso l'impatto pandemico e la competizione con Airbnb.

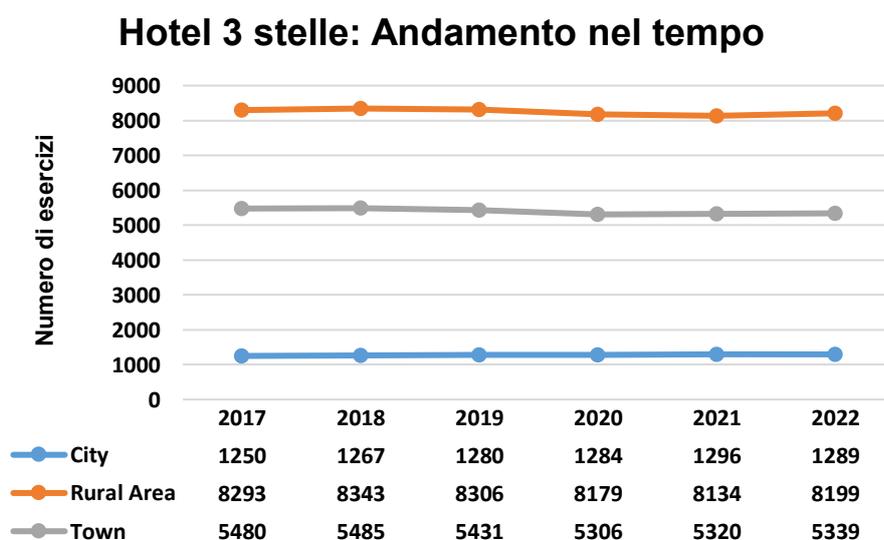


Figura 14: Andamento nel tempo del numero di hotel a 3 stelle in base alla tipologia di area

In particolare, soffermandosi sui dati in figura 15, emerge che le aree rurali e i town hanno sofferto maggiormente il periodo pandemico rispetto alle città. Tuttavia, nell'ultimo biennio analizzato, la situazione risulta diametralmente opposta. In

questo caso, però, le percentuali minime portano a concludere che la situazione si sia stabilizzata.

Variazioni percentuali degli hotel a 3 stelle

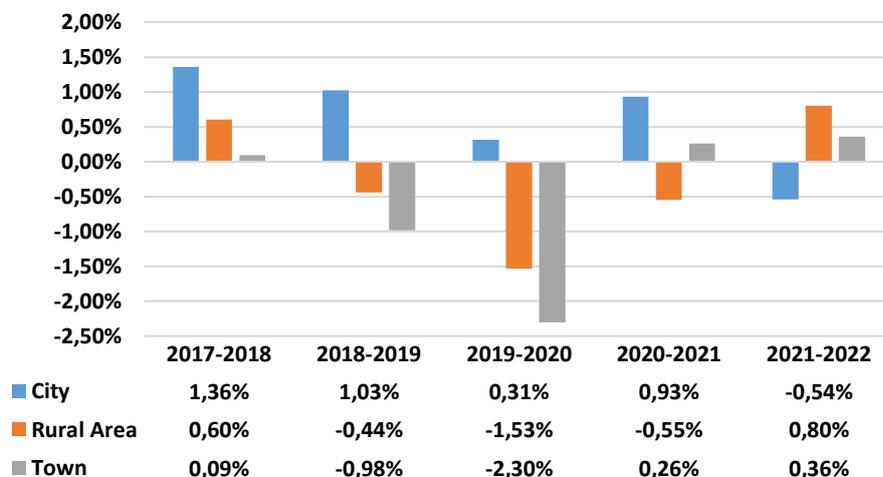


Figura 15: Variazioni percentuali del numero di hotel a 3 stelle in base alla tipologia di area

4.2.3. Esercizi alberghieri di fascia bassa (1 stella e 2 stelle)

Analizzando l'andamento degli hotel di fascia bassa (a 1 e 2 stelle), illustrato in figura 16, emerge che questa categoria di strutture alberghiere ha subito un crollo maggiore nel periodo pandemico, per poi stabilizzarsi, mostrando, tuttavia, la continuazione dell'andamento negativo, anche se in maniera più leggera.

Tale situazione porta a concludere che questa tipologia di hotel si è ritrovata a non reggere la competizione in un mercato che è sempre più indirizzato ad un turismo di lusso.

Hotel di fascia bassa: Andamento nel tempo

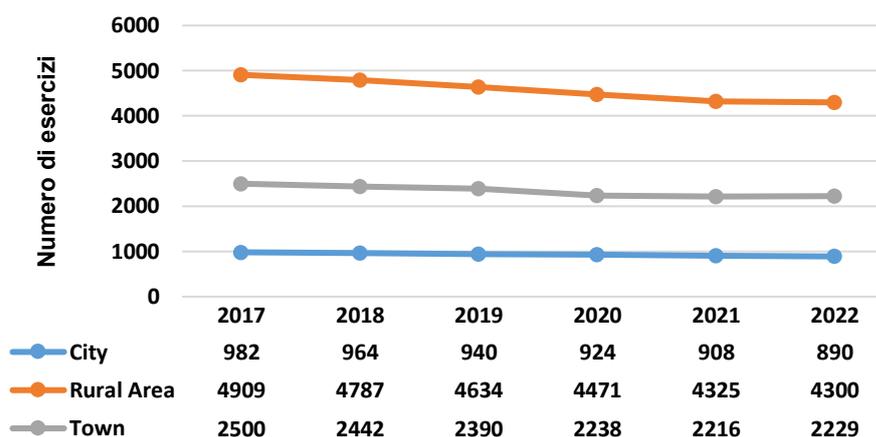


Figura 16: Andamento nel tempo del numero di hotel di fascia bassa (1 e 2 stelle) in base alla tipologia di area

Osservando le variazioni percentuali, presenti in figura 17, emerge che i town sono stati la tipologia di area maggiormente colpita dal Covid-19. In generale gli hotel di questa categoria hanno riscontrato un calo medio annuo del 3%.

Nel periodo pandemico è stata riscontrata la chiusura di tanti esercizi alberghieri. Le riduzioni percentuali più accentuate risultano in generale quelle relative agli esercizi alberghieri situati nelle aree rurali, ma la condizione di declino riguarda tutta l'Italia.

Infatti, gli alberghi a una e due stelle sono spesso usati come affitti brevi, ma a differenza degli Airbnb, sono caratterizzati da margini molto bassi.

Variazioni percentuali degli hotel di fascia bassa

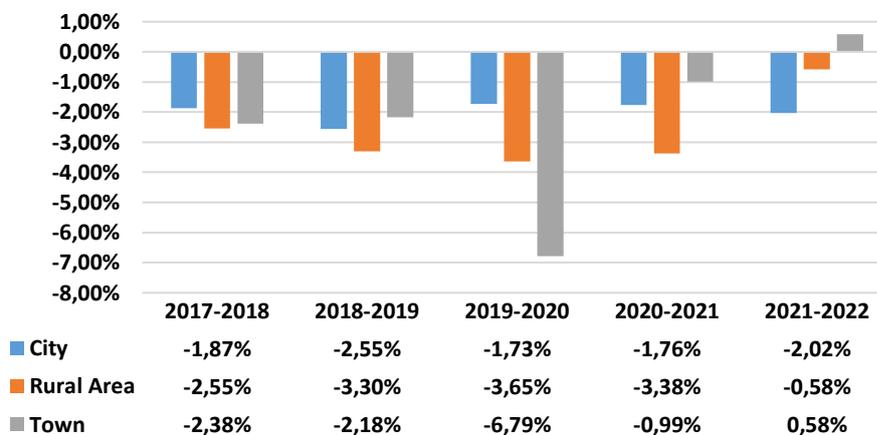


Figura 17: Variazioni percentuali del numero di hotel di fascia bassa (1 e 2 stelle) in base alla tipologia di area

4.2.4. In generale

Le dinamiche di lungo periodo dell'offerta ricettiva alberghiera italiana sono state contrassegnate da un costante processo di ristrutturazione caratterizzato dalla progressiva riduzione (o contenimento dell'espansione) del numero di strutture. Al graduale spostamento dell'offerta alberghiera verso strutture di dimensioni sempre più ampie, si è affiancato un intenso processo di riqualificazione che ha visto contrarsi progressivamente il numero degli esercizi di bassa categoria e, contemporaneamente, ampliarsi quello degli alberghi di categoria medio alta. Si è dunque attivato, nel tempo, un processo che ha riequilibrato la composizione dell'offerta ricettiva alberghiera dell'Italia.

4.2.5. Analisi finanziaria

La presente analisi è stata realizzata con l'intento di intercettare i cambiamenti avvenuti nel settore alberghiero nell'ultimo decennio, osservando le variazioni di ricavi ed EBITDA rilevati nel periodo di riferimento.

Grazie a queste informazioni è 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.

Il database impiegato per l'analisi ha permesso di distinguere le tendenze in base alla classificazione, evidenziando le diverse dinamiche occorse nel periodo dal 2013 al 2022.

Città

Come illustrato in figura 18, l'evidenza empirica rivela un interessante aumento costante del differenziale Ricavi-EBITDA dal 2013 al 2019, suggerendo la presenza di costi crescenti a carico delle strutture alberghiere. 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, lo scoppio della pandemia da 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.

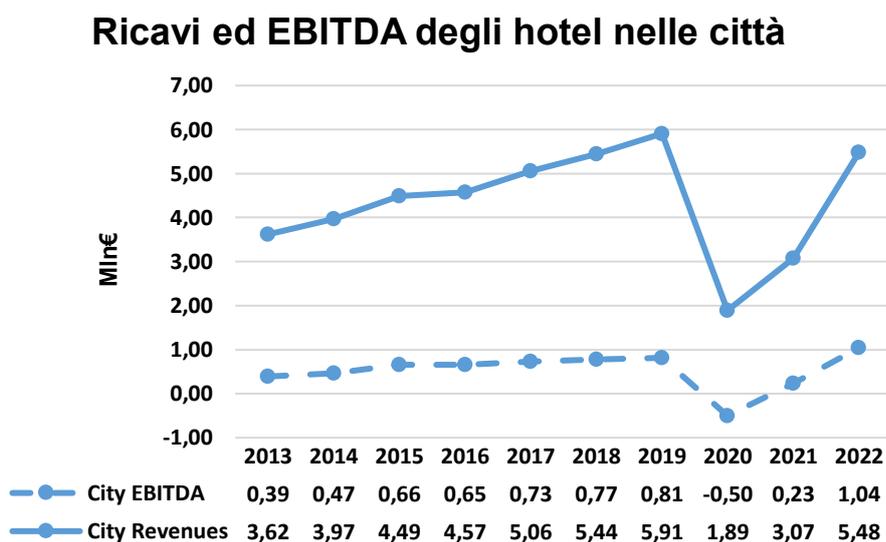


Figura 18: Andamento di ricavi ed EBITDA degli hotel nelle città

Town

Osservando l'andamento delle medesime variabili finanziarie nel contesto dei town, disponibile in figura 19, emergono le stesse caratteristiche. A fronte di ricavi in forte crescita nel periodo pre-pandemico, l'EBITDA medio è aumentato in misura minore.

A differenza del caso precedente, la pandemia non ha portato l'EBITDA degli hotel a valori negativi, ma ne ha comportato, anche in questo caso, una forte riduzione.

Se da un lato l'impatto della crisi è risultato più forte nelle città rispetto ai town, dall'altro per questi ultimi è stata meno rapida la ripresa. Nel 2022, infatti, si osservano Ricavi ed EBITDA ancora al di sotto dei livelli pre-pandemici.

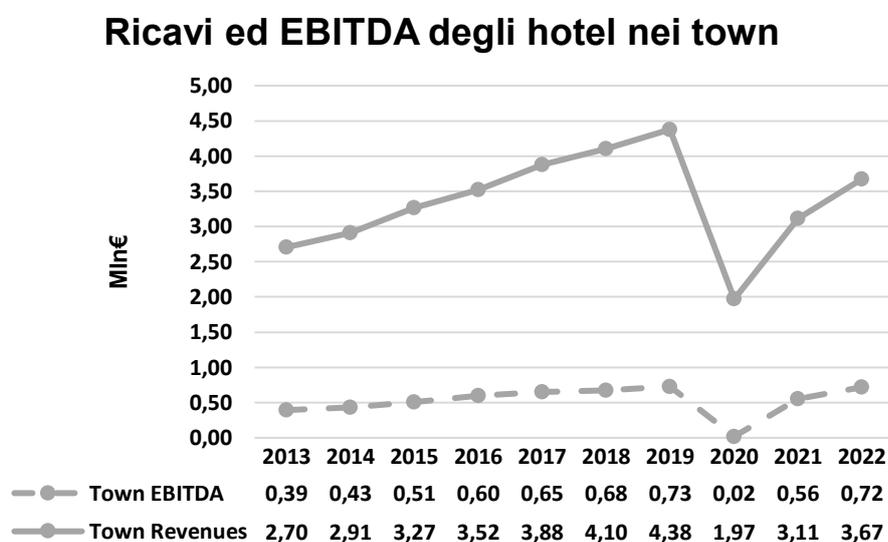


Figura 19: Andamento di ricavi ed EBITDA degli hotel nei town

Aree rurali

Se si analizzano i dati relativi alle componenti di conto economico considerate nel contesto specifico delle aree rurali, osservabili in figura 20, è immediato notare l'evidente somiglianza con gli andamenti precedentemente descritti.

In particolare, 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 town, l'EBITDA medio per comune nel 2020 ha subito una riduzione relativamente leggera, mantenendo un valore circa pari a 350 mila euro.

Ricavi ed EBITDA degli hotel nelle aree rurali

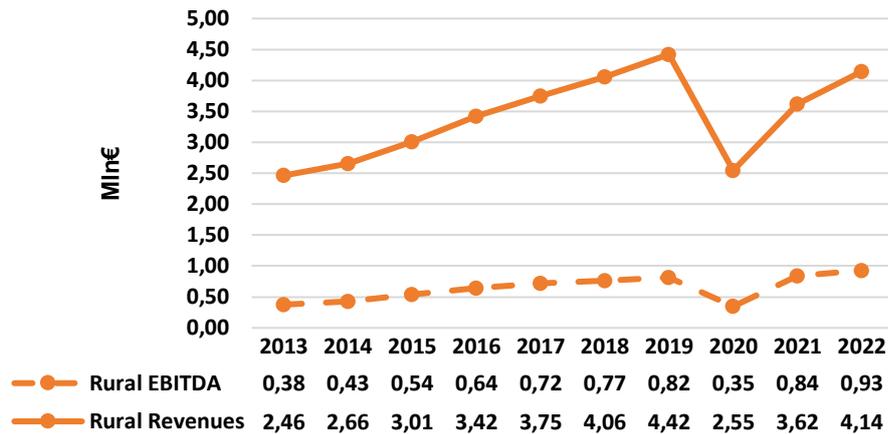


Figura 20: Andamento di ricavi ed EBITDA degli hotel nelle aree rurali

Complessivo

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.

Osservando il grafico in figura 21, come per i casi esaminati in precedenza, il "ventaglio" ricavi-EBITDA risulta sempre più aperto nell'intervallo temporale dal 2013 al 2019, periodo dopo il quale la crisi economica scatenata dalla pandemia ha comportato il crollo dei ricavi e il conseguente calo drastico dell'EBITDA. Quest'ultimo, complessivamente, trainato dai valori estremamente bassi registrati nelle città, è risultato mediamente negativo.

Tuttavia, considerando tutte le rilevazioni possedute, senza distinzioni basate sulla classificazione, la ripresa nel biennio 2021-2022 appare notevolmente rapida, con ricavi nel 2022 vicini ai livelli del 2018 ed EBITDA più alto di sempre.

Ricavi ed EBITDA degli hotel in generale

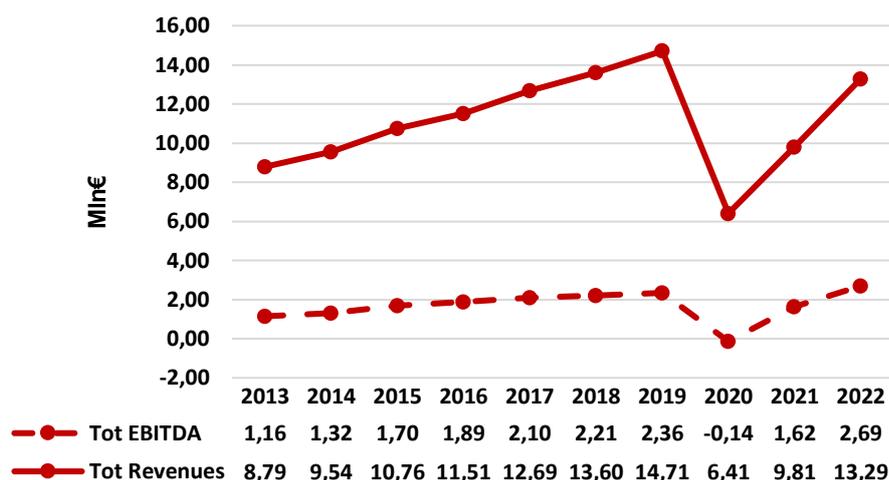


Figura 21: Andamento di ricavi ed EBITDA degli hotel in generale

Confronto città ed aree rurali

Confrontando gli andamenti delle variabili finanziarie considerate nei comuni classificati come città e come aree rurali, emergono ulteriori peculiarità, per le quali è necessario approfondire l'analisi.

Come mostrato in figura 22, nonostante i ricavi risultino più elevati rispetto alle aree rurali, i valori di EBITDA registrati si attestano sugli stessi livelli. Tale caratteristica evidenzia la differenza tra le strutture di costo presenti negli esercizi alberghieri situati nelle due diverse tipologie di area.

Analizzando gli effetti della crisi generata dal Covid-19, spicca la divergenza tra città ed aree rurali, già rilevata nel capitolo precedente nel contesto di Airbnb, confermando l'influenza specifica che il contesto, urbano o rurale, ha 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-19, con valori di ricavi ed EBITDA superiori rispetto alle città sia nel 2020 che nel 2021.

Dati finanziari a confronto: città vs aree rurali

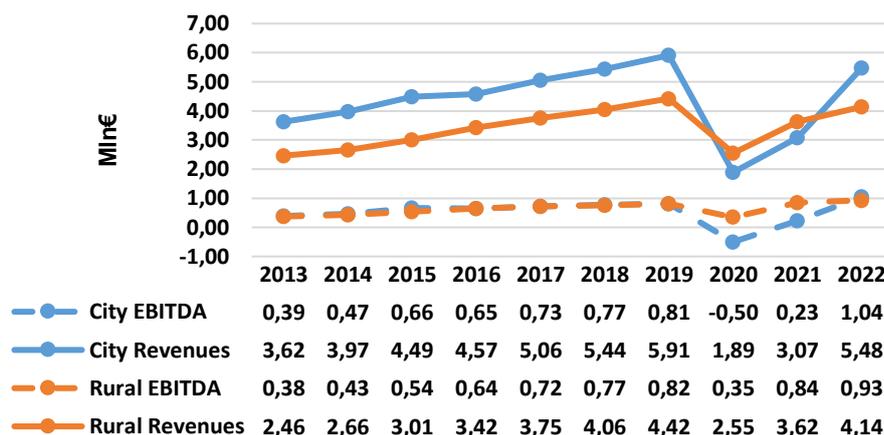


Figura 22: Confronto dell'andamento di ricavi ed EBITDA degli hotel nelle città e nelle aree rurali

In generale, si può concludere che il settore dell'ospitalità tradizionale è stato protagonista di un mutamento costante, il cui effetto, in assenza di altre informazioni, non suggerisce le cause sottostanti.

Per tale ragione 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.

4.3. Airbnb vs Hotel

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.

In particolare, come osservabile in figura 23, le aree rurali sono state caratterizzate dalla crescita del numero di annunci su Airbnb e del numero di esercizi alberghieri di fascia alta, mentre le altre categorie di hotel hanno subito una riduzione costante.

Nello specifico, la riduzione degli hotel di fascia bassa risulta più accentuata rispetto agli esercizi alberghieri a 3 stelle.

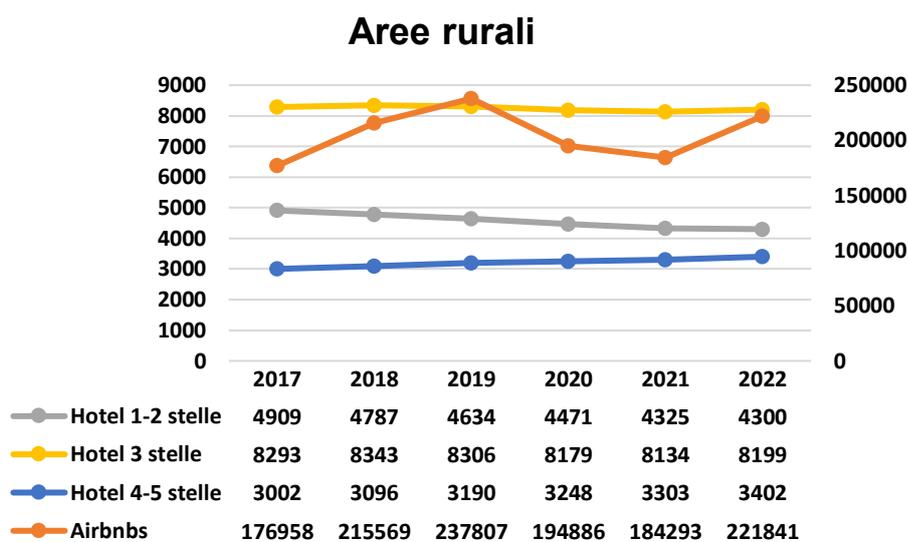


Figura 23: Andamento del numero di annunci su Airbnb e del numero di hotel nelle aree rurali

Concentrando l'attenzione sulle città, 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 paragonabile a quella evidenziata nelle aree rurali. Per quanto riguarda Airbnb, la ripresa post-Covid risulta, invece, meno rapida.

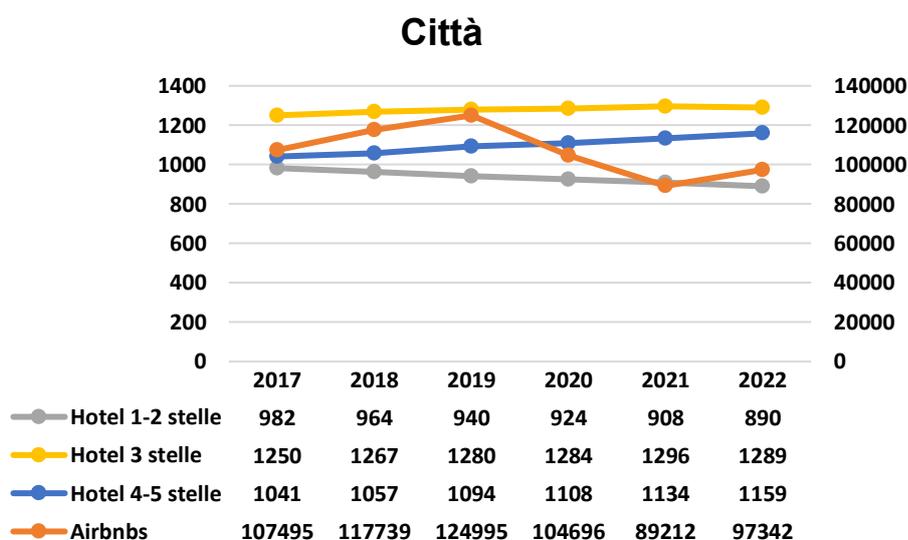


Figura 24: Andamento del numero di annunci su Airbnb e del numero di hotel nelle città

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 illustrato in tabella 1, nel periodo pre-Covid il numero di annunci su Airbnb è cresciuto maggiormente nelle aree Rurali rispetto alle città, con un aumento del 21,82% nel biennio 2017-2018 e del 10,32% nel biennio 2018-2019 nelle prime, contro il +9,53% e il +6,16% delle seconde.

La medesima tendenza è stata riscontrata per gli hotel di lusso, per i quali la variazione nel periodo 2017-2019 è stata del 6,26% nelle aree rurali, contro il 5,09% delle città.

Al contrario, gli hotel di fascia bassa, in costante decrescita, hanno subito riduzioni maggiori nelle aree rurali rispetto alle città nel periodo pre-pandemico (2017-2019). Tali riduzioni sono state, infatti, pari a -5,60% nelle aree rurali e -4,28% nelle città.

Seguendo la stessa dinamica, nel periodo di Covid-19, Airbnb ha subito riduzioni più marcate nelle città rispetto alle aree rurali, registrando una variazione negativa nell'intervallo 2019-2021 pari a -28,63% nelle prime, contro un -22,50% nelle seconde.

In maniera opposta, durante la pandemia gli hotel a 3 stelle hanno subito lievi riduzioni nelle aree rurali, mentre sono aumentati nelle città. Nel biennio 2019-2020, infatti, è stata registrata una variazione pari a -1,53% nelle aree rurali e a +0,31% nelle città. In modo analogo, nel biennio successivo, il numero di hotel a 3 stelle è diminuito dello 0,55% nelle aree rurali, aumentando dello 0,93% nelle città.

Seguendo la tendenza già in atto nel periodo pre-pandemico, anche durante il Covid-19, gli hotel di fascia bassa hanno subito riduzioni maggiori nelle aree rurali rispetto alle città. In particolare, le riduzioni sono state pari a -3,52% (2019-2020) e -3,27% (2020-2021) nelle aree rurali e a -1,70% (2019-2020) e -1,73% (2020-2021) nelle città.

Nel periodo post-Covid, Airbnb ha continuato la sua espansione nelle aree rurali, ottenendo una ripresa più efficace in queste aree 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 Variazioni percentuali del numero di annunci su Airbnb e del numero di esercizi alberghieri nelle aree rurali e nelle città

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%

In generale, i dati indicano che Airbnb sta guadagnando popolarità e presenza costante nelle aree rurali, mentre il numero di hotel, in particolare quelli a 1-2 stelle, sembra diminuire. Gli hotel di fascia alta stanno crescendo, ma Airbnb mantiene comunque una presenza significativa. Questi dati suggeriscono che Airbnb sta diventando una scelta preferita per i viaggiatori in queste zone, a causa della varietà di opzioni e prezzi competitivi.

5. Analisi di regressione

Il settore alberghiero ha subito cambiamenti significativi negli ultimi dieci anni. Tale dinamica solleva molte domande sull'impatto delle emergenti piattaforme di condivisione degli alloggi sulle prestazioni e sulla sostenibilità degli hotel tradizionali. Per questo motivo, in questo studio sono state realizzate delle analisi di regressione, volte a quantificare e comprendere l'impatto di Airbnb sul settore alberghiero.

Questa metodologia ha consentito di studiare l'effetto diretto di Airbnb sugli hotel, inserendo alcune variabili di controllo con l'intento di isolare gli effetti specifici delle variabili considerate. Pertanto, oltre alle variabili relative ad Airbnb, sono stati inseriti anche fattori come il reddito medio e la dimensione della popolazione nel comune di riferimento.

Attraverso l'applicazione di modelli di regressione multivariata di tipo lin-log, sono state messe in evidenza le complesse dinamiche del mercato alberghiero in presenza di condivisione di alloggi peer-to-peer. La presente analisi mira a contribuire a una comprensione critica di come questi fattori interagiscono, permettendo di identificare le sfide e le opportunità che si presentano nel contesto dello sviluppo del settore.

In questo capitolo sono esaminati i risultati ottenuti e riconosciuti i limiti dell'approccio utilizzato, proponendo possibili direzioni per la ricerca futura. Questa analisi approfondita mira ad acquisire una comprensione più completa del panorama dell'ospitalità contemporanea, fornendo ai decisori informazioni critiche per adattarsi e prosperare in un ambiente in continua evoluzione.

Analisi 1: Variazione percentuale del numero di hotel (periodo 2017 – 2022)

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.

In particolare, il modello mostrato in figura 25 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 su Airbnb nel periodo considerato.

Per stimare le differenze esistenti tra le diverse tipologie di area è stata inserita la variabile categorica che poteva assumere un valore da 1 a 3 in base alla classificazione del comune di riferimento.

Inoltre, per isolare meglio gli effetti, sono state inserite due variabili di controllo relative al singolo comune: popolazione e reddito.

L'output evidenzia un legame positivo e significativo tra Airbnb e gli hotel, indicando che la presenza di Airbnb è associato alla crescita del numero di esercizi alberghieri.

In particolare, l'output mostra che la presenza di Airbnb (aumento dell'1% nel numero di annunci) è associata a un aumento di circa 0,0166 unità nella variazione percentuale del numero di esercizi nel periodo di riferimento.

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. Infatti, essi risultano positivi e statisticamente significativi e pari a circa 0,145 per le aree rurali e a circa 0,133 nei town. Tali coefficienti si riferiscono alla differenza rilevata in queste aree rispetto alla tipologia di area di riferimento (città).

Il modello risulta, tuttavia, carente dal punto di vista della varianza spiegata (R-squared basso), pertanto è necessario approfondire l'analisi con ulteriori modelli.

	Variazione numero hotel 2017-2022
In 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 di regressione relativa alla variazione percentuale del numero di esercizi alberghieri nel periodo 2017-2022. (***) $p < 0.001$, (**) $p < 0.01$, (*) $p < 0.05$)

Analisi 2: Variazione percentuale del numero di hotel con interazione tra Airbnb e classificazione dell'area (periodo 2017 – 2022)

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 mira a catturare le possibili variazioni dell'impatto di Airbnb nelle diverse categorie di area.

Il modello è illustrato in figura 26.

L'introduzione dell'interazione ha modificato i risultati ottenuti con l'analisi precedente, mostrando un'influenza negativa del numero di Airbnb sull'andamento del numero di hotel.

Tuttavia, questo effetto non risulta statisticamente significativo (p-value pari a 0,967).

Per tale ragione emerge l'esigenza di effettuare analisi più specifiche, suddividendo ulteriormente le tipologie di area o esaminando specifiche sottocategorie delle 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.

Infatti, è essenziale considerare attentamente le limitazioni del presente studio, come la disponibilità dei dati e la complessità delle variabili coinvolte, che portano anche in questo caso a una varianza spiegata bassa. Un'analisi più specifica potrebbe includere l'esplorazione di altri fattori potenzialmente influenzanti i risultati, contribuendo così a una comprensione più approfondita del fenomeno studiato.

	Variazione numero hotel 2017-2022
In 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 di regressione relativa alla variazione percentuale del numero di esercizi alberghieri nel periodo 2017-2022, con interazione delle variabili relative ad Airbnb e alla classificazione dell'area (***) $p < 0.001$, ** $p < 0.01$, * $p < 0.05$)*

Analisi 3: Variazione percentuale del numero di hotel distinti per categoria (periodo 2017 – 2022)

Al fine di misurare le differenze presenti tra le varie categorie di hotel è stata condotta un'analisi di regressione in cui sono stati distinti gli esercizi alberghieri in tre categorie principali:

- Hotel di fascia bassa: comprendenti strutture con una classificazione di 1 e 2 stelle;
- Hotel di fascia intermedia: esercizi con una classificazione di 3 stelle;
- Hotel di fascia alta: strutture con una classificazione di 4 e 5 stelle.

L'analisi in questione, disponibile in figura 27, 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.

Osservando nello specifico i valori ottenuti, emerge che la presenza di Airbnb (aumento dell'1% nel numero di annunci) è associata alla riduzione di circa 0,01 unità nella variazione percentuale del numero di esercizi alberghieri di fascia bassa e all'aumento di circa 0,007 e 0,027 unità nella variazione percentuale del numero di hotel di fascia intermedia e alta rispettivamente.

Questa differenziazione nelle dinamiche tra le diverse categorie conferma quanto sostenuto nella letteratura scientifica, evidenziando che l'impatto negativo di Airbnb è più accentuato sugli hotel di fascia inferiore, mentre si attenua man mano il livello degli hotel sale.

I risultati ottenuti 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 al posizionamento e alle caratteristiche delle strutture alberghiere.

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

Figura 27: Analisi di regressione relativa alla variazione percentuale del numero di esercizi alberghieri distinti per categoria, nel periodo 2017-2022 (***) $p < 0.001$, ** $p < 0.01$, * $p < 0.05$)

Analisi 4: Variazione percentuale del numero di hotel distinti per categoria con interazione tra Airbnb e classificazione dell'area (periodo 2017 – 2022)

Per completezza, 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, mostrati in figura 28, 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 nella variazione percentuale del 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 dell'analisi 1.

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

Figura 28: Analisi di regressione relativa alla variazione percentuale del numero di esercizi alberghieri distinti per categoria, nel periodo 2017-2022, con interazione delle variabili relative ad Airbnb e alla classificazione dell'area (***) $p < 0.001$, ** $p < 0.01$, * $p < 0.05$)

Analisi 5: Variazione percentuale EBITDA degli hotel in aggregato (periodo 2020-2021)

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, illustrata in figura 29, 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.

	Variazione EBITDA settore alberghiero 2020-2021
In 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 di regressione relativa alla variazione percentuale dell'EBITDA degli hotel nel periodo 2020-2021 (***) $p < 0.001$, ** $p < 0.01$, * $p < 0.05$)

Analisi 6: Variazione percentuale EBITDA degli hotel in aggregato, con interazione tra Airbnb e classificazione dell'area (periodo 2020-2021)

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 ha mostrato 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.

	Variazione EBITDA settore alberghiero 2020-2021
In 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 di regressione relativa alla variazione percentuale dell'EBITDA degli hotel nel periodo 2020-2021, con interazione delle variabili relative ad Airbnb e alla classificazione dell'area
(*** p<0.001, ** p<0.01, * p<0.05)*

In conclusione, l'effetto di Airbnb risulta più marcato sugli hotel di fascia inferiore, attenuandosi con il salire del livello degli hotel.

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

6. Implicazioni pratiche

Dai risultati ottenuti con il presente studio emergono alcune implicazioni pratiche, potenzialmente interessanti per le organizzazioni turistiche, gli enti locali e gli operatori del settore dell'ospitalità.

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. Durante la pandemia, 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 hotel di fascia bassa, nonché la sua influenza sui margini del settore alberghiero in generale, rappresentano un tema che necessita di essere approfondito.

Nella prima sezione, sono proposte delle modalità per la promozione del turismo nelle diverse regioni italiane, con particolare attenzione all'interesse crescente per le aree rurali. Nella seconda sezione, sono consigliate alcune strategie volte a limitare l'impatto di Airbnb sulla diminuzione degli alberghi a basso costo. Infine, la terza sezione è concentrata sull'importanza del monitoraggio continuo per rimanere allineati alle mutevoli dinamiche del settore turistico.

Promozione del turismo rurale

In generale, esistono diversi fattori su cui far leva per intensificare il turismo rurale. Tra questi:

- Investimenti nelle infrastrutture: le amministrazioni locali hanno l'opportunità di allocare risorse per migliorare le strutture rurali, tra cui la costruzione di strade, il potenziamento dei servizi di trasporto pubblico e la creazione di spazi per la sosta;
- Preservazione del patrimonio culturale e naturale: le organizzazioni legate al turismo possono collaborare attivamente con le comunità locali per sviluppare e proporre esperienze ed attività ai turisti;
- Promozione della cultura locale: sia gli host di Airbnb che gli alberghi possono offrire esperienze relative alle culture locali, come lezioni di cucina, concerti o workshop di artigianato.

Airbnb VS Hotel di fascia bassa

La diminuzione del numero di alberghi di fascia bassa richiede un approccio strategico e diversificato. Una delle opzioni disponibili è la diversificazione dell'offerta: gli hotel di fascia bassa potrebbero riconsiderare la loro struttura e destinare parte degli spazi ad affittacamere o appartamenti autonomi. Questa strategia potrebbe aiutare a competere in modo più efficace con piattaforme come Airbnb, poiché consentirebbe loro di soddisfare le esigenze dei viaggiatori che cercano maggiore autonomia durante il loro soggiorno.

Un'altra possibilità è la collaborazione diretta con Airbnb. In questo scenario, alcuni hotel potrebbero valutare la possibilità di mettere a disposizione alcune delle loro stanze sulla piattaforma di condivisione degli alloggi. Questa collaborazione aprirebbe le porte a una maggiore visibilità e consentirebbe il raggiungimento di un pubblico più vasto di potenziali clienti, avendo accesso alla base di utenti di Airbnb.

Per attirare viaggiatori con budget limitati, gli esercizi alberghieri potrebbero, inoltre, sviluppare strategie di marketing mirate, come l'offerta di pacchetti speciali che comprendono pasti o sconti per prenotazioni a lungo termine. Tali azioni possono rendere il servizio dell'albergo più attraente per una clientela con budget ridotto e aumentare la sua competitività nel mercato.

Infine, considerare politiche di sostenibilità potrebbe essere un'opzione vantaggiosa. Gli hotel potrebbero impegnarsi a ridurre i rifiuti e adottare fonti di energia rinnovabile per dimostrare un forte impegno verso la sostenibilità ambientale. Questa attività, oltre ad attirare viaggiatori che sono sensibili alle tematiche ambientali, contribuirebbe a migliorare l'immagine e la reputazione dell'hotel nel lungo termine.

Strategia di Marketing

La vigilanza costante sulle dinamiche del settore turistico è essenziale per mantenere la posizione competitiva. A tale scopo è necessario adottare un sistema di monitoraggio dei dati riguardanti i flussi di turisti, i luoghi e le attrazioni più popolari, le preferenze dei viaggiatori e le tariffe praticate dai concorrenti. Questo sistema garantisce un quadro completo del mercato, permettendo di identificare tendenze emergenti e cambiamenti nelle preferenze dei clienti.

L'aggiornamento regolare delle strategie di marketing rappresenta, inoltre, un passaggio fondamentale. Basandosi sui dati raccolti attraverso il sistema di monitoraggio, le organizzazioni possono adeguare continuamente le loro tattiche di promozione, quali la personalizzazione delle offerte. In questo modo esse possono riflettere le esigenze e i desideri in evoluzione dei viaggiatori, rispondendo tempestivamente alle nuove tendenze.

Infine, la collaborazione con istituti di ricerca, come università, risulta un'opportunità preziosa. Tali partner possono fornire dati di alta qualità e approfondite analisi del settore.

7. Limitazioni

Nella ricerca realizzata in questo lavoro di tesi sono presenti alcune limitazioni che hanno caratterizzato i risultati ottenuti.

In primo luogo, la variabile relativa al numero di esercizi alberghieri risulta particolarmente rigida rispetto al numero di annunci su Airbnb. Infatti, l'apertura e la chiusura di una società appartenente al settore in questione richiedono tempistiche molto alte, soprattutto se confrontate con l'inserimento e la rimozione di un annuncio su una piattaforma online. Tale discordanza potrebbe aver influenzato i risultati delle analisi di regressione, portando a sottostimare l'impatto della piattaforma di condivisione degli alloggi sul settore dell'ospitalità tradizionale.

In secondo luogo, la mancanza di dati finanziari suddivisi per categoria di hotel ha impedito un'analisi approfondita degli impatti di Airbnb. Questa lacuna 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 omesse. L'inclusione di fattori aggiuntivi, come il contesto socioeconomico generale, l'offerta di attrazioni turistiche, gli eventi locali, l'andamento dei prezzi e la presenza di infrastrutture, potrebbe arricchire l'analisi e migliorare la sua precisione.

Inoltre, è importante notare che l'analisi si è concentrata principalmente sul perimetro italiano, limitando la generalizzazione dei risultati a livello globale. Questo approccio potrebbe, infatti, non catturare completamente le diverse dinamiche di mercato presenti in altre regioni del mondo.

Infine, la mancanza di informazioni relative alle diverse categorie di clienti di Airbnb e delle loro specifiche caratteristiche sociodemografiche potrebbe limitare la comprensione delle dinamiche comportamentali degli ospiti. Ignorare le varie esigenze e preferenze dei diversi gruppi di clienti potrebbe rappresentare un'omissione significativa nell'analisi.

8. Conclusioni

In conclusione, il lavoro di tesi svolto ha permesso di analizzare approfonditamente l'evoluzione di Airbnb e del settore dell'ospitalità tradizionale, evidenziando le dinamiche occorse nel contesto italiano, distinguendole sulla base del grado di urbanizzazione del comune di riferimento tra città, town ed aree rurali. Lo studio si è focalizzato sul periodo 2017-2022, permettendo l'indagine delle tendenze presenti in tre importanti fasi avvenute nel periodo storico che stiamo vivendo. L'intervallo di tempo in questione ha consentito di distinguere il periodo antecedente allo scoppio della pandemia da quello caratterizzato dalle restrizioni e dalla crisi economica scatenata dal virus, e, ancora, da quello post-pandemico. In questo modo è stato 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 condotta ha evidenziato la presenza di prezzi medi a notte maggiori per gli annunci su Airbnb situati nelle aree rurali rispetto a quelli praticati nelle città a causa di un tasso di occupazione inferiore, che determina maggiori difficoltà a coprire i costi fissi.

Nonostante i prezzi inferiori, la redditività, rappresentata nel presente studio dal RevPAN, è risultata essere superiore nelle città. La ragione alla base di questo fenomeno è da ricercarsi nella presenza di un "effetto occupazione" superiore all'"effetto prezzo": il tasso di occupazione nelle aree ad alto grado di urbanizzazione è risultato sufficientemente elevato da consentire una profittabilità superiore, malgrado i prezzi inferiori praticati.

Tuttavia, i tassi di occupazione e il RevPAN hanno subito riduzioni durante la pandemia più drastiche proprio nelle città, dimostrando la maggiore resilienza delle aree rurali e la crescente espansione del business di Airbnb in queste zone.

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.

Nella ricerca realizzata sono state incluse analisi descrittive relative all'evoluzione della struttura finanziaria del settore alberghiero in aggregato, le quali hanno consentito di metter in luce l'andamento di ricavi ed EBITDA nel periodo 2013-2022. In particolare, è stato possibile osservare un significativo aumento del differenziale ricavi-EBITDA, suggerendo l'ipotesi per la quale la riduzione della redditività del business possa essere dovuta anche a fattori estranei ad Airbnb.

Come per quest'ultimo, gli sconvolgimenti maggiori durante il Covid-19 sono stati registrati nelle città anche per gli hotel.

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.

Dalle analisi di regressione realizzate emerge un impatto differenziato sulle diverse categorie di hotel: un effetto positivo per gli hotel di fascia alta e negativo per gli hotel di fascia bassa. Gli alberghi di fascia bassa (1 e 2 stelle) sembrano, quindi, essere più suscettibili agli impatti di Airbnb, poiché i viaggiatori, sempre più orientati verso esperienze di lusso, trovano nelle offerte di case private un'alternativa attraente a costi più contenuti. Questa tendenza sta mettendo a dura prova gli hotel di fascia bassa, che devono ora competere non solo in termini di prezzo, ma anche di esperienza offerta.

L'analisi di regressione dedicata alle variabili finanziarie ha sottolineato l'effetto negativo del mercato della home-sharing sugli hotel nel periodo del Covid-19.

Pertanto, gli albergatori, soprattutto quelli che gestiscono strutture di fascia bassa, dovrebbero adattarsi alle diverse esigenze dei clienti, offrire esperienze uniche e sperimentare modelli di business flessibili, al fine di sfruttare potenziali chiave nel mantenimento di una posizione competitiva nel mercato odierno.

9. 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 Grøtten, 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.
- Zervas, Georgios, Davide Proserpio, and John W. Byers. 2017. *The Rise of the Sharing Economy: Estimating the Impact of Airbnb on the Hotel Industry*. Vol. 54.
- 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.

10. Allegati

In questa sezione vengono riportate le singole analisi di regressione effettuate sul software Stata, comprensive dei comandi utilizzati.

Le variabili dipendenti delle analisi da 1 a 4 si riferiscono alle variazioni percentuali del numero di hotel della categoria segnalata nel periodo 2017-2022.

Le variabili indipendenti in tali analisi sono:

- `lnAvg_Airbnb`: logaritmo naturale della media del numero di annunci su Airbnb nel periodo 2017-2022
- `CodType`: coefficienti relativi alla tipologia di area (2 per le aree rurali e 3 per i town)

Nelle analisi 5 e 6 la variabile indipendente corrisponde 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]	
<code>lnAvg_Airbnb</code>	.0165907	.0055683	2.98	0.003	.0056751	.0275062
<code>CodType</code>						
2	.1449385	.0612083	2.37	0.018	.0249515	.2649256
3	.1330664	.0512141	2.60	0.009	.032671	.2334618
<code>Popolazione</code>	1.89e-06	1.46e-06	1.29	0.196	-9.74e-07	4.76e-06
<code>Redditoimponibile</code>	-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
```

Variazione_Num_Hote~22	Coef.	Robust 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
```

VariazioniHLow	Coef.	Robust 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
<u>F(4, 6902)</u>	=	.
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
<u>F(4, 6902)</u>	=	.
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
```

VariazioniHLow	Coef.	Robust 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
```

VariazioniH3	Coef.	Robust 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
```

VariazioniHLusso	Coef.	Robust 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
```

H_EBITDA	Coef.	Robust 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
```

H_EBITDA	Coef.	Robust 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

