



**Politecnico
di Torino**

Politecnico di Torino

Corso di Laurea Magistrale in Pianificazione Territoriale, Urbanistica e
Paesaggistico-Ambientale

Città e società: l'abitare momentaneo al tempo di Airbnb

Relatrice:
Prof.ssa Silvia Crivello

Candidato:
Alberto De Bonis

Correlatrice:
Prof.ssa Nadia Caruso

Anno Accademico 2023/2024

INDICE

ABSTRACT	5
INTRODUZIONE.....	7
PARTE PRIMA - IL CITTADINO. DALL'EPOCA MODERNA ALLA SOCIETÀ DEI CONSUMI	
1. Il triangolo produzione, consumo e merce:.....	9
1.1 Il modello di società marxista: genesi e cittadino moderno.....	9
1.2 Da società di produttori a società di consumatori	12
1.3 Consumismo contemporaneo.....	17
2. Comunità-società: evoluzioni e interdipendenza con le trasformazioni urbane.....	19
2.1 La civiltà moderna: Weber e Tonnies.....	19
2.2 Transizione post-moderna.....	22
2.3 Società contemporanea: l'individualismo del cittadino in un mondo globale	26
PARTE SECONDA - URBANESIMO CONTEMPORANEO E PIATTAFORME DI CONSUMO	
3. Il ruolo del digitale nelle odierne frontiere di consumo.....	30
3.1 Spazi esterni e spazi interni: il ponte digitale.....	30
3.2 Il capitalismo dell'accesso e l'economia della condivisione.....	36
3.3 Questioni urbane: turismo, gentrification e rendita	39
4. La casa e la temporalità dell'abitare.....	45
4.1 Abitare permanente.....	47
4.2 Abitare temporaneo	48
4.3 Abitare momentaneo:.....	50
5. Airbnb	53
5.1 Storia e offerta della piattaforma.....	53
5.1.1 Le chiavi del successo.....	55
5.1.2 Airbnb: riscoperta e mutamento dei valori.....	56
5.1.3 Airbnb e l'alba di un nuovo turismo	59
5.2 Impatto Airbnb sulle città.....	64
5.2.1 Impatto economico	64
5.2.2 Impatto socio spaziale	68
6. Metodologia.....	77
PARTE TERZA - AIRBNB E LE CITTÀ ITALIANE	
7. Torino.....	81
7.1. Dinamiche temporali e spaziali.....	82

7.2 Demografia e abitazioni.....	86
7.3 Host e ricavi.....	88
7.4 Amministrazione di una città per residenti e turisti.....	92
8. Firenze.....	93
8.1 Dinamiche temporali e spaziali.....	94
8.2 Demografia e abitazioni.....	97
8.3 Host e ricavi.....	99
8.4 Amministrazione di una città per residenti e turisti.....	101
9 Bologna.....	103
9.1 Dinamiche temporali e spaziali.....	104
9.2 Demografia e abitazioni.....	109
9.3 Host e ricavi.....	111
9.4 Amministrazione di una città per residenti e turisti.....	114
10. Conclusioni.....	116
11. Bibliografia.....	119
12. Sitografia.....	125
Ringraziamenti	

ABSTRACT [IT]

La transizione evolutiva dell'individuo e della società in rapporto alle attività di consumo, storicamente presenti in quanto necessarie attività quotidiane e mutate oggi in attività dedite al soddisfacimento dei desideri più che dei bisogni, ha segnato il passaggio verso una società dei consumi e, parallelamente, ha portato ad una crescita del turismo di massa all'interno dei paesaggi urbani. La presente tesi indaga il consumo nella la sua prospettiva sociale ed economica all'interno delle città contemporanee, indagando come quest'ultime, a partire dagli anni '70 del XX secolo, siano state protagoniste di un mutamento di politiche urbane tramite operazioni di rebranding atte a metterle in luce secondo la loro immagine più attrattiva. Tali politiche, unitamente al progresso tecnologico e la più agevole mobilità su scala globale, hanno acuito fortemente il turismo urbano tanto da generare una domanda turistica più stabile e continua in alcune città europee e globali sfociando talvolta nel cosiddetto overtourism. Ad esacerbare il turismo di massa, fra i diversi fattori, occorre menzionare Airbnb, la cui innovazione dirompente ha dato vita ad una nuova forma di turismo urbano, segnando un punto di rottura nella storia del turismo. L'ingresso di Airbnb quale uno fra i principali player globali in riferimento agli STR (Short Term Rentals), ovvero affitti a breve termine, ha da un lato innescato un circolo virtuoso per il turismo su scala globale secondo un modello peer to peer, consentendo un'interfaccia diretta fra *host* e *guest* sfruttando appieno i vantaggi di un'epoca digitale, ma al contempo ha fatto emergere il dibattito fra quella che è la domanda turistica e la domanda abitativa dei luoghi urbani.

La tesi mira ad indagare il duplice volto delle città, in cui queste due anime convivono e si intrecciano nei medesimi spazi urbani, con un'attenzione mirata agli impatti generati da Airbnb. Le analisi inerenti gli affitti a breve termine sono state condotte per le tre città italiane di Torino, Firenze e Bologna e declinate in un sistema spaziale tramite l'utilizzo di sistemi di georeferenziazione dei dati. L'elaborato sancisce non solo la pervasività di Airbnb e la selettività spaziale nei quadri urbani analizzati, ma solleva contemporaneamente la necessità di integrare le circostanze abitative con il nuovo paradigma di domanda turistica.

ABSTRACT [EN]

The evolutionary transition of the individual and society concerning consumer activities, historically present as necessary daily activities and now changed to activities dedicated to the satisfaction of desires rather than needs, has marked the transition to a consumer society and, in parallel, has led to a growth of mass tourism within urban landscapes. This thesis investigates consumption according to its social and economic perspective within contemporary cities, investigating how the latter, since the 1970s, have been protagonists of a shift in urban policies through rebranding operations designed to highlight them according to their most attractive image. Such policies, together with technological progress and easier mobility on a global scale, have sharpened urban tourism so much that they have generated a more stable and continuous tourist demand in some European cities, sometimes resulting in the so-called 'overtourism'. To the exacerbation of mass tourism, among other factors, a mention must be made about Airbnb, whose disruptive innovation has given rise to a new form of urban tourism, marking a breaking point in the history of tourism. The entry of Airbnb as one of the leading global players in STR (Short Term Rentals), on the one hand, has triggered a virtuous circle for tourism on a global scale according to a peer-to-peer model, enabling a direct interface between host and guest by taking full advantage of the benefits of a digital age. Still, at the same time, it has brought out the debate between tourism and the housing demand in urban places.

This thesis aims to investigate the dual face of cities, in which these two souls coexist and intertwine in the same urban spaces, focusing on the impacts generated by Airbnb. The analyses inherent to short-term rentals were conducted for the three Italian cities of Turin, Florence and Bologna and declined into a spatial system using data georeferencing systems. The paper enshrines not only Airbnb's pervasiveness and spatial selectivity in the analyzed urban frameworks but simultaneously raises the need to integrate housing circumstances with the new paradigm of tourism demand.

INTRODUZIONE

Diverse città contemporanee stanno affrontando l'emergere di una nuova forma di turismo urbano, coinvolgendo strutture ricettive che si discostano dalle canoniche strutture alberghiere, fra cui rientrano senz'altro le tipologie di affitti a breve termine di cui si fa principale portavoce Airbnb. Contemporaneamente, le stesse città si trovano a fare i conti con una società mutata nei suoi valori, nei suoi simboli, nelle sue forme sociali e, soprattutto, nelle attività di consumo, sempre più frammentate e basate sull'individuo e non più, sulla comunità.

La prima parte dell'elaborato è volta ad indagare proprio quest'ultimo aspetto, focalizzandosi sulla prospettiva dell'individuo inserito all'interno di storici contesti sociali distinti, partendo da un'epoca moderna, quella marxista, che introduce nel mutuo rapporto di influenza fra produzione e consumo l'elemento della merce, giungendo all'epoca contemporanea con la consacrazione della società dei consumi. La lettura diacronica fotografa le comunità e le società secondo le loro caratteristiche sociali ed economiche, intessute ed evolutesi di pari passo con i territori urbani. La lettura è stata condotta basandosi sulle teorie sociali condotte da diversi esponenti come Marx, Tonnies, Weber, Sombart, Durkheim, Wirth, sino ai più recenti Harvey, Baudrillard e Baumann. Proprio quest'ultimo scrive sul consumo: *“Ognuno di noi ogni giorno consuma: a volte lo facciamo con allegria – quando organizziamo una festa, celebriamo un evento importante o ci gratifichiamo per essere riusciti a fare qualcosa di particolarmente ragguardevole – ma il più delle volte <<di fatto>>, potremmo dire di routine, senza pianificarlo granché o starci a pensare su.”*¹ Con queste parole Baumann apre le porte ad una conoscenza della società contemporanea, narrando come sin dal principio l'attività di consumo fosse una necessità quotidiana, utile alla sopravvivenza biologica della specie umana, ma come oggi si sia tramutata in un caposaldo della vita di ciascun individuo, tale da riconoscerlo come scopo dell'esistenza di quest'ultimo. La cinica e contemporanea visione di Baumann della società risponde ad un paradigma configuratosi in maniera sempre più marcata e definita nel corso del XX secolo, quello della società dei consumi e del consumismo.

La seconda parte fa affiorare la crescita di due mondi le cui evoluzioni hanno subito reciproche influenze: il digitale e le piattaforme di consumo inerenti le dinamiche abitative. Il mescolarsi e l'innestarsi di quest'ultima sulla seconda, dove la rete internet e il più ampio mondo digitale

¹Z. Baumann, 2010;

costituiscono una solida base di appoggio con una visuale globale, hanno influito sensibilmente su quello che era definito come stile di vita urbano, ovvero l'urbanesimo. Le piattaforme di consumo digitali saranno dapprima introdotte come un paradigma economico emergente, diffusosi con l'accezione di economia collaborativa, e in seguito, in riferimento alle piattaforme incentrate sulle strutture ricettive a breve termine, rapportate alle questioni urbane che sono risultate maggiormente sensibili al suo progresso ed i suoi effetti come il turismo, la gentrificazione e la rendita. Di pari modo le stesse piattaforme si sono affiancate a modelli abitativi più stabili, in una modalità di abitare che, considerata secondo l'estensione temporale, viene descritta secondo una categorizzazione *permanente* e *temporanea*, aggiungendone una prospettiva *momentanea*, richiamando appunto la tipologia di locazione a breve termine, votata principalmente ad un turismo di natura fugace. Il perno attorno cui ruota tale analisi è approfondito nell'elaborato all'interno del capitolo ed è rappresentato dalla società di affitti a breve termine Airbnb, fondata nel 2008 e consacrata in poco più di un decennio come elemento di punta dell'economia collaborativa, la cui parabola di crescita è stata sintetizzata nel concetto di innovazione dirompente.

La terza parte ne enuncia le dinamiche e gli impatti scaturiti dalla sua propagazione nelle città di Torino, Firenze e Bologna; le analisi socio-demografiche e la mappatura degli annunci offerti della piattaforma hanno consentito una lettura cronologica del fenomeno, illustrandone la crescita, la sua organizzazione capillare e distributiva, nonché le caratteristiche degli *host* o proprietari degli annunci.

Un'analisi comparativa di quanto illustrato e dedotto dai casi studio, con un richiamo all'evoluzione dell'individuo, della società e, in particolar modo, del consumo è quanto tracciato ed esposto nelle conclusioni.

PARTE PRIMA

IL CITTADINO.

DALL'EPOCA MODERNA ALLA SOCIETÀ DEI CONSUMI

1. Il triangolo produzione, consumo e merce:

1.1 Il modello di società marxista: genesi e cittadino moderno

Società ed economia sono state nel corso dei secoli due discipline che hanno sempre avuto intersezioni, il cui intreccio non ha consentito di riconoscere nettamente e descrivere in modo distinto le caratteristiche di ciascuna. Tutto ciò risulta ancor più vero nel momento in cui si ripercorre la struttura del modello che poneva al centro, come meccanismo regolatore della società, il sistema economico, e introduceva un elemento particolarmente influente nelle dinamiche sociali: il capitale. È il 1867 quando, tramite il saggio *“Das kapital”* - Il capitale - Karl Marx mette una lente d'ingrandimento sulla società moderna e ne dà un'interpretazione dettagliata dando origine a una teoria sociale² che tutt'oggi costituisce termine di riferimento e di confronto. Alla base di questa teoria vi è il modo di produzione degli esseri umani, vero e proprio fondamento delle società. Secondo Marx analizzando il sistema economico di una società si è in grado di tracciare le relazioni che vengono a generarsi fra gli individui e i gruppi sociali; esso rappresenta la sorgente, il punto d'origine cui sottendono, subendone a cascata le influenze, le altre sfere della vita, da quella politica a quella culturale. Immergendosi nel volume si riesce a comprendere parte dell'assetto delle società contemporanee e riconoscere quei macro-fenomeni che hanno strutturato la società capitalista e, in modo più o meno pervasivo, caratterizzato la società dei giorni nostri. In primo luogo, Marx sostiene che al tempo le società erano accomunate dalla produzione di un surplus economico³ – ovvero che esse producevano più beni di quanti, in realtà, erano necessari alla soddisfazione delle esigenze della società – e che questo, tuttavia, non era distribuito in modo eguale, sollevando così due quesiti cruciali di matrice tecnologica e sociale. Il primo fa riferimento alle forze di produzione, alla capacità produttiva e tecnologica applicata per la produzione di un bene, nonché al fatto che tali forze, in

² Per teoria sociale si intende la visione che i sociologi costruiscono mediando fra biografia e storia. Avvalendosi dell'immaginazione sociologica essi ricostruiscono i rapporti fra individui e società, identificando cornici analitiche per comprendere il mondo sociale.

³ Come riporta Baumann *“dopo la <<rivoluzione paleolitica>>, che pose fine al modo di vivere alla giornata tipico dei raccoglitori e inaugurò l'era del surplus e dell'accumulazione, divenne possibile scrivere la storia dal punto di vista degli ingegnosi modi escogitati per colonizzare e gestire tale spazio”*; Baumann Z., 2007, p. 36.

forma di macchinari o di forza lavoro umana, siano di proprietà e governate da soggetti posti al vertice della società capitalista; il secondo richiama all'attenzione un tema di relazioni e gerarchie, introducendo un concetto particolarmente caro a Marx - quello di classe⁴ - e individuando chi, in questo schema di produzione, è in grado di appropriarsi di questo surplus. Quest'ultimo potrebbe essere definito come il risultato del prodotto sociale - ciò che in un'economia viene prodotto in un dato periodo di tempo - decurtato dai beni di consumo necessari per la sussistenza e la riproduzione dei lavoratori (produttivi).⁵ Per tale ragione se si considera il più antico paradigma di un'economia di sussistenza, il sovrappiù risulterà essere nullo per definizione. Nel descrivere il surplus prodotto dalla società capitalista occorre fare un passo indietro, volgendo brevemente lo sguardo all'economia che ha condizionato significativamente la struttura dell'economia marxista, ovvero la struttura economica della società feudale. All'interno di questo sistema il surplus, o sovrappiù, viene prodotto all'interno di un nitido rapporto di subordinazione che vedeva i signori tenere le redini e un comando diretto sul lavoro dei servi. Il signore si appropriava dunque del sovrappiù, in termini di natura o denaro, in virtù di un rapporto di potere di matrice politica e non di scambio economico. Analogamente, la struttura della società marxista si presenta in un rigido schema gerarchico che pone al vertice la borghesia, meglio nota con l'accezione di capitalisti, e dall'altro lato, i lavoratori salariati, liberi⁶ ma proprietari di un'unica merce: la forza lavoro. Essa rappresenta un attributo basilare all'interno della macchina capitalistica: gli individui si avvalgono delle proprie doti attitudinali intellettuali e fisiche per la produzione di valori d'uso. A rimarcare la posizione di dominio della borghesia non vi era solo l'ingente disponibilità di ricchezza, bensì il possesso dei mezzi di produzione e di sussistenza, la cui separazione dall'effettivo produttore è stato vero e proprio trampolino di lancio per il sistema capitalistico. Tale demarcazione ha come presupposto la proprietà privata dei mezzi di produzione da parte degli imprenditori industriali, tale da sancire rapporti di potere in misura simile a quelli esercitati durante l'epoca feudale.

È all'interno di questo rapporto di lavoro che avviene la generazione e produzione del capitale, il cui discriminante è senz'altro attribuibile alla circolazione delle merci, più comunemente nota come

⁴ Marx racchiude sotto il concetto di classe l'insieme di individui accomunati e che condividono i medesimi, o simili, interessi economici in funzione della loro relazione con i mezzi di produzione, ove il criterio distintivo è la proprietà di questi ultimi. In particolare, nelle società capitaliste è presente un conflitto cruciale fra i membri di due classi: borghesia, la quale dispone delle risorse economiche, e il proletariato o classe operaia, costituenti la forza lavoro.

⁵ Treccani, 1991.

⁶ *“Operai liberi nel duplice senso che essi non fanno parte direttamente dei mezzi di produzione come gli schiavi, i servi della gleba, né ad essi appartengono i mezzi di produzione, come al contadino coltivatore diretto, anzi ne sono liberi, privi.”* Marx K., 1867, p. 778.

commercio. Soffermandosi più nel dettaglio sul processo di produzione di un bene, si giungerà in modo diretto, al termine del suo ciclo produttivo, al concetto di *merce*, fulcro della visione marxista per introdurre e sottolineare l'importanza del valore e dello scambio. Con il termine '*merce*' Marx intende "un oggetto esterno, una cosa che mediante le sue qualità soddisfa bisogni umani di qualsiasi tipo"⁷, un elemento in grado di mutare la condizione di esistenza del singolo individuo. Considerando la natura di tali bisogni, si può sostenere che non sia vincolante il loro luogo di origine, quindi se essi prendano forma all'interno degli organi del nostro corpo e provengano dallo stomaco oppure siano frutto della fantasia della nostra mente; lo sottolinea anche Nicholas Harbon, secondo cui "il desiderio implica bisogno; è l'appetito della mente, naturale anche esso come la fame per il corpo".⁸ La relazione che si genera fra bisogno e merce è intrinsecamente connessa al valore d'uso, riconosciuto nella misura in cui quest'ultimo converga con l'utilità. È l'utilità per il consumatore che determina il valore d'uso o "valore naturale", come denominato da John Locke, in grado di "servire i comodi della vita umana".⁹ Il corpo della merce stessa possiede un valore, espresso sotto forma di grano o carbone per esempio; ma se è vero che i valori d'uso custodiscono il contenuto materiale della ricchezza, la sua importanza viene riconosciuta solamente nell'utilizzo appunto, ossia nel consumo. Secondariamente, la merce incontra una seconda tipologia di valore, non più il valore d'uso - fattore endogeno di cui la merce si fa portatrice grazie alla sua esistenza - bensì il *valore*. Esso esiste nella misura in cui vi siano dei rapporti fra gli individui all'interno della società: tale valore risulta sotto valore di scambio, che porterebbe, in un primo momento, a relegarlo ad una visione meramente quantitativa, nella quale valori d'uso di un tipo sono scambiati con una rispettiva quantità di valori d'uso di altro tipo¹⁰; ma ciò è vero solo in parte poiché è la natura stessa dei rapporti a determinarne la necessità e il grado di rilevanza, considerando, inoltre, che tali rapporti variano continuamente, a seconda degli spazi e nel tempo. Le merci, in questa logica, non risultano più essere un prodotto necessario al benessere dell'individuo, quanto più un attributo dello stesso, un mezzo, freddo e distaccato, da cui trarre godimento all'interno di una rete di sostituti con differente utilità. Sempre Marx, ribadisce che, se le merci potessero parlare, direbbero: "il nostro valore d'uso può interessare gli uomini. A noi, come cose, non compete. Ma quello che, come cose, ci compete, è il nostro valore. Questo lo dimostrano le nostre proprie relazioni come cose-merci. Noi ci riferiamo reciprocamente l'una all'altra soltanto come valori di scambio."¹¹

⁷ Ibidem, p. 67.

⁸ Barbon N., 1696, pp. 2, 3.

⁹ Locke J., 1691, p. 28.

¹⁰ Le Trosne G., 1846, p. 889.

¹¹ Marx K., 1867, pp. 114-115.

Per far sì che il valore di scambio si concretizzi come esito di un processo sociale, è necessario che gli individui possessori di merci, si riconoscano in prima battuta, e reciprocamente, come proprietari privati; essi appaiono in quest'ottica solamente come rappresentanti di merce, produttori di valori d'uso per altri, un valore d'uso sociale. Nella società dei produttori quindi, il lavoro è una parziale espressione della merce, una condizione d'esistenza dell'uomo, indipendentemente da tutte le forme di società: la merce si classifica come un prodotto congiunto fra la materia prima e l'operosità dell'uomo. William Petty descrive questo rapporto avvalendosi di una metafora rappresentante un rapporto familiare, domestico, espresso in due figure: per Petty *"il lavoro non è l'unica fonte dei valori d'uso che produce, della ricchezza materiale."* La combinazione fra le due gambe che danno vita alla merce vede *"il lavoro come padre della ricchezza materiale, e la terra come madre."*¹² La capacità dell'uomo di riconoscere e lavorare la materia prima avvalendosi delle più moderne e avanzate tecnologie, nonché degli stimoli culturali nazionali e oltre nazione, ha mutato significativamente il rapporto fra produzione e consumo nel corso del XIX secolo. Se si considera la società descritta da Marx, nota anche come società dei produttori, la realizzazione dei bisogni e delle principali aspirazioni umane era legata più specificamente all'appropriazione e al possesso di beni che assicurassero comodità e prestigio.¹³ La durevolezza e la stabilità erano le prerogative per l'individuo alla ricerca di una sicurezza all'interno della società moderna. La ricerca di vita di un contesto affidabile, degno di fiducia, reificava i desideri umani in beni spaziosi, solidi e imperturbabili, come garanzie per un futuro sicuro. Il rapporto con i beni entrati in possesso degli individui non era un immediato rapporto di consumo, frenetico e avido, al contrario vi era l'intento di tutelarne lo stato, limitandone il deterioramento come riflesso per uno stato di sicurezza perenne. La gratificazione nella società dei produttori, sostiene Baumann, era dettata nella promessa di sicurezza a lungo termine, molto più che nel godimento immediato.¹⁴ Il consumo non avveniva in forma individuale ma come gruppo sociale; pertanto, la famiglia costituiva l'istituzione di riferimento, luogo di origine e destinazione per il consumo dei beni.

1.2 Da società di produttori a società di consumatori

La prima fase di accumulazione e di surplus ha condotto dapprima a un'epoca di consumo e commercio di merci come attività quotidiana dell'individuo, cui ha fatto seguito la rivoluzione

¹² Petty W., 1667, in Marx K, 1867, p. 75.

¹³ Baumann Z., 2010.

¹⁴ Baumann Z., 2010, p. 38.

consumistica, la quale ha sancito la transizione da una più sostentativa fase di consumo a quella di consumismo. Secondo le prospettive dei teorici moderni e post-moderni, la centralità del consumo è rimasta invariata e strutturale all'interno del capitalismo moderno così come nella cultura contemporanea. Seppur con differenti prospettive, teorici come Sombart, Durkheim e Veblen, all'inizio del XX secolo, convergevano nel descrivere il consumo come forza motrice primaria per il capitalismo moderno, la sua dinamicità e struttura sociale.¹⁵ Eppure il consumo può essere considerato come una semplice azione quotidiana, un mero fatto comune, talvolta insignificante. Baumann, nella sua definizione, ne ha evidenziato il suo aspetto permanente e ineliminabile all'interno della vita quotidiana, svincolato dal tempo e dalla storia, un elemento inseparabile dalla sopravvivenza biologica che gli esseri umani condividono con gli altri organismi viventi. Il consumo, *"può essere presentato senza grande sforzo come versione leggermente modificata delle usanze/abitudini del passato/trascorse"*, tende a considerare e coltivare la gestione delle relazioni sociali e familiari, a dispetto di una logica di acquisizione di beni egocentrica.¹⁶

Tuttavia, la società dei consumi moderna si è sviluppata prendendo le distanze dall'attività di sussistenza: tale società è venuta a crearsi nel momento in cui buona parte delle persone che la costituivano iniziavano ad essere libere dal regime dei bisogni, ampliando il sistema dei consumi in un più ampio ventaglio di merci e desideri. È la transizione della società in un nuovo stadio, il cui carattere distintivo è il consumismo, ove prevale il richiamo irresistibile della 'merce'. Questo consumismo, secondo la visione di Peter Stearns, è scaturito dall'interrelazione, a priori, di due prospettive nel descriverlo: la prima ha natura sociale e scaturisce dall'acquisita mentalità individuale come paradigma per comprendere il comportamento del consumatore moderno; la seconda è volta al riconoscimento della geografia del consumismo, osservato e descritto da una prospettiva con epicentro posto nell'Ovest, in riferimento al continente europeo e americano, in estensione verso i confini esterni.¹⁷ Il consumismo *"descrive una società nella quale molte persone individuano parte dei loro obiettivi di vita attraverso l'acquisizione di beni che chiaramente non risultano essere necessari per la sussistenza o tradizioni quotidiane."*¹⁸ Secondo Colin Campbell, il consumismo ha acquisito nella vita della maggior parte delle persone *"un'importanza particolare, se non centrale"*, trasformandosi nello *"scopo stesso dell'esistenza"*, e in cui *"la nostra capacità di volere, di desiderare e di*

¹⁵ Trentmann F., 2004.

¹⁶ Baumann Z., 2010, p.33.

¹⁷ Stearns P., 2001, p. 11.

¹⁸ Ibidem, p.11.

agognare, e specialmente di fare esperienza ripetuta di tali emozioni, diventa l'obiettivo fondamento dell'economia" della comunanza umana.¹⁹ Se la lettura della società espressa da Marx si basava sul sistema economico come fenomeno in grado di coordinare le relazioni sociali, il consumismo ha come sua fondazione la continua, circolare e ripetuta presenza dei bisogni dell'uomo quale forza primaria per alimentarne l'esistenza e lo sviluppo, oltre a svolgere un ruolo chiave nei processi di autoidentificazione individuale e di gruppo. "Vi è consumismo là dove il consumo assume quel ruolo cardine che nella società dei produttori era svolto dal lavoro", sintetizza Baumann.²⁰ Il desiderio umano di sicurezza e il sogno di uno "stato stazionario" perenne in un contesto stabile, caratteristico di quest'ultima società, mal si sposa con il mantra della società dei consumatori, dove l'elevata quantità di beni prodotti e soprattutto scartati è indice di una società più florida e in continua crescita. In questo senso, il consumismo colloca la felicità non nel soddisfacimento di bisogni, quanto più alla moltiplicazione degli stessi, per numero e intensità, il che implica una minore durata nonché un elevato grado di turnazione degli oggetti.

Ma quali sono stati i pretesti che hanno condotto tale transizione, mutando il rapporto originario che si era instaurato fra gli individui e i beni prodotti?

Fra le importanti rivoluzioni che hanno contraddistinto l'odierna società dei consumi, alimentandone proattivamente l'espansione a livello globale, vi sono sia la rapida ascesa del sistema produttivo di massa, sviluppatosi nella prima metà del XX secolo, ed evolutosi in una più adattata struttura scomposta in più sedi, grazie ai significativi progressi della logistica e del mondo digitale, sia l'incidenza dell'obsolescenza programmata, anch'essa divenuta sempre più pervasiva negli schemi produttivi delle aziende, in particolar modo con l'avvento e la diffusione di massa di elettrodomestici e dispositivi digitali nella seconda metà del XX secolo.

Diffusosi nei primi anni '20 del '900 nel Nord America con Henry Ford, il fordismo, ha influenzato lo stile di vita americano ("*American way of life*") secondo le logiche della produzione e del consumo di massa. Considerando la metodologia di produzione, essa si differenzia dal sistema descritto da Marx per via di una più serrata standardizzazione del lavoro configuratasi sulla matrice della linea di assemblaggio taylorista.²¹ L'elevato grado di specializzazione della forza lavoro, si esplicava

¹⁹ C. Campbell, 2004, p.28.

²⁰ Baumann Z., 2010, pp. 36-37.

²¹ La linea di assemblaggio taylorista si avvale di lavoratori specializzati di massa in una catena di produzione individuando la "one best way", ovvero la soluzione ottimale, intesa come sequenza di movimenti da parte degli operai con il minimo sforzo, per arrivare a produrre un determinato bene. Vedi: Scott A.J. et Storper M.J., 1992, pp. 43-65.

nell'accrescimento dell'efficienza del processo produttivo, instaurando un circolo virtuoso che consentiva un'accumulazione del capitale dal punto di vista dell'imprenditore e conferiva ai lavoratori condizioni di vita migliori con salari più elevati. La base del sistema fordista si può collocare nella fabbrica, sede dell'attività manifatturiera e della nascita di nuove idee e considerazioni strategiche: secondo la filosofia fordista *"tutto ciò che si produce si vende"*, pertanto era la produzione a creare il mercato e orientarne il cammino.²²



Figura 1 - Linea di assemblaggio nel modello fordista

Fonte: Alden Jewell, *Assessing the Merits of Post-Fordism from a Gendered IPE Approach* (e-ir.info);

Il circolo virtuoso innestatosi nel sistema economico americano ebbe un notevole impatto non solo nell'accumulazione di capitali da parte degli imprenditori, ma nella crescita dei consumi da parte della società. Ne consegue che l'impatto del sistema fordista si è riflesso non solo all'interno della sfera economica e politica, ma anche in quella culturale: citando Harvey *"la produzione di massa ha significato la standardizzazione dei prodotti così come il consumo di massa, definendo un'estetica completamente nuova e una mercificazione della cultura."*²³

Parallelamente il fenomeno dell'obsolescenza programmata iniziava a prendere forma. Se tutti i prodotti progettati e costruiti dall'uomo sono destinati a un'inevitabile e più o meno rapido invecchiamento, al contempo lo sono gli esseri umani e l'invecchiamento della specie è descritto

²² Treccani, 2012.

²³ Harvey D., 1990, p.158.

come obsolescenza fisiologica. Sebbene a seguito della rivoluzione industriale si è osservata una netta progressione dal punto di vista tecnologico e funzionale, nel frattempo presero piede nuove tecniche e strategie industriali per agire sulla durata dei prodotti. L'obsolescenza programmata può essere intesa come una strategia che scientemente limita la vita utile dei prodotti: come un meccanismo a orologeria, seguendo una durata pianificata, i prodotti vanno incontro ad un punto di rottura predeterminato. Il fenomeno si origina contemporaneamente allo sviluppo del sistema fordista, e coincide con una sempre più concreta affermazione del sistema consumistico contemporaneo: le prime memorie risalgono al Cartello Phoebius²⁴, nel 1924, ma fu solo nel 1932 che venne utilizzato pubblicamente il termine *"obsolescenza pianificata"* includendolo nel lessico normativo. La tecnica fu così messa a servizio non del progresso tecnologico, quanto più al profitto individuale del produttore, creando prodotti destinati a non durare e di minore qualità. A distanza di quasi un secolo, Serge Latouche afferma: *"siamo di fronte alla manifestazione più recente di un fenomeno che è parte integrante della società della crescita e che si basa sull'introduzione volontaria di un difetto nel prodotto"*, l'obsolescenza *"fa sistema con il nostro modo di produrre, di consumare, di pensare, di vivere."*²⁵ Un lato della medaglia mette in risalto come l'avvento del consumismo abbia dato origine all'obsolescenza programmata dei beni offerti sul mercato, agendo tecnicamente sulle loro prestazioni e durabilità; al contempo il fenomeno dell'obsolescenza ha creato, in una logica di causa effetto, un'imponente ascesa dell'industria dello smaltimento dei rifiuti, variando il rapporto dell'individuo consumatore con il prodotto. L'economia consumistica tende a decentrare il focus: il baricentro del bene duraturo che garantiva stabilità e sicurezza si è trasformato in un elemento fragile, di cui disfarsi in breve tempo a favore di un altro più nuovo. È ciò che vivono gli abitanti di Leonia, una delle città invisibili descritte da Calvino: *"più che dalle cose che ogni giorno vengono fabbricate, vendute comprate, l'opulenza di Leonia si misura dalle cose che ogni giorno vengono buttate via per far posto alle nuove. Tanto che ci si chiede se la vera passione di Leonia sia davvero come dicono il godere delle cose nuove e diverse, o non piuttosto l'espellere, l'allontanare da sé, il mondarsi d'una ricorrente impurità."*²⁶ La società dei consumi esiste nella misura in cui vi sono desideri diversi ogni giorno, in cui il fulgore del bene è massimo sino a quando non lo si ha tra le mani, perché in quel momento esso perde la sua vividezza, entrando in una fase decadente sino al declassamento come rifiuto. È una società fatta

²⁴ Il cartello Phoebius riuniva i principali produttori di lampadine (Osram, Philips, General Electric), i quali trovarono un accordo per limitare la vita utile delle lampadine a incandescenza alle mille ore di esercizio, riducendone drasticamente la durata.

²⁵ Latouche S., 2013, p. 1.

²⁶ Calvino I., 1972, p.119.

di eccesso, rapidità e scarto, dove lo smaltimento dei rifiuti è un tassello centrale non solo per l'alimentazione della cultura consumistica, ma anche per il funzionamento di un metabolismo urbano veloce e performante.

1.3 Consumismo contemporaneo

La società dei consumi pone al centro la merce introdotta da Marx nel secolo precedente, non considerandola nella prospettiva utilitaristica, legata al suo valore d'uso, e né per giungere ad uno stato di felicità connesso alla soddisfazione dei bisogni, quanto più alla continua riproduzione in termini quantitativi e di intensità degli stessi. L'individuo consumista abbina l'insaziabilità dei bisogni all'impulso e all'imperativo di *"guardare costantemente alle merci per soddisfarli."*, come sostiene Don Slater.²⁷

Alla luce di quanto descritto, si potrebbe assumere che il legame odierno dell'individuo con la merce scandisce il tempo in tre punti salienti: percezione, possesso e rifiuto. In questo senso Stephen Bertman ha coniato l'espressione di *"cultura frettolosa"* - hurried culture - per indicare il nostro stile di vita nella società attuale, contemporaneamente, lo stesso Bertman ha introdotto un'altra dimensione, quella della *"cultura dell'adesso"* - nowist culture - riferendosi in particolar modo al consumo delle esperienze, e quanto esso sia permeato nelle scelte degli individui.²⁸ I termini *"frettolosa"* e *"dell'adesso"* di cui si è avvalso Bertman fanno leva sul pilastro tempo in quanto componente emblematica del consumismo. È un tempo, quello odierno, fatto di attimi eterni, momenti che sono sconnessi gli uni dagli altri, dilazionati in una forma che fatica a sovrapporsi con quella lineare che contraddistingueva le epoche precedenti. Il tempo, per utilizzare la metafora di Nicolas Aubert, è punteggiato: caratterizzato da un'abbondanza di fratture e discontinuità, da punti, rappresentanti istanti intervallati senza un filo conduttore.²⁹ Il punto è indice di istantaneità, è sinonimo di consumo delle esperienze, racchiude le fasi di riconoscimento, investimento di energia e fatica e consumo del bene, in un singolo attimo che nasce e svanisce in un arco temporale brevissimo. È la narrazione di una storia evenemenziale piuttosto che coerente e onnicomprensiva della vita di un individuo. La percezione del tempo in un'ottica puntinista, dove le sensazioni e le escalation emotive di desiderio, attesa, ansia e conquista sono spesso condensate in un unico elemento, in cui le parti sono inscindibili e in continua sovrapposizione, ha pervaso le abitudini e i

²⁷ Slater D., 1997, p.100.

²⁸ Bertman S., 1998.

²⁹ Aubert N., 2003, pp.187, 193.

criteri decisionali degli individui, evidenziando non solo un frenetico consumo delle merci in quanto prodotti finiti, ma allo stesso tempo un sempre più massivo consumo delle risorse naturali. La presa di coscienza da parte dell'umanità nei confronti della non riproducibilità delle risorse naturali avviene in primo luogo nel 1972 con il rapporto *"Limits to Growth"* e quindici anni dopo con *"Our common future"* noto come *"Rapporto Bruntland"*, in cui si diffonde a scala globale il concetto di sviluppo sostenibile secondo i due principi di intergenerazionalità e intragenerazionalità. Più di tutto, la logica consumistica in relazione all'ambiente naturale si può riconoscere con un indicatore esemplificativo: l'impronta ecologica.³⁰ Secondo una vasta indagine internazionale del Lancet Planetary Health, che fa riferimento a ciò che è avvenuto negli ultimi 50 anni, gli Stati Uniti eccedono del 27% nell'uso di risorse, e l'Europa la segue a ruota sfruttando del 25% in più di risorse rispetto a quanto in realtà sia in grado di produrne. A queste seguono, attestandosi al 22% in più, Paesi come Giappone, Australia, Arabia Saudita e Canada.³¹ Ma vi sono due dati che ancor di più espongono il tema del consumo di risorse naturali come altamente sensibile e critico: il primo riguarda l'attività diretta di estrazione di materie prime e il secondo mette in relazione una distribuzione iniqua delle risorse, sollevando la problematicità della disuguaglianza. La stessa analisi del Lancet sottolinea come negli ultimi 50 anni siano stati estratti quasi 2,5 trilioni di tonnellate di materie prime naturali, ovvero 1,1 trilioni in più di quanto la Terra non sia in grado di rigenerare. Inoltre, intrecciando questo dato con il fatto che i Paesi menzionati qui di sopra, rappresentanti il 16% della popolazione globale, sono responsabili di oltre il 74% di questa estrazione di risorse, si rimarca come il benessere afferisca e sia circoscritto ad un numero ristretto di individui rispetto alla popolazione globale. La messa in evidenza di tali dati altro non è che un monito per indicare come la crescita economica e il consumo di risorse naturali siano due aspetti strettamente connessi: così il paradigma del modello di crescita basato sull'esistenza infinita di risorse naturali si è incrinato notevolmente negli ultimi decenni, sollevando la necessità piuttosto urgente di un cambio di rotta.

³⁰ Per impronta ecologica intendiamo l'ammontare delle aree produttive biologiche cui fanno parte terreni coltivati, aree a pascolo, zone di pesca, foreste e aree edificate. Vedi: Lancet Planet Health, 2021.

³¹ The MAP Report, 2022.

2. Comunità-società: evoluzioni e interdipendenza con le trasformazioni urbane

Il primo capitolo ha introdotto l'evoluzione del consumo partendo da una storia moderna e, contemporaneamente, ha messo in luce come sia variato il rapporto dell'individuo con la merce. Si è osservato come il *valore* della merce fosse dettato da un processo sociale, ma i legami consolidatisi nella comunità che hanno contraddistinto l'epoca premoderna non sono rimasti immutati, anzi si potrebbe dire che sono andati perduti, notevolmente lacerati rispetto alla società contemporanea.

2.1 La civiltà moderna: Weber e Tonnies

La descrizione dell'idea di comunità ha assunto molteplici sfaccettature nell'arco del XIX secolo: fra i primi ad avanzare una tesi sul tema fu Ferdinand Tonnies, sociologo tedesco che nel 1887 pubblicò *"Comunità e Società"*. Egli contrappose i due concetti ascrivendoli in un rapporto dicotomico: la comunità era espressione di un rapporto intimo, reciproco fra i partecipanti, inclusivo, caratterizzante il periodo preindustriale; per la società, tipica dell'epoca industriale, è vero il contrario, è divisiva, gli individui sono separati e in un continuo stato di tensione gli uni con gli altri. Il rapporto che governa le società sussiste nella misura in cui vi è un prodotto o uno scambio: per Tonnies la società è la massima espressione di un rapporto utilitaristico, dove la persona non è più considerata essere umano, ma è funzione delle sue prestazioni.³² In questo legame antitetico, comunità e società sono due poli opposti esemplificativi delle tipologie di relazioni che intercorrevano nelle diverse epoche, ma al contempo sono indice di come quest'ultime fossero condizionate dal luogo in cui erano consumate: una dimensione rurale, più ristretta e un sentire comune che legava i membri della comunità al villaggio descrivevano la comunità, mentre l'irrazionalità e l'artificiosità distinguevano i legami della società, inseriti in un contesto urbano industriale che vedeva la città, là dove vi erano villaggi. *"Ogni convivenza confidenziale, intima, esclusiva (così scopriamo) viene intesa come vita in comunità; la società è invece il pubblico, è il mondo."*³³ La comunità nasce come forma embrionale, individua nella famiglia l'elemento originario per poi espandersi ad un livello di conoscenza di vicinato e aprirsi ulteriormente in legami di amicizia al mondo esterno.

³² Tonnies F., 1979.

³³ Ibidem, 1979, p. 48.

Similmente la stessa visione scalare di comunità, intesa sempre nella sua accezione organica, è posta da Weber qualche anno più tardi nel suo saggio *“Economia e Società”* del 1922: anch’egli sottolinea quanto il sentimento comune sia radicato all’interno delle comunità, quanto esista fra gli individui una sensazione comunitaria, quasi unitaria. Tuttavia, nonostante Weber ripercorra i primi due delle tre categorie proposte da Tonnies (*comunità domestica, di vicinato, di amicizia*) la sua visione entra in contrasto con quella di Tonnies in riferimento all’ultima delle tre: da *comunità di amicizia*, Weber descrive la *comunità di città*. Ma già per la comunità di vicinato Weber sottolinea come i rapporti siano sempre meno prodotti di una cura nei confronti del prossimo e sempre più scarichi di coinvolgimenti emotivi.³⁴ Lo sgretolamento dei rapporti lo si può cogliere ancor di più all’interno della *comunità di città*, dove il mercato, elemento imprescindibile per Weber al fine di comprendere il funzionamento delle città e dei suoi abitanti, ha alterato ancor di più la visione originaria di Tonnies, impattando significativamente sulla vita personale, sociale e culturale degli individui.

Il riconoscimento del mercato in quanto centralità e luogo per descrivere i rapporti sociali era dunque strettamente connesso alla visione di una nascente società moderna dove i vincoli erano dettati dai rapporti di scambio, sempre più frequenti e regolatori della vita quotidiana. Fra i principali fattori che indussero l’incremento di tali rapporti vi fu un’intensa fase di urbanizzazione all’inizio del XX secolo, che portò le città a essere sempre più dense di fabbriche e lavoratori, a scapito di uno spopolamento delle campagne circostanti. Secondo Baumann l’inurbamento della popolazione contadina, che coincise con l’aumento della produzione e un progresso tecnologico, sancì un momento storico in cui la comunità, intesa in ottica premoderna, andò disgregandosi.³⁵ Il lavoro, che come osservato nel primo capitolo per la società premoderna, era stato la chiave di lettura per comprendere i rapporti umani dal punto di vista performativo ed emotivo, si tramutò in un elemento capace di svuotare l’individuo e alienarlo. Tale visione si riconosceva nitidamente all’interno della matrice di pensiero taylorista, dove i ritmi di vita erano scanditi dalla macchina e non più dalla stagionalità delle colture, e i criteri di efficacia ed efficienza definivano cinicamente l’individuo nella sua interezza. In questo senso, la migrazione dalle campagne alle città comportò una significativa accelerazione dei ritmi di vita rispetto ai centri più piccoli, a tal punto da risultare immersi in un sovraccarico di stimoli derivanti dall’ambiente esterno. Il senso di spaesamento, e la conseguente inabilità dell’individuo di trovare il modo per reagire a questi innumerevoli stimoli,

³⁴ Holton R.J. et Turner B. S., 1989.

³⁵ Bauman Z., 1999.

suscitarono nell'individuo uno stato di diffidenza e avversione all'interno delle città. Il sociologo tedesco Simmel ha descritto questa forma di adattamento al contesto urbano o, meglio, alle "Metropoli", come comportamento "blasé": *"L'essenza dell'essere blasé consiste nell'attutimento della sensibilità rispetto alle differenze fra le cose [...] Al blasé tutto appare di un colore uniforme, grigio, opaco, incapace di suscitare preferenze."*³⁶

La società moderna è scandita dai ritmi della fabbrica, che relegano la persona a un ingranaggio all'interno di un'estesa catena di produzione, in cui il criterio della sostituibilità lo rende anonimo, e al contempo colloca l'abitante della città, di fronte a una significativa dose di stimoli dinanzi ai quali egli reagisce con un riserbo e un senso di incertezza. Negli anni Trenta con l'avvento della società Fordista si cercò di mutare questa prima condizione: venne colta l'esigenza di rendere l'individuo nuovamente parte di una comunità, dove i valori e i sentimenti tornassero a essere una componente quotidiana per il cittadino. Da un lato il sistema fordista esprimeva la sua visione in linea con il modello taylorista per quanto concerne la produzione massificata, facendole corrispondere un modello di società modernista e volto al consumo di massa; al contempo sorsero volontà per rendere umano l'operaio, colui che era responsabile e artefice del prodotto, nonostante una nuova politica di controllo e gestione dei lavoratori. In questo momento storico avvenne la creazione dei villaggi operai, con scuole, edifici religiosi e punti di evasione per ricostruire una comunità premoderna che era andata perduta ma che, tuttavia, non poteva più esistere in quanto il tutto era frutto di una teoria di poltrona, di un ordine costruito dal raziocinio, e la comunità conservava un'integrità nella misura in cui era oggetto di un maggiore controllo e una costante rigidità.

Il modello fordista andava ben al di là del processo di produzione in serie e della visione di una catena di montaggio specializzata inaugurata nel 1914 a Dearborn nel Michigan; era un prodotto sistemico partorito inizialmente dalla volontà del singolo, Henry Ford, ed esteso all'arena territoriale dell'intera città, condizionando significativamente i segni, l'estetica e la psicologia proprie dell'epoca. Fra coloro che colsero il mutamento, in itinere, che il processo americano e fordista stava apportando, specialmente in rapporto alla figura dell'operaio, vi fu Antonio Gramsci, il quale, in *Quaderni del carcere*, definì tale processo: *"il maggior sforzo collettivo verificatosi finora per creare con rapidità inaudita e con una coscienza del fine mai vista nella storia, un tipo nuovo di lavoratore e di uomo."* Egli ribadì dunque

³⁶ Simmel G., 1903, p. 6.

quanto non esistesse un confine fra la vita della fabbrica e la vita fuori la fabbrica, i nuovi modi di lavoro erano inseparabili da uno specifico modo di vivere, pensare e sentire la vita.³⁷

2.2 Transizione post-moderna

Se i decenni tra fine Ottocento e la Prima Guerra mondiale sono passati alla storia come quelli della *“grande trasformazione”*, il periodo seguente la Seconda Guerra mondiale, più precisamente gli anni compresi fra il 1945 e il 1973, è classificato come l’età d’oro del capitalismo.³⁸ Fu un periodo di forte transizione sotto molteplici punti di vista: il precedentemente citato modello fordista, che sino a quel momento aveva governato e organizzato la struttura delle fabbriche e, più in generale, delle città, entrò in una fase di declino a causa di molteplici fattori di tipo economico e tecnologico. Fra le ragioni in primo piano che incrinarono il modello vi fu la saturazione dei mercati per beni standardizzati di massa, unitariamente alla nascita di nuove organizzazioni economiche. È il caso dei distretti *“marshalliani”*, il cui nome è dovuto all’economista Alfred Marshall, dove la specializzazione non era più concentrata all’interno di una grande fabbrica, bensì in numerose imprese più piccole co-localizzate in uno spazio denso, che la forma urbana aveva contribuito a generare. La maggiore flessibilità produttiva portata in seno da questo cluster di imprese ebbe una ricaduta sul piano sociale, agendo sul senso di comunità: il fare breccia nella verticalità del lavoro non condusse solamente a una nuova configurazione per il processo produttivo, ma fu un primo passo verso il riconoscimento dei valori di un territorio, delle risorse di cui disponeva, e di coloro che lo abitavano, strizzando l’occhio ai legami locali che avevano contraddistinto i rapporti umani nei villaggi di una società premoderna, mettendo in risalto un maggior coinvolgimento fra le parti e una fiducia reciproca. Il lavoro più flessibile, in una nuova forma di organizzazione cooperativistica di lavoratori che, con le nuove tecnologie decentrate di controllo, inizia ad occupare lo spazio lasciato da grandi società sotto forma di piccole e medie imprese co-localizzate, come quelle descritte da Bagnasco sotto l’espressione *“Terza Italia”*, dove risulta essere riduttivo caratterizzare tali imprese esclusivamente per la loro natura economico-imprenditoriale, data la presenza di una compagine sociale coesa alla base, determinata dalla comune originarietà di imprenditori e lavoratori e un’omogeneità politica.³⁹

La logica onnicomprensiva e totalizzante del sistema fordista, che ha connotato e tracciato lo sviluppo delle società fino agli inizi del secondo dopoguerra, inizia a decadere frammentandosi, e

³⁷ Gramsci A., 1975 in Harvey D., 1990, p. 157.

³⁸ Marglin S.A. et Schor J.B., 1990.

³⁹ Gianvincenzo A., 2020.

disperdendo quella che era l'integrità del suo modello di fabbrica in un modello di imprese delocalizzate, sfruttando i progressivi vantaggi tecnologici, di circolazione (le nuove reti di trasporto e comunicazione) e geografici che il mondo sempre più globalizzato ha messo a disposizione. Come sostenuto da Piore e Sabel, si ebbe la percezione di essere giunti ad un secondo spartiacque industriale, le cui forme di lavoro e principi organizzativi geografici stessero trasformando il volto del capitalismo del XX secolo.⁴⁰ Osservando i dati relativi agli occupati nei diversi settori (agricoltura, industria e servizi), si evince un forte rovesciamento legato alla distribuzione della forza lavoro. L'epoca postmoderna ha messo in risalto come il settore agricolo e l'industria abbiano ceduto la propria quota di occupati a scapito del settore dei servizi che, nell'arco di venti anni, dal 1961 al 1981, hanno visto innalzarsi di venti punti percentuali i propri valori (Spagna, Italia, Germania Occidentale).

Percentuale di occupati dei diversi settori				
		1960	1973	1981
Agricoltura				
Australia		10,3	7,4	6,5
Canada		13,3	6,5	5,5
Francia		22,4	11,4	8,6
Germania occ.		14	7,5	5,9
Giappone		30,2	13,4	10
Gran Bretagna		4,1	2,9	2,8
Italia		32,8	18,3	13,4
Spagna		42,3	24,3	18,2
Svezia		13,1	7,1	5,6
USA		8,3	4,2	3,5
OCSE		21,7	12,1	10
Industria				
Australia		39,9	35,5	30,6
Canada		33,2	30,6	28,3
Francia		37,8	39,7	35,2
Germania occ.		48,8	47,5	44,1
Giappone		28,5	37,2	35,3
Gran Bretagna		48,8	42,6	36,3
Italia		36,9	39,2	37,5
Spagna		32	36,7	35,2
Svezia		42	36,8	31,3
USA		33,6	33,2	30,1
OCSE		35,3	36,4	33,7

⁴⁰ Piore M. et Sabel C., 1984.

Servizi			
Australia	49,8	57,1	62,8
Canada	53,5	62,8	66,2
Francia	39,8	48,9	56,2
Germania occ.	37,3	45	49,9
Giappone	41,3	49,3	54,7
Gran Bretagna	47	54,5	60,9
Italia	30,2	42,5	49,2
Spagna	25,7	39	46,6
Svezia	45	56	63,1
USA	58,1	62,6	66,4
OCSE	43	51,5	56,3

Tabella 1 - Linea cronologica di occupati per settore dal 1961 al 1981

Fonte: Harvey D., 1990.

La transizione postmoderna coinvolgeva non solo il sistema delle fabbriche e delle imprese, ma la società intesa come espressione di più frange, rifiutando l'imperialismo della modernità che presumeva di parlare per gli altri (popoli colonizzati, minoranze, donne, gruppi religiosi, classe operaia, movimenti ambientalisti) mediante una sola voce e una prospettiva univoca.⁴¹ Si riconobbero così una pluralità di gruppi sociali, che abitavano e interagivano all'interno del medesimo spazio fisico, avvalendosi di forme di linguaggio sempre più specifiche a seconda del luogo e del contesto sociale. La generazione di sottogruppi sociali sovvertì ancor di più le metateorie moderniste che miravano a comprendere e descrivere tutti quei processi politici - economici (flussi monetari, divisioni nel mercato del lavoro) sempre più globali nella loro intensità e profondità, marcando notevolmente la vita quotidiana.⁴²

La continuità nella frammentazione e nella percezione di uno stato di caos riguarda la conoscenza e il linguaggio e trova, come sedi di confronto, le imprese strutturanti l'economia di agglomerazione e le molteplici categorie che si sono venute a formare e consolidare durante l'epoca postmoderna. Più nello specifico, il linguaggio postmoderno è dotato di un carattere polivalente, e come sottolinea Lyotard, avvalendosi della metafora di Wittgenstein "il nostro linguaggio può essere considerato come una vecchia città: un dedalo di stradine e piazze, di case vecchie e nuove, e di case con parti aggiunte in tempi diversi; e il tutto circondato da una rete di nuovi sobborghi con strade diritte e regolari e case uniformi"⁴³. Tale "atomizzazione del sociale" raffigurata all'interno di una "rete elastica di giochi linguistici", indica come

⁴¹ Huyssens A., 1984, pp.5-52.

⁴² Ibidem, 1984.

⁴³ Lyotard J.F. in Harvey D., 1990, p. 67.

il cittadino postmoderno sia in grado di ricorrere ad una serie alquanto diversa di codici di comunicazione a seconda della situazione in cui si trova (casa, lavoro, chiesa, università o per la via).

Il linguaggio quotidiano costituisce la fonte primaria, nonché espressione diretta per la determinazione e il conferimento di importanza alla conoscenza, divenuta, sempre secondo Lyotard, *“la principale forza produttiva”*. Tuttavia, tale produzione risulta essere dispersa e non più concentrata all’interno di pochi spazi, ma trova sede e si riproduce in luoghi e contesti multipli. È vero anche che la stessa conoscenza non vive in uno stato di integrità: a seconda dell’ambito in cui è prodotta e con cui entra in contatto, essa assume una valenza più o meno riconosciuta. Ne fa menzione Fish, quando descrive le *“comunità interpretative”*, costituite da produttori e consumatori di conoscenza e di testi, operanti in differenti contesti istituzionali (università, sistema legale, associazioni religiose), all’interno di particolari divisioni del lavoro culturale (architettura, teatro, danza, pittura) o in luoghi di più ampia scala (quartieri, città, nazioni). Individui e gruppi controllano reciprocamente all’interno di questi campi ciò che essi considerano conoscenza valida.⁴⁴ Ad impattare sull’evoluzione del ruolo della cultura della conoscenza, oltre a tali contesti, furono soprattutto i cluster di imprese. Se è vero che l’accesso al know how scientifico e tecnico è stato da sempre oggetto di competizione in un’arena che coinvolge diversi attori, nelle vesti di persone fisiche o giuridiche, orientati a superare la concorrenza per accedere alle nuove forme di conoscenza, con il postmodernismo tale fenomeno risulta essersi intensificato acquisendo un ulteriore interesse. Il motivo principale è legato al boom di consumi che ha accompagnato l’età d’oro del capitalismo, erogati non più meramente sotto forma di beni materiali, ma sempre più come esperienze ed eventi. Dunque, se in un mondo fordista l’accesso alla conoscenza si confrontava con una società più stabile in ritmi e stili di vita più standardizzati, il postmodernismo deve fare i conti con una mutevolezza feroce di gusti e bisogni, che cambiano incessantemente di pari passo con sistemi di produzione sempre più flessibili. Pertanto, come sottolinea Harvey, l’accesso all’ultima novità tecnica, al prodotto più recente, all’ultima scoperta scientifica, implica un vantaggio competitivo di estremo valore; la conoscenza diviene così un bene di consumo centrale, da produrre e vendere al miglior offerente.⁴⁵

⁴⁴ Fish S., in Harvey D., 1990, p. 67.

⁴⁵ Harvey. D, 1990.

2.3 Società contemporanea: l'individualismo del cittadino in un mondo globale

L'età d'oro del capitalismo entrò in crisi all'inizio degli anni '70, coincidente periodo storico in cui si iniziò a dibattere sulla differenza fra crescita e sviluppo, e sul fatto che il paradigma del tempo fosse in grado di perdurare in futuro, sfruttando e subordinando la natura e le sue risorse all'azione umana. È in questo scenario che i consumi subiscono un contraccolpo: più nello specifico, la crisi petrolifera dell'OPEC, i cui effetti hanno avuto ricadute a livello globale, impattò in termini di vendite delle automobili, simbolo dell'economia capitalistica del XX secolo, evidenziando un calo significativo in alcune realtà del Nord Europa come Olanda, Danimarca, così come all'interno della penisola italiana. Tuttavia, l'era dei consumi non andò incontro ad una fase di declino nella sua totalità, bensì, di pari passo con le nuove idee e con l'avvento di dispositivi elettronici e metodologie commerciali, continuò a scandire la quotidianità degli individui. Come evidenziato da D'Apice, gli anni Settanta e Ottanta, hanno rappresentato una florida rivoluzione dei consumi di massa in Italia.⁴⁶ In parte, questo fenomeno è legato alla geografia sociale degli abitanti: la frammentazione postmoderna descritta in rapporto al linguaggio, alla conoscenza e ai tessuti produttivi ed economici, si riflette di pari modo nella scissione del nucleo familiare, creando sottoinsiemi relativamente autonomi e reindirizzando i consumi da un modello familiare, comprendente in modo prevalente elettrodomestici per la casa come lavatrici e frigoriferi, verso un modello di consumi individuale che iniziò ad anteporvi una dimensione immateriale vertendo su vacanze, divertimenti ed eventi di breve durata. La dispersione del nucleo familiare, resa più agevole da un abbattimento di confini fisici e di connessioni virtuali, unitamente a una mobilità frenetica e un'interazione mai verificatesi prima dell'era contemporanea, vive specificamente una mutua relazione con la società dei consumatori. Come sostiene Baumann, la stessa società dei consumatori tende a frammentare i gruppi o a renderli estremamente fragili, e favorisce la rapida formazione e diffusione degli sciami. In aggiunta, egli sostiene il fatto che *"il consumo sia un'attività eminentemente solitaria (forse l'archetipo della solitudine), anche quando capita di farlo in compagnia"*.⁴⁷ Le comunità non appaiono più solide e organiche da una prospettiva esterna, la durabilità e i legami emotivi non sono più quegli attributi imprescindibili che solidificavano i rapporti di cui faceva menzione Tonnies. L'individuo fatica a riconoscere una propria identità, a tal punto da diventare egli stesso merce per crearne una, secondo la logica e i ritmi costantemente mutevoli del mercato e della società dei consumi. Fra le comunità

⁴⁶ D'Apice C., 1981, pp.57-74, 95-98; Maione G. 2003.

⁴⁷ Baumann Z., 2010, p. 90.

che distinguono l'epoca contemporanea, Baumann identifica la *"comunità di guardaroba"*: alludendo al modo in cui si radunano gli spettatori in un teatro, Baumann descrive tale comunità come un'entità fantasma, fittizia; una comunità che è tale nella misura in cui si è uniti semplicemente per il fatto di essere nel medesimo luogo di altri, oppure per condividere specifici segni di riconoscimento o distinzione. È una comunità a tempo determinato, la cui cessazione del contratto è ad appannaggio di ciascuno, da cui si esce inconsciamente nel momento in cui la folla si disperde, garantendo la possibilità di abbandonarla in anticipo. Ciò che conta è la mera esperienza di condivisione momentanea di comunità. ⁴⁸

Così come per la comunità di guardaroba, i rapporti personali, umani e professionali, sono stati fortemente condizionati dalla mutazione dei confini fisici, sui quali occorre soffermarsi un istante per comprendere gli elementi che hanno influenzato la natura dei rapporti di consumo fra gli individui. Verso la fine del XX secolo sono subentrati in modo graduale due elementi che hanno sensibilmente condizionato l'epoca postmoderna: il computer e il telefono. La repentina diffusione in scala globale del computer e la contestuale creazione di una rete internet hanno consentito di abbattere le barriere fisiche, offrendo la possibilità di entrare in contatto con persone e spazi multipli. La feroce velocità portata in seno dall'automobile all'inizio del Novecento può essere messa a paragone con l'avvento del computer e la sua diffusione, all'interno di abitazioni e uffici, plasmando il concetto stesso di velocità fintanto da farlo coincidere con l'istantaneità. Nonostante un incisivo, seppur graduale, ingresso dei computer nella vita lavorativa quotidiana, il vero "strappo" si è avuto con il cellulare, diffusosi in pochi anni in tutti gli strati sociali, con cifre da record in Europa (la copertura di rete Roms risale al 1985 e già nel 2005 era posseduto dal 78% delle famiglie).⁴⁹ Il telefonino ha aperto l'accesso al mondo della comunicazione globale ed è stato il primo dispositivo mobile ad eludere due condizioni determinanti per la vita terrena: lo spazio e il tempo.

Si è introdotto nel primo capitolo come la storia del capitalismo sia stata caratterizzata da sempre da un'accelerazione del ritmo della vita, ma mai come accaduto a partire dall'epoca postmoderna fino a oggi, si riduce il tempo per muoversi nello spazio, che non è più meramente fisico. Come sottolinea Harvey, *"mentre lo spazio sembra rimpicciolirsi fino a diventare un "villaggio globale" delle telecomunicazioni e una "terra navicella" di interdipendenze economiche ed ecologiche e mentre gli orizzonti*

⁴⁸ Baumann Z., 2010, p. 140.

⁴⁹ Scarpellini E., 2008.

temporali si accorciano fino al punto in cui il presente è tutto ciò che c'è, dobbiamo imparare a venire a patti con un travolgente senso di compressione dei nostri mondi spaziali e temporali.”⁵⁰



Figura 2 - Villaggi globali di McLuhan

Fonte: R. Riccardi, 2023, "Il villaggio globale di McLuhan", Università del Marketing (universitadelmarketing.it);

Se da un lato la compressione spaziale e temporale conduce gli esseri umani a essere sempre più liberi, privi di ogni tipologia di vincolo che possa tenerli ancorati ad un luogo, allo stesso tempo li assorbe all'interno di una bolla globale della quale non sono ancora chiari i confini, dove spazio fisico e spazio virtuale si fondono fino a sovrapporsi. L'accrescimento del senso di libertà dell'individuo è ulteriormente agevolato dal fatto che le reti di comunicazione sono dotate di un dispositivo di sicurezza: la semplice possibilità di disconnettersi dalla rete, recidendone la comunicazione e lasciandovi parti di sé, consente di annullarne la rilevanza e conseguenze di disturbo. Il senso di sicurezza generato da questo meccanismo di fuoriuscita in grado di non lasciare tracce visibili, come in una duna di sabbie mobili, amplifica la percezione di libertà dell'individuo ma contemporaneamente collima con le norme sociali della cultura consumistica che vede ridursi in un numero esiguo i legami sociali, oltre che a disincentivare lo sviluppo di capacità per mantenerli.⁵¹

E di questa assenza gli uni per gli altri ne fanno menzione anche Baudrillard e Latour, nei rispettivi saggi. Il primo sottolinea quanto gli esseri umani siano circondati sempre più da oggetti, e non più

⁵⁰ D. Harvey, 1990, p. 295.

⁵¹ Lash S., in Baumann Z., 2010.

da uomini, quanto le interazioni con i loro simili siano attribuito di un'epoca passata, e come oggi il dialogo afferisca ad una dimensione più inorganica, con gli oggetti veri e propri elementi terminali di comunicazione, dal contesto domestico, all'attività professionale, fino allo spettacolo teatrale o alle pubblicità. Per Baudrillard *"viviamo il tempo degli oggetti, viviamo al loro ritmo e secondo la loro incessante successione"*.⁵² Prospettiva simile è quella originata da Latour nei primi anni del 2000, la cui teoria dell'attore-rete (*"ANT – Actor Network Theory"*) presuppone alla base una solida interazione fra più parti, dove ogni entità o fenomeno sociale è il prodotto di una catena di relazioni. Il discriminante all'interno di questo paradigma è dato dal ruolo degli oggetti: la natura dell'ANT si dota di una varietà di relazioni eterogenee e non si limita ad indagare i comportamenti umani in funzione dei rapporti tracciati all'interno della società. L'attore sociale, per Latour, è ciascun elemento che sia in grado di influenzare e interagire creando un legame all'interno della rete, siano essi manufatti, specie viventi non umane. Egli estende la capacità di influenza propria dell'essere umano agli *"attanti"*, oggetti ed elementi non umani che agiscono come tali e pertanto sono dotati di una propria capacità di azione e di influenza.⁵³

Così come i dispositivi elettronici, l'individuo contemporaneo risulta essere assemblaggio di una pluralità di identità che lo compongono e al contempo recano lui la possibilità di sostenere legami di consumo avvalendosi di singole sfaccettature di sé, a seconda del contesto. Tali parti, costrutto dell'identità, necessitano un continuo aggiornamento, come i sistemi operativi dei computer e degli smartphone, implicano e rimarcano l'esigenza di essere *"up to date"*, un aggiornamento garante di una condivisione sociale che risulterebbe preclusa in anticipo, o resa accessibile solo parzialmente. Lo stesso Simmel rimarcava l'importanza e il compito dei consumatori di elevarsi al di sopra della grigia e piatta invisibilità e inconsistenza, risaltando nella massa di oggetti indistinguibili, che *"galleggiano con lo stesso peso specifico"*.⁵⁴

⁵² Baudrillard J., 2010, p. 15.

⁵³ Latour B. in 'Soziale Welt', 1996, pp. 369-381, Nomos Verlagsgesellschaft mbH.

⁵⁴ Baumann Z., 2010, p.18.

PARTE SECONDA

URBANESIMO CONTEMPORANEO E PIATTAFORME DI CONSUMO

3. Il ruolo del digitale nelle odierne frontiere di consumo

3.1 Spazi esterni e spazi interni: il ponte digitale

Sino ad ora si è analizzato e descritto, seppur in brevi termini, il paradigma capitalistico seguendo i suoi stadi di formazione, indagandone i ruoli degli individui e i modelli lavorativi in cui quest'ultimi erano inseriti, i loro saperi, nonché i loro meccanismi di interazione, distinti in funzione dei rispettivi momenti storici e degli spazi in cui questi si esaurivano. All'interno del secondo capitolo si tratterà proprio il tema dello spazio e della città, in uno dei suoi elementi compositivi fisici e strutturali, come la casa, e nei suoi elementi connettivi che le popolano e hanno cominciato ad "abitarle" in tempi attuali, quali persone e piattaforme digitali. Agli inizi del XX secolo l'americano Luis Wirth aveva descritto la città e il modo di vivere lo spazio urbano e contermine facendo uso del concetto di "*urbanesimo*": questo stile di vita, proposto tramite gli studi empirici condotti da Wirth e la Scuola di Chicago, era espressione e sintesi di tre parametri – dimensione demografica, densità, eterogeneità - che, interagendo fra loro, definivano l'archetipo della città moderna, o per meglio dire del vivere moderno, poiché l'urbanesimo non seguiva le logiche dei confini fisici e amministrativi propri delle città. I primi due parametri introdotti da Wirth possono essere descritti come di seguito:

1. Dimensione demografica: strizzando l'occhio a quanto enunciato da Aristotele, la popolazione che abita le città costituisce un indicatore di significativa rilevanza, poiché nella misura in cui questa cresce numericamente, sino a raggiungere e superare un valore soglia, si andrà incontro ad un mutamento dei rapporti fra gli abitanti e la città stessa. Più nel dettaglio la modificazione comportata dalla variazione riguarda i meccanismi della competizione e del controllo formale che agiscono in sostituzione dei legami di solidarietà su cui poggiavano le società primitive.⁵⁵
2. Densità: il concetto di densità invece, sia essa di tipo fisico o sociale, ben si sposa con la dinamica di differenziazione degli individui e delle loro attività, ampliando così il ventaglio

⁵⁵ Wirth L., 1938, in Pagani A., 1963.

di gruppi e istituzioni e generando una struttura sociale sempre più complessa e di varia natura.

I parametri utilizzati per indagare il meccanismo complesso quale la città, risultano funzionali, in tempi contemporanei, per descrivere un quadro generale in cui le aree urbane, su scala globale, stanno giocando un ruolo sempre più determinante. Se, come sosteneva Wirth in epoca moderna, le città *“sono un vero e proprio coacervo di popoli e culture e modi di vita differenti”*, fra i quali i canali di comunicazione sono regolati da una tolleranza e competitività fortemente variabile,⁵⁶ oggi il fenomeno risulta amplificato a seguito di una prolungata e costante urbanizzazione che ha accresciuto la popolazione all'interno delle aree urbane. La forbice della distribuzione geografica degli individui nel 2008 si è ridotta ai minimi salvo poi, per la prima volta nella storia, riconoscere e sancire una popolazione abitante le aree urbane superiore rispetto a quella che abitava le aree rurali.⁵⁷ Tuttavia, la stessa forbice oggi ha ripreso a divaricarsi, capovolgendo i valori sulle sponde opposte: nel 2023 sono infatti circa 4,4 milioni gli abitanti che abitano le città, e costituiscono il 56% della popolazione a livello globale. Dinamica, quella demografica, per la quale si prospetta una continua crescita sinché nel 2050, la popolazione urbana, sarà più che duplicata, con circa 7 persone su 10 che vivranno nelle città.⁵⁸ La comprensione della dinamica urbana, transita non solo attraverso la netta crescita dei suoi abitanti, ma anche tramite l'osservazione degli utenti della rete internet: se è vero che coloro che abitano le città sono circa 4,4 miliardi, è vero anche che nello stesso anno si riconoscono 5,16 miliardi di utenti di Internet, incrementati di 1,9 punti percentuali rispetto all'anno precedente.⁵⁹ Tale valore, attinente ad una scala globale, riflette eloquentemente quanto sostenuto da Baudrillard, di cui al capitolo 1.2.3.2, e ne denota maggiormente la rilevanza se si osserva il suo storico a partire dal 1990 sino ad oggi. (Grafico 1) Il numero di utenti che hanno effettuato un accesso alla rete internet negli ultimi trent'anni è incrementato esponenzialmente, a fronte dei “soli” 2,6 milioni di persone del 1990, al 2023 ne sono state registrate oltre 5 miliardi, e la tendenza si presuppone terrà un comportamento di crescita analogo, seppur con incrementi percentuali sensibilmente minori⁶⁰.

⁵⁶ Wirth L., 1938, in Pagani A., 1963, p. 374.

⁵⁷ United Nations Population Fund, 2007, p. 1.

⁵⁸ The World Bank, 2023.

⁵⁹ We are social, 2023.

⁶⁰ Ibidem, 2023.

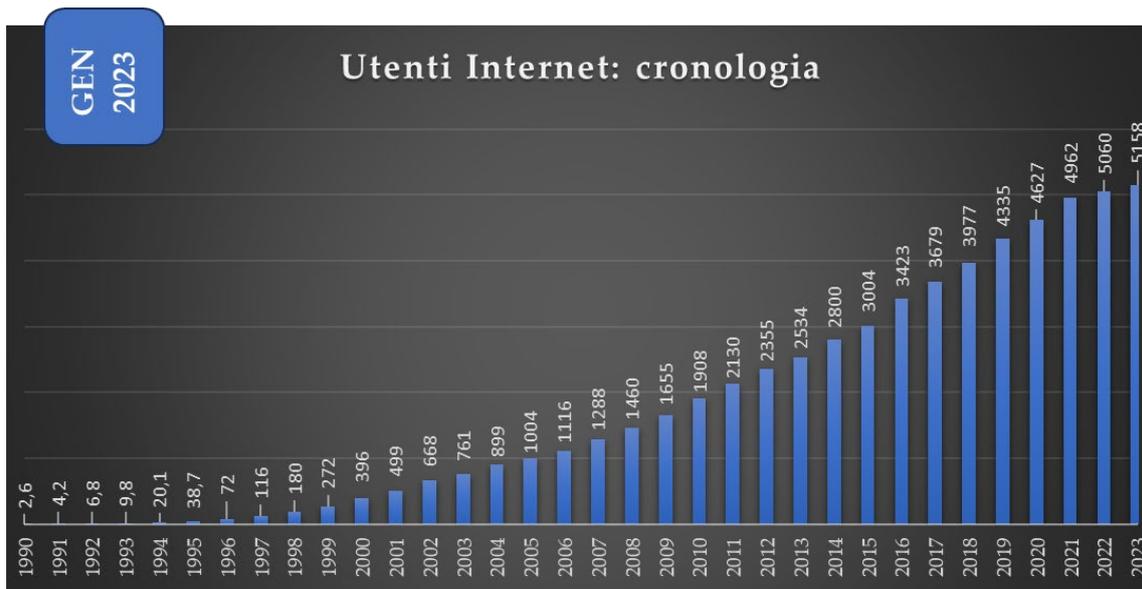


Grafico 1 - Utenti rete Internet
Fonte: We Are Social.

L'utilizzo massivo della rete Internet ha dato origine a un nuovo paradigma cui le città contemporanee, nella fase di definizione di strategie e visioni future, fanno riferimento sempre più insistentemente ovvero le Smart Cities⁶¹. Le città, storicamente descritte come connubio fra *urbe* e *civitas*, distinte rispettivamente da una componente di tipo fisico, materiale, sotto forma di edifici e infrastrutture, e una dimensione sociale, connessa all'incontro e al dialogo fra i membri della comunità, sono oggi governate da una terza componente piuttosto pervasiva, quella digitale.

Lo spazio urbano contemporaneo non è più solo il luogo in cui i cittadini abitano, è la residenza dei dati e delle tecnologie digitali, è lo spazio di massima rappresentanza in cui i secondi hanno poteri di influenza, che agiscono sulla sfera delle scelte quotidiane dei primi. L'ingresso del mondo digitale, calatosi sulle nuove generazioni già in età adolescenziale, non domandando alcun tipo permesso per entrare, non ha distinto fra una tipologia di spazio pubblico e uno spazio privato, bensì ha acceduto nella routine quotidiana dei cittadini in modo silenzioso e intangibile, configurandosi sotto forma di piattaforme di fruizione di servizi, di social media e di commercio elettronico fra gli altri.⁶² Il cittadino si trova così ribaltato fra una dimensione statica della città, vissuta e percepita tramite tutti

⁶¹ L'idea della Smart City apparso nel 1993 a Singapore, quando la città stessa si autorappresentò nelle vesti di "intelligent city". Il concetto evolve fra gli anni 2000 e 2010 diffondendosi con la nomenclatura di "digital city". Oggi il concetto di Smart City ingloba, in un ampio ecosistema umano, benefici sociali, crescita economica e la creazione di nuove opportunità innestandosi sulle infrastrutture digitali e avvalendosi dei dati per una migliore efficienza. (Chamoso, Gonzalez-Briones, Rodriguez, M.Corchado, 2018).

⁶² Il tempo trascorso da un tipico utente di Internet per l'utilizzo di piattaforme social è circa 2 ore e mezza. YouTube ha circa 2 miliardi di utenti loggati mensilmente, similmente al numero di utenti che utilizza Whatsapp, seppur con la cruciale distinzione che questi ultimi sono su base giornaliera (Wearesocial, 2023).

e cinque i sensi come descritto da Lynch⁶³, e una dimensione più dinamica, che attinge dai luoghi, ma non li incontra, che li guarda, ma non li osserva, in uno spazio virtuale che anziché configurarsi come ponte con la realtà, è spesso uno spazio che non trova corrispondenza, si pensi al mondo del commercio elettronico, o nel momento in cui la trova, si rivela essere una questione superficiale e fugace, come nel caso delle piattaforme di affitti di brevi, quali Airbnb o Booking. Il mondo digitale, quindi, non si è esulato dal fenomeno del consumismo urbano, guardandolo da una prospettiva esterna, bensì ne è stato fattore determinante nella misura in cui i consumi stessi hanno mutato i loro orizzonti temporali, i luoghi di consumo, nonché le tipologie e i prodotti stessi di consumo. Come riporta Zukin le città hanno lasciato spazio e hanno abbracciato questa transizione, sinché *“non sono più viste come paesaggi produttivi, ma come paesaggi di consumo”*.⁶⁴ Lo spazio digitale è uno spazio a-specifico, un non luogo che si pone come collante per il consumo negli spazi esterni (musei, negozi, teatri, ristoranti) e negli spazi interni (la casa).

I paesaggi urbani, con l'avvento del digitale, hanno visto mutare il valore e la centralità dei luoghi, in funzione dell'attività stessa di consumo, con conseguenze sullo spazio privato: gli oggetti di consumo si sono insinuati all'interno delle pareti domestiche, conformandone il paesaggio, ma la stessa modificazione, con altrettanta forza, si è riscontrata negli spazi esterni della città. Come ricorda Emanuela Scarpellini, gli spazi riservati al tempo libero e al divertimento, come lo spettacolo teatrale o il cinema, sono stati declassati dalle poltroncine al divano di casa con la tv, il dvd o, più recentemente, lo streaming.⁶⁵ Così come il settore cinematografico e teatrale hanno dovuto fare i conti con la transizione digitale, di pari modo altre realtà hanno dovuto affrontare questo cambiamento radicale come quella gastronomica o della moda. A tal proposito, fra i luoghi del consumo più emblematici vi sono senz'altro i centri commerciali, nonché ipermercati e supermercati, cui si affiancano forme di più recente diffusione come i *“factory Outlet”* o discount.⁶⁶ L'estensione e la proliferazione di questi spazi ha contribuito profondamente a mutare la geografia urbana così come le gerarchie dei luoghi e le loro specificità, dando origine a paesaggi urbani, come descritto da Zukin, non solo intesi nella loro accezione fisica, ma considerandone la loro vocazione e

⁶³ Ne *“L'immagine della città”* Lynch racconta come gli elementi e la leggibilità di quest'ultimi suscitano negli individui un ventaglio di immagini, prodotto delle sensazioni, delle percezioni e delle memorie passate in riferimento a luoghi conosciuti, e come tali immagini siano in grado di orientare i nostri comportamenti in ambiente urbano. (Lynch, 1960).

⁶⁴ Zukin, 1991.

⁶⁵ Scarpellini E., 2008.

⁶⁶ I *“factory Outlet”* rappresentano l'ultimo passo dello sviluppo della GDO – Grande Distribuzione Organizzata-, ed anch'essi, come i *“mall”* o centri commerciali attingono dai modelli statunitensi. In Italia il primo per rilevanza è l'Outlet di Serravalle Scrivia, più grande d'Europa. (Scarpellini E., 2008, p.284).

rappresentazione simbolica, oltre che di pratiche materiali e sociali.⁶⁷ La diffusione di grandi aree commerciali ha interessato spazi specifici e circoscritti della città, si pensi ad uno primo sviluppo dei centri commerciali nelle periferie urbane, in prossimità delle grandi autostrade e arterie stradali extraurbane per accogliere volumi di traffico di più ampia portata, o ancora lo sviluppo di aree commerciali nei grandi hub, come stazioni ferroviarie e metropolitane, ma soprattutto aeroporti.

L'insistenza di uno sviluppo commerciale, all'interno di queste grandi infrastrutture, è legata, fra gli altri, in maggior misura al tema della mobilità: contemporaneamente all'interscambio di flussi di capitali e di merci, la mobilità degli individui in contesti urbani, nonché la facoltà di giungere in tempi più o meno brevi in numerosi Paesi su scala mondiale, si è acuita significativamente enfatizzando il fenomeno del turismo; il suo sviluppo intenso nell'arco del Novecento, lo ha condotto oggi ad uno stato di turismo di massa, come simbolo della postmodernità.⁶⁸ Diverse sono le città che hanno abbracciato questo fenomeno con il potenziamento dei collegamenti infrastrutturali, mediante politiche urbane che mettersero in luce e valorizzassero gli elementi culturali identitari o tramite la corsa ad eventi di portata internazionale, per configurarsi in un assetto quanto più possibile competitivo attraendo, di conseguenza, persone e capitali, dunque, consumo. In particolar modo, secondo la prospettiva di Urry, il turista non si cataloga come un semplice individuo, anzi egli ne descrive gli sguardi come mezzi in grado di convertire tutto in consumo: il paesaggio in inquadratura fotografica, il prodotto artigianale in souvenir, il cibo del luogo in fast-food esotico, la culturale locale in folklore caratteristico. Il turista ha capacità plasmanti, facendo pressioni sull'economia locale, spingendola a modificarsi, ad abbandonare attività quotidiane e di sopravvivenza per costruire alberghi, strade, negozi, chioschi di cartoline; è in grado di adattare e convertire la natura in uno spettacolo consumabile, e se la natura non fosse sufficiente, si provvederebbe ad allestire una scenografia ad hoc.⁶⁹

Al "modus operandi" tendenzialmente esercitato dal turista si contrappongono le mutate modalità di consumo dei residenti, in particolar modo quelle connesse a realtà urbane maggiormente dense dal punto di vista edilizio e abitativo. Si è brevemente accennato di come la localizzazione di specifiche attività e luoghi di consumo abbiano avuto impatti sulla geografia di alcune aree, mutandone il paesaggio e, conseguentemente, quelli che erano i valori e i fattori identitari del

⁶⁷ Zukin S., 1991, p.16.

⁶⁸ Scarpellini E., 2008, p.279.

⁶⁹ Urry J., 1990.

territorio, tuttavia, all'interno del palcoscenico urbano vi è un elemento che, più di tutti gli altri, ha riacquisito centralità in termini di consumi: la casa. Intesa non più unicamente come sede di consumo dei generi alimentari, il contesto domestico è divenuto nel corso della seconda metà del Novecento, seguendo una linea di crescita costante e più marcata verso la fine del secolo, un polo di servizi, messi in rete tramite una comunicazione digitale, dapprima con la radio e la televisione, seguiti dai computer, e dai più recenti smartphone e assistenti personali intelligenti.⁷⁰ Il quotidiano utilizzo di questi dispositivi tecnologici, nonché la loro disponibilità e proliferazione in larga misura all'interno dei contesti domestici, ha dato origine ad un'architettura di consumi estremamente policentrica: per comprendere le dinamiche sociali non è più possibile riferirsi al consumo di uno specifico mezzo, come avveniva in epoche precedenti, quando le caratterizzazioni sociali erano molto nette; è vero il contrario, occorre considerare un consumo incrociato dei diversi media, caratterizzato in modo difforme a seconda dei gruppi di riferimento.⁷¹ La mappa dei consumi si fa sempre più complessa e ramificata, tutt'altro che statica, nei luoghi, nei tempi e nei mezzi, trasferendo le azioni dei consumatori da uno spazio esterno ad uno spazio interno. È così che l'attuale intensità e fugacità con cui si consumano esperienze ed eventi negli spazi esterni (film, visitare un museo, prendere parte ad un concerto, assistere ad una conferenza) viene trascinata o, meglio, collegata, e resa disponibile su piattaforme digitali, accessibili dalle proprie abitazioni. La compressione spazio-temporale, di cui faceva menzione Harvey nel descrivere come le celeri trasformazioni della globalizzazione stessero velocizzando la nostra percezione del tempo, riducendone contemporaneamente le distanze, esprime al meglio il modello consumistico contemporaneo: il fenomeno è direttamente proporzionale all'incremento di consumi di servizi, e non tanto di beni tangibili, accessibili indipendentemente dalle geografie fisiche degli utenti e privi di ogni tipo barriera di natura temporale.⁷² Gli stessi negozi che popolano le aree commerciali, indipendentemente dalle loro ubicazioni, sono assoggettati a politiche regolative che ne determinano giorni e orari di chiusura e apertura, a differenza del mondo del commercio digitale: su Internet i negozi sono sempre aperti ed è possibile accedervi in qualunque momento soddisfacendo i propri desideri in via istantanea, dove l'unico prerequisito essenziale è la creazione di un account con un username e una password.

⁷⁰ Gundle S., 2006.

⁷¹ Scarpellini E., p. 170.

⁷² Harvey D., 1993.

3.2 Il capitalismo dell'accesso e l'economia della condivisione

Che la temporalità e l'efficienza nei contesti domestici fossero una componente sempre più imprescindibile lo sottolineavano già Gary Backer e diversi economisti agli inizi della seconda metà del Novecento, esponendo considerazioni sull'utilizzo del tempo e dividendo gli apparecchi domestici in due categorie: quelli che ci fanno risparmiare tempo (*time saving*) e quelli che ce lo fanno consumare, o meglio impiegare, nell'intrattenimento (*time spending*).⁷³ In aggiunta alla componente temporale, vi è un secondo criterio che occorre menzionare e che ha contribuito in modo cospicuo all'incremento dei consumi domestici, ovvero la condizione dell'accesso, in antitesi alla condizione di proprietà. Il capitalismo, come analizzato e descritto a partire dalla teoria marxista all'inizio di questo elaborato, ha sempre votato e strizzato l'occhio al tema della proprietà indipendentemente dalla natura del bene oggetto di consumo. Tuttavia, i significativi mutamenti della società contemporanea, i quali hanno messo in risalto la centralità e la commercializzazione di prodotti non materiali, come la conoscenza e le esperienze, sono risultati essenziali nell'incrinamento della stabilità del concetto di capitalismo delle proprietà. Tale fenomeno è osservato in modo più dettagliato da Jeremy Rifkin, nel cui testo *"L'era dell'accesso"* anticipava, oltre vent'anni fa, un cambio di paradigma economico con un tramonto del capitalismo delle proprietà a tutto vantaggio di un capitalismo dell'accesso: *"in un'economia delle reti è più facile che sia negoziato l'accesso a una proprietà fisica o intellettuale, piuttosto che venga scambiata la proprietà stessa"*.⁷⁴ La lettura avanzata da Rifkin ha trovato, in seguito, riscontro in una letteratura sempre più diffusa e approfondita: il capitalismo dell'accesso si è inserito sotto un ombrello più grande appartenente alla frangia dell'*economia della condivisione*, o *economia collaborativa*, diffusasi su scala globale sotto il nome di *"sharing economy"*. Come suggerito dai termini *'condivisa'* e *'collaborativa'* quest'economia mira a facilitare e valorizzare i meccanismi di scambio e interazione peer-to-peer⁷⁵ avvalendosi di piattaforme digitali e una comunicazione piuttosto mobile, sostituendo il perno su cui poggia il canonico sistema economico dalla proprietà all'accesso e all'affitto⁷⁶. Il tema della decentralizzazione della rete, che non segue più le logiche di una struttura gerarchica, conferisce al sistema una dimensione di tipo corale: se da un lato il conferimento di maggiori responsabilità e un'elevazione di dipendenza ai tassi di fiducia

⁷³ Becker G.S., 1965; Pellegrini L., Zanderighi L., 2005.

⁷⁴ Sideri M., 2023.

⁷⁵ Con "peer to peer- P2P" intendiamo un modello di rete in cui gli elementi che entrano in contatto non sono identificati secondo una struttura gerarchica, bensì si caratterizzano per la loro posizione paritaria nell'interscambio di informazioni e dati conferendogli maggiori responsabilità.

⁷⁶ Gansky L., 2010.

risulta indispensabile per mantenere solide relazioni fra gli individui, al contempo è bene considerare come siano essi stessi in grado di influenzarle e condizionarle in termini di attrattività al servizio o, viceversa, allontanamento. Questo si traduce in uno dei punti cardine dell'economia della collaborazione: il prosumer. Quest'ultimi sono indicati come cittadini attivi che interagiscono reciprocamente all'interno delle piattaforme di economia condivisa mettendo a disposizione un servizio concedendone l'accessibilità, ma contemporaneamente accedendo e usufruendo essi stessi con gli assets resi disponibili dagli altri utenti della rete, configurandosi come un ibrido fra produttori e consumatori.⁷⁷ In questo senso, il sistema economico della condivisione si distacca dal precedente per il ruolo svolto dal meccanismo delle reputazioni, o cosiddetti "*feedback*", strumenti digitali che permettono di recensire e valutare i servizi offerti dagli utenti, influenzandone implicitamente domanda e attrattività mediante un sistema virtuale divenuto sempre più meccanismo regolatore delle scelte compiute dagli utenti per selezionare un determinato servizio.⁷⁸

L'economia della condivisione ha riconosciuto un considerevole sviluppo all'interno del panorama europeo nell'arco degli ultimi vent'anni, e le sue previsioni di crescita continuano con una tendenza analoga.⁷⁹ È vero anche che tale crescita risulta essere più evidente in due settori specifici: il settore dei trasporti e il settore dell'ospitalità. Sebbene il primo caso non sarà oggetto di indagine nelle analisi proposte dall'elaborato, occorre fare menzione di come il settore dei trasporti, ma in particolar modo l'automobile, simbolo identitario ed eloquente immagine che ha connotato il XX secolo, alterando significativamente il ruolo della mobilità nella vita delle persone, oggi non vede più nella proprietà l'unica prospettiva di utilizzo possibile. Invero, la diffusione del modello di condivisione car-sharing ha prodotto una marcata alternativa al possesso del mezzo privato offrendo un ventaglio di opzioni differenti: veicoli disponibili che possono essere noleggiati e guidati personalmente (ad esempio il servizio pubblico Car Sharing Rome o il servizio privato Share Now); servizi in cui proprietari dei veicoli mettono a disposizione il proprio mezzo in modo tale da consentire la prenotazione di viaggi di breve e media durata, parallelamente al servizio taxi (come Uber o Lyft), o ancora la condivisione del veicolo da parte di più utenti per viaggi che implicano solitamente distanze maggiori (come BlaBla Car).

⁷⁷ Tapscott D. et Williams A.D., 2006.

⁷⁸ Howard B., 2015.

⁷⁹ Cho et al. 2019, pp. 178-187.

Analogamente, il settore dell'ospitalità, in forte linea con i principi appartenenti al sistema dell'economia della condivisione, ha riscontrato una crescita esponenziale a partire dalla fine degli anni Novanta sino ai giorni nostri in numerosi Stati del continente europeo e americano. Le città, in particolar modo quelle oggetto di maggior interesse da parte dei turisti, siano essi in viaggio per motivi di lavoro, tempo libero, o studio, sono state la principale zona oggetto di interesse per la diffusione di questo fenomeno. La teoria alla base rimane quella di rigenerare il sottoutilizzo di alcuni beni in un mercato che si appoggia e si sviluppa su un terreno di piattaforme univocamente digitali. Tuttavia, lo spettro di compagnie che erogano servizi inerenti l'ospitalità oscilla in funzione di valori di diversa natura: alle piattaforme non orientate al profitto (non-profit) come le più note CouchSurfing e HomeExchange, si accompagnano modelli di business che richiedono uno scambio monetario fra le parti (Airbnb, Booking o HomeAway), le cui potenzialità sono espresse mediante l'utilizzo delle piattaforme digitali, luogo di intermediazione e di incontro fra domanda e offerta. È proprio quest'ultimo modello di ospitalità che attira e catalizza l'attenzione nel momento in cui si fa riferimento all'economia della condivisione nel campo dell'ospitalità, in particolar modo nel momento in cui si dà risalto al valore delle transazioni.⁸⁰

L'architettura di questo modello economico ad interazione paritaria si struttura sinteticamente in tre pilastri, i quali conversano in modi distinti a seconda della tipologia di ospitalità, specialmente in merito alla presenza, o assenza, di uno scambio monetario:

- La piattaforma: fornitrice e intermediaria del servizio che agevola e concede l'interazione fra gli utenti;
- Cliente o ospite (guest): colui che accederà e, in alcune circostanze, sarà disponibile a pagare il servizio o prodotto sottoutilizzato;
- Gestore o proprietario (host): colui che metterà a disposizione di altri utenti (ospiti) il proprio bene.

All'interno della figura 3, viene raffigurato il diagramma del modello di business di Airbnb, la cui realtà verrà approfondita, declinata e comparata all'interno dei territori urbani con riferimento al più ampio tema dell'abitare e della ricettività in specifici casi studio.

⁸⁰ PwC, 2016.

Airbnb

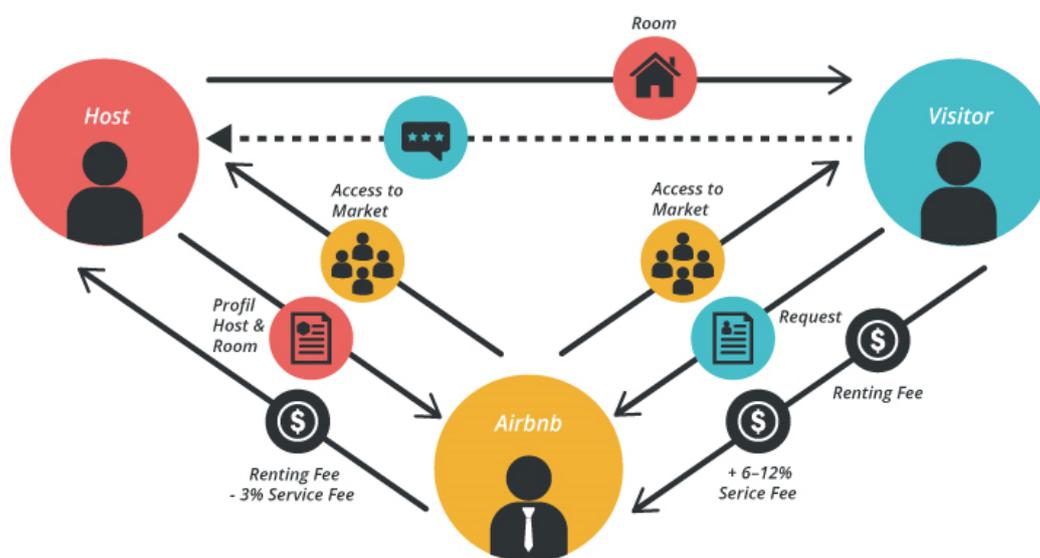


Figura 3 - Architettura Airbnb
Interazione bilaterale di ciascun pilastro nel modello Airbnb
Fonte: Business Model Toolbox

3.3 Questioni urbane: turismo, gentrification e rendita

Prima di addentrarsi ulteriormente nel modello economico cooperativo e il rapporto che Airbnb ha intessuto con le comunità e le forme di abitare nei territori urbani, è necessario contrapporre alcune questioni urbane che, in tempi più o meno recenti, hanno condizionato e orientato lo sviluppo delle città. Fra queste rientrano il turismo, la gentrificazione e la rendita. Chiaramente non sarebbe possibile ripercorrere la storia del turismo in poche righe, per tal motivo l'introduzione del fenomeno riguarderà quanto accaduto nell'epoca storica recente, partendo dalla seconda metà del XIX secolo, quando il turismo, da attività riservata a piccoli ed eletti gruppi, ha subito un salto di scala, coinvolgendo un numero sempre più maggiore di persone anche tramite viaggi guidati, catalogandosi come una prima forma di turismo di massa.⁸¹ Tale forma di turismo, il cui successo è legato a molteplici fattori, di cui senz'altro occorre menzionare i progressi tecnologici e infrastrutturali, fra cui la comparsa su scala globale di aeroporti e il completamento del processo di diffusione di massa dell'automobile, non si limita meramente all'organizzazione del viaggio ma coinvolge una pluralità di persone e interessi, e genera una serie di servizi collaterali che definiscono

⁸¹ Thomas Cook fu uno dei pionieri nell'organizzare viaggi turistici a favore di un cospicuo gruppo di persone: al suo primo viaggio, nel 1841, presero parte oltre 500 persone. <https://www.thomascook.com/about-us>.

e danno luogo ad una vera e propria industria. Il contemporaneo modello turistico ha una ricaduta diretta sui luoghi che lo ospitano, generando esternalità locali in termini di occupazione, realizzazione di nuove infrastrutture e servizi che sostengono e (auto)alimentano il sistema. In tal senso, la potenzialità di attrarre una mole ingente di turisti è divenuta una questione rilevante sia sul piano economico quanto politico e sociale: se da un lato il turismo costituisce un'importante contributo per l'economia delle città, tanto da consolidarsi in alcune aree quale principale elemento propulsore e sostenitore dell'economia, si pensi ai luoghi soggetti ad una forte oscillazione della popolazione residente dove vige un'importante stagionalità turistica che livella il numero di presenze e di arrivi, influenzando sensibilmente i sistemi economici locali; dall'altro lato, la sua crescita esponenziale, in termini di spostamenti e di relativi consumi, ha generato situazioni di squilibrio urbano di varia natura. La creazione di spazi urbani progettati appositamente per accogliere i turisti si è rivelata essere una arma a doppio taglio per le città stesse e, ancor prima, per le comunità locali. È quanto sostengono anche Judd e Fainstein (1999) ne *"La città turistica"*, secondo cui *"le città vengono vendute come qualsiasi altro prodotto di consumo. Ogni città cerca di proiettarsi come un posto unico e meraviglioso da visitare, dove un flusso incessante di eventi si svolge costantemente. Se un'infrastruttura che attirerà e soddisferà le esigenze dei turisti non esiste già, deve essere costruita. Poiché questo non può essere lasciato al caso, i governi sono inevitabilmente coinvolti nel coordinare, subsidiare e finanziare la trasformazione dell'ambiente urbano"*⁸² E se da un lato questa definizione ci introduce al concetto del *'branding urbano'* che pone in vetrina le città, come oggetti da poter ammirare e di cui godere nel pieno delle loro qualità e migliori eccellenze, il rovescio della medaglia e il lato non sempre colto di questa propaganda urbana è un marketing territoriale, connotato da una narrazione selettiva che pone in primo piano specifici luoghi a discapito di altri, creando una percezione della città distorta. La pubblicizzazione delle città solleva ancor di più il caleidoscopio di interessi – economici, sociali, culturali – e di attori coinvolti quando si parla di turismo urbano. In tal senso, l'industria turistica dovrebbe essere in simbiosi con la comunità locale e il governo locale, poiché dalla pianificazione delle decisioni, prodotte in concerto fra questi tre gruppi, scaturiscono conseguenze sull'economia e sulla società.

Oggi, il turismo di massa vive una fase apicale e a volte accade che i grandi flussi turistici che invadono le città generano situazioni di disequilibrio data l'impreparazione di quest'ultime ad accogliere e regolare gli accessi nei propri quartieri. Nel 2019, il numero totale di turisti nel mondo

⁸² S. Fainstein S. et Judd R.D., 1999, p.4.

ha raggiunto 1.5 miliardi, secondo l'UNWTO⁸³, rappresentando un aumento del 4% rispetto all'anno precedente, confermando il trend degli anni precedenti. Questa rapida crescita ha portato a molteplici e complesse sfide, tra cui l'insorgere dell'economia della condivisione, con il relativo impatto sulla qualità della vita dei residenti e l'industria alberghiera, o il fenomeno dell'*overtourism*, che ha conseguentemente portato alla luce le difficoltà di ospitalità di una mole così ampia di individui, tanto da valutarne un accesso contingentato come accaduto a Venezia.⁸⁴

Tendenzialmente quando si considerano gli impatti del turismo è automatico considerare primariamente gli impatti di tipo economico, data anche la loro maggiore evidenza e riscontrabilità: i turisti si muovono, consumano, e con essi circola il denaro. Nelle immagini propagandistiche questo aspetto assume la totale centralità, il turismo è un motore di sviluppo, prosperità e occupazione; *“un volano per altri settori economici grazie al suo effetto moltiplicatore, capace di attrarre capitali e investitori e che, direttamente o indirettamente, genera beni e servizi e, con essi, profitti”*.⁸⁵ Ciò che non si riesce a scorgere a primo impatto, sono gli effetti indiretti causati dalle attività di consumo della comunità turistica, quei processi che intaccano gli individui in quanto residenti e fruitori primari della città. È in questo quadro urbano di rapporti che si inserisce il concetto di gentrificazione o, più precisamente, di gentrificazione turistica. Nel 2005, Gotham ha definito la gentrificazione turistica come *“la trasformazione del quartiere di una classe media in un enclave relativamente ricco ed esclusivo, segnato dalla proliferazione di luoghi di incontro per turisti e imprese di intrattenimento”*.⁸⁶ Più in generale, il termine gentrificazione ha oramai acquisito un certo status nella misura in cui si considerano gli effetti di mutamento della popolazione in alcuni quartieri. Il classico processo di gentrificazione implica la trasformazione di un'area prevalentemente operaia sita nel centro città cui a favore di una classe media e un contesto di tipo residenziale e commerciale. Ciò si traduce da un lato in una dispersione dei residenti a basso reddito al di fuori delle aree centrali e contemporaneamente coincide con l'ingresso di individui più abbienti che favoriscono il cambiamento dei caratteri sociali, economici e culturali del luogo.⁸⁷ Seppur il termine si sia diffuso in larga misura più di recente, occorre sottolineare che il fenomeno ha origini ben più longeve: la *gentrificazione* – in inglese *gentrification* – fu coniata nel 1964 da Ruth Glass, pioniera della sociologia

⁸³ UNWTO, 2020. UNWTO nasce nel 1975 a Madrid come Agenzia delle Nazioni Unite. In quanto organizzazione mondiale del turismo essa promuove e coordina le politiche turistiche incentivando lo sviluppo di un turismo sostenibile.

⁸⁴ Huete, R. et Mantecón, A., 2018.

⁸⁵ Bove E., 2020.

⁸⁶ Gotham KF., 2005, p. 1099.

⁸⁷ Beauregard RA., 1986.

urbana, nell'atto di descrivere i processi di cambiamento urbano che stavano influenzando il centro di Londra – letteralmente con gentrificazione si intende la sostituzione di una popolazione esistente con una popolazione *gentry*, ovvero la piccola nobiltà inglese dell'epoca. In funzione di quanto emerso durante osservazioni dirette, Glass (1964) identificò la gentrificazione come un processo urbano complesso che includeva il recupero di vecchi immobili, la trasformazione dal noleggino alla proprietà, l'aumento dei prezzi immobiliari e lo spostamento delle classi lavoratrici con l'arrivo di classi medie.⁸⁸ In particolar modo, tale fenomeno si è osservato inizialmente in un numero limitato di località, fra cui rientrano appunto Londra e New York coinvolte in anticipo in quel processo in cui le attività terziarie e i servizi finanziari stavano prendendo il posto dei centri città votati ad una dimensione manifatturiera. Di fatto, la gentrificazione ha mutato il volto di alcuni quartieri cittadini e i processi hanno richiesto qualche decennio per manifestare i propri effetti più evidenti. Le leggi sostitutive indotte dalla gentrification ricalcano dunque spazi fisici oltre che confini sociali, secondo Lees (2008) la *gentrification* individua il “*quartiere come espressione di ineguaglianza di classe*”.⁸⁹ La definizione scaturisce dall'osservazione critica di una sostituzione degli individui cui è corrisposta una riabilitazione dello stock abitativo e una ripresa di interesse nel mercato immobiliare. Sono proprio questi ultimi due fattori che hanno contribuito fortemente alla rivitalizzazione dei centri urbani: secondo Ley (1996), il cambiamento di paradigma delle città da centri manifatturieri a centri più oculati e attenti alla dimensione finanziaria e al consumo dei servizi ha contribuito a formare un nuovo gruppo di individui professionisti qualificati che hanno preso il posto della classe operaia.⁹⁰ La forza lavoro dei ‘*colletti bianchi*’ ha svolto un ruolo decisivo per la rigenerazione dell'economia urbana, date le loro preferenze di consumo e l'esigenza del vivere urbano. Non è un caso se Londra e New York, guidate da un'economia di carattere fortemente finanziario, sono state identificate come sorgenti per le attività di gentrificazione.⁹¹

La terza questione prende in considerazione la rendita, in quanto dinamica fattore sempre più intrecciato al turismo e alla gentrificazione urbana, ancorché le sue origini guardino oltre i confini urbani e scaturiscano dal suolo agricolo. Giungere ad una definizione della rendita è sfida piuttosto complicata e potenzialmente limitante, nonostante la letteratura sul tema sia alquanto ampia ed estesa. La ragione principale è legata all'evoluzione del concetto stesso di rendita. La rendita nasce

⁸⁸ Glass, 1964.

⁸⁹ Lees et Al., 2008, p.80.

⁹⁰ Ley D., 1996.

⁹¹ Atkinson R. and Bridge G., 2005.

fondiaria, il primo passo avviene con l'ampliamento del tessuto edilizio che sovrasta i terreni agricoli periferici ai nuclei urbani storici. È quanto accade nell'Italia del secondo dopoguerra fino agli anni Settanta in cui ha prevalso una forma di rendita definita marginale, prodotta dal progressivo ampliamento dei tessuti edilizi: la decisione pubblica di estendere i confini dell'edificato, agendo sul Piano Regolatore Generale, valorizzava i terreni limitrofi sottraendoli all'uso agricolo. In questo processo la finanza iniziava a farsi spazio all'interno del mercato immobiliare, in modo piuttosto semplice e subalterno del credito bancario, consentendo al costruttore di sopportare i costi di costruzione per incamerare in seguito, con la vendita degli immobili, una rendita di gran lunga superiore a quella che poteva essere data da un ordinario profitto industriale. Il secondo stadio evolutivo della rendita si delinea in concomitanza della crisi del sistema produttivo della cessazione di quell'età d'oro del capitalismo, di cui si è descritto nel paragrafo 2.2. La rivoluzione terziaria di quegli anni invertì nuovamente la direzione delle trasformazioni dell'ambiente urbano: si tornò a guardare al centro delle città per rispondere a bisogni localizzativi e di prestigio delle nuove funzioni terziarie, come accadde appunto a Londra, New York e in diversi contesti italiani, riutilizzando gli immobili liberati dalla dismissione industriale e dalle funzioni pubbliche (caserme, ferrovie, poste, uffici amministrativi). Il secondo stadio prende il nome di rendita differenziale, strizzando l'occhio alla visione ricardiana, come suggerito nel saggio di Walter Tocci, per cui i terreni erano dotati di qualità intrinseche che ne determinavano il grado di fertilità e che, in questo caso, si specchiavano all'interno delle città secondo una valorizzazione degli immobili in funzione dei loro vantaggi posizionali e localizzativi diversi fra loro.⁹² In questo scenario un ruolo cruciale era attribuito nuovamente al decisore pubblico che, di concerto con attori privati giungeva ad una decisione pubblica che consisteva nella modificazione della destinazione d'uso degli immobili allora esistenti. Il modello finanziario andava evolvendosi tanto da far emergere la figura dell'"immobiliarista finanziere"⁹³, capace di cogliere nel segno la potenzialità di un patrimonio industriale dismesso e portando all'attenzione della classe capitalista l'opportunità generabili dalle plusvalenze immobiliari. Il tutto fu reso possibile grazie all'introduzione di uno strumento orchestratore quale il fondo immobiliare⁹⁴, introdotto proprio alla fine del XX secolo nel contesto italiano. Con l'avvento del fondo immobiliare la rendita approda ad un nuovo stadio evolutivo, definito come *rendita pura*,

⁹² Tocci W., 2009.

⁹³ Ibidem, 2009.

⁹⁴ Il fondo immobiliare, introdotto in Italia nel 1998, consente di raggruppare all'interno di uno stesso portafoglio le proprietà di una vasta gamma di immobili, coinvolgendo anche piccoli risparmiatori su operazioni altrimenti fuori dalla loro portata, godendo di ulteriori agevolazioni fiscali che risulterebbero negate al comune cittadino.

nonché una sintesi dei due modelli di rendita individuati in precedenza. La caratteristica primaria della rendita pura, oltre all'avvalersi di uno strumento finanziario che risulta essere sempre più lontano dalla realtà terrena del cittadino, che ne riconosce sempre meno i confini e comportamenti, sempre più labili ed opachi, è che guarda alla totalità del patrimonio esistente, non rifacendosi più solamente sulle nuove costruzioni e assorbendo le rendite marginali e differenziali. L'esito di questi cambiamenti è un'imponente euforia immobiliare, che da un lato ha stimolato la produzione edilizia e al contempo ha sollecitato la domanda, autoalimentando il sistema e garantendone una valorizzazione. Nello stesso saggio, Walter Tocci (2009) riportando le stime del Cresme, ha evidenziato come nel decennio 1997-2006 la produzione edilizia residenziale sia aumentata di circa il 40%, le compravendite annue raddoppiate e, nello stesso periodo, hanno riguardato circa un terzo dello stock esistente; i valori immobiliari sono aumentati del 63% nella media nazionale e quasi raddoppiati a Milano e Roma; la crescita degli investimenti nelle costruzioni è stata doppia (13.6%) rispetto a quella del Pil.⁹⁵ Tale decennio eleva e completa quel processo di consolidamento della rendita quale prodotto finanziario, le cui radici risalgono sempre alla sua dimensione fondiaria. Di questo ce ne faceva già cenno Marx, come riportato nel paragrafo 1.1 nella misura in cui si definiva il *valore* della merce in quanto "*capitale fittizio*", inteso come un diritto di proprietà su qualche reddito futuro. È ciò che ricalca Harvey (2008) quando, rifacendosi a Marx, sostiene "*che la terra dev'essere considerata come una pura risorsa finanziaria, perché si è trasformata in una forma di "capitale fittizio". Questa è la condizione, a mio parere, che determina la forma pura di proprietà fondiaria nel capitalismo*".⁹⁶ La rendita si intreccia e si lega così alla finanziarizzazione e al tema del *real estate*, ma ancor prima, sin dai suoi primi stadi evolutivi, la rendita si lega all'urbanistica e allo spazio in un legame inscindibile, tanto da guidare i processi di trasformazioni urbane agendo sulle relazioni sociali e spaziali.

⁹⁵ Ibidem, 2009.

⁹⁶ D. Harvey, 1998, p. 118-9.

4 La casa e la temporalità dell'abitare

Casa e abitare sono due termini spesso sovrapposti e intrinsecamente connessi, dove il bene fisico tracciato dal perimetro delle mura sia automaticamente riferito all'atto di vivere e soggiornare al suo interno. Tuttavia, l'abitare è intrinseco a una casa, ma non coincidente. È possibile non avere una casa, non esserne direttamente proprietari, ma abitare un luogo. Viceversa, si possono possedere diverse case, ma abitarne solo una. Pertanto, quando facciamo riferimento al fenomeno dell'abitare si può volgere lo sguardo in una triplice direzione legata alla casa, dapprima intesa come *"house"* – la casa materialmente intesa – come *"home"* – casa come fuoco e sede di relazioni sociali – e *"real estate"* – ovvero casa come investimento immobiliare e oggetto finanziario.⁹⁷ La casa porta con sé una pluralità di funzioni che vanno oltre al soddisfacimento primario dell'abitare, bensì concerne bisogni di tipo personale, economico e sociale che si pongono alla base del benessere individuale, nonché pilastri dei bisogni primari definiti all'interno della piramide di Maslow.

Inoltre, c'è un altro versante lungo il quale i due termini si scontrano e presentano valori differenti, contrapponendo una dimensione statica ad una di tipo più dinamico. La casa, intesa in quanto bene materiale risulta essere un elemento immutabile, la cui natura fisica non varia se non a fronte di eventi gravosi o catastrofici. Lo stesso non si può dire per l'abitare, esso va considerato e approcciato come fenomeno dinamico, con capacità di mutare nel corso del tempo poiché le così come si acquistano, le case possono essere ugualmente vendute, e ancora cercate di nuove, affittate o nuovamente acquistate, in un diagramma di scelte che non segue logiche circolari né uniformi variando a seconda della comunità e dei territori in analisi. Secondo gli studiosi Kirkpatrick e Tarasuk, a determinare il modo di abitare di ciascun cittadino, oltre al tema di primaria entità legato alla proprietà o all'affitto di un'abitazione, è la combinazione di tre elementi: la casa materialmente intesa, i suoi occupanti, il territorio in cui la casa e abitanti si situano. La sintesi di questi tre genera ciò che è stato racchiuso nel concetto di *"circostanze abitative"*.⁹⁸ La proprietà risulta essere un discriminante altamente variabile in funzione del contesto territoriale preso in esame: osservando e confrontando i dati inerenti la tipologia di occupazione degli Stati membri in Europa emerge come, nel 2021, il 70% della popolazione viveva all'interno di abitazioni di cui era proprietaria, mentre il rimanente 30% viveva in affitto.⁹⁹ Sono i paesi est europei a collocarsi nelle prime posizioni in termini

⁹⁷ Filandri M. et Al., 2020, p. 13.

⁹⁸ Kirkpatrick et Tarasuk, 2011, p. 284-296.

⁹⁹ Dati Eurostat, 2024.

percentuali per quanto concerne la proprietà come Romania, Slovacchia, Ungheria con quote rispettivamente pari a 95.3%, 92.9% e 91.7%. L'Italia, oggetto di approfondimento dell'elaborato, si colloca pressoché in linea con l'andamento medio dei valori europei, con una quota di proprietari di case pari a 73,7%. Diversamente, fra gli Stati con il minor numero di proprietari vi sono la Danimarca (59.2%), l'Austria (54.2%) e la Germania, con il valore minimo all'interno del quadro dell'Unione Europea pari a 49.1% e dove quindi la maggior parte della popolazione viveva in affitto. Contrariamente a quanto ci si aspetti, vi è dunque una netta distanza fra i valori estremi e questo è dovuto in buona parte alla pluralità di politiche della casa che sono condotte all'interno dell'Europa, le quali, a seconda del rispettivo Paese, hanno storicamente indirizzato e influenzato lo scenario evolutivo dei proprietari e degli affittuari.

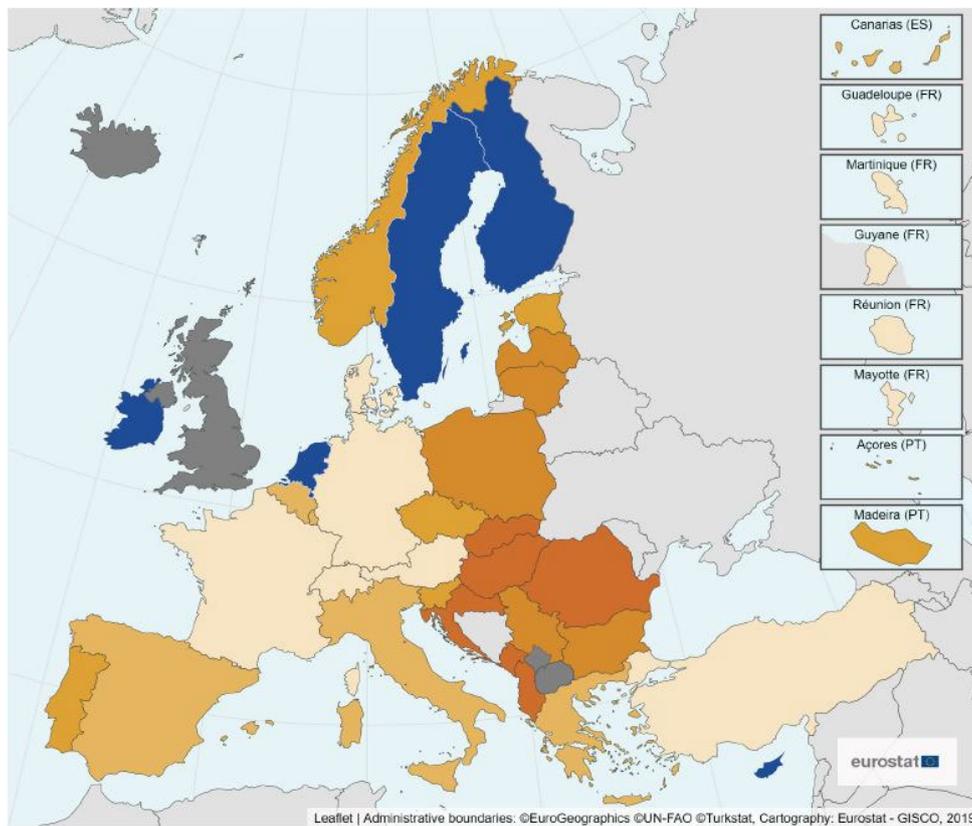


Figura 4 - Distribuzione della popolazione proprietaria di abitazioni
Fonte: Eurostat

Legenda

	≥ 42.2 to 64.77
	≥ 64.77 to 70.83
	≥ 70.83 to 76.1
	≥ 76.1 to 82.33
	≥ 82.33 to 90.13
	≥ 90.13 to 95.9
	Dati non disponibili

Come osservato dai dati europei, all'interno dello scenario italiano le unità residenziali sono prevalentemente ad appannaggio di proprietari più che di affittuari; tuttavia, occorre ribadire come questo fenomeno abbia radici piuttosto recenti, risalenti al secondo dopoguerra, quando il settore dell'edilizia venne riconosciuto dallo Stato come settore valevole di estrema attenzione, nonché come volano economico di ripresa per lo sviluppo del Paese. Pertanto, l'abitare italiano odierno risulta essere più stanziale che nomade, vi è una patrimonializzazione delle abitazioni che prende forma con la cessione della proprietà dai genitori ai figli in secondo uno schema a cascata.¹⁰⁰

Riprendendo quanto descritto da Kirkpatrick e Tarasuk, in riferimento al concetto di "*circostanze abitative*", si andranno a considerare le modalità di abitare una casa, all'interno del territorio italiano, non in funzione del rapporto dicotomico descritto da proprietà e affitto, bensì in funzione dell'accesso o, più precisamente, considerando la prospettiva dell'abitare in funzione del fattore tempo, tentando così di delineare una temporalità dell'abitare.

Il tutto si riflette all'interno di una triplice distinzione temporale, che si articola come di seguito:

- Abitare permanente: 3 anni e oltre;
- Abitare temporaneo: compreso fra 31 giorni e 3 anni;
- Abitare momentaneo: compreso fra 1 e 30 giorni;

4.1 Abitare permanente

L'abitare permanente potrebbe essere definito come una modalità di abitare a lunga durata, la cui estensione sia legata ad un'abitazione di proprietà o all'abitare in affitto seguendo tipologie contrattuali che garantiscano una stabilità pluriennale all'interno della medesima unità immobiliare. Fra quest'ultimi rientrano senz'altro i contratti di locazione a canone libero e i contratti a canone concordato: per quanto concerne la prima tipologia, il cosiddetto "*canone libero*" o semplicemente "*4+4*" rappresenta la forma più tradizionale e diffusa all'interno del ventaglio dei contratti disponibili. Evitando di addentrarsi nella natura giuridica e nelle modalità di sottoscrizione del contratto fra le parti occorre menzionare come il contratto sia dotato di una durata minima imposta per legge, al di sotto della quale la clausola risulta essere nulla. Il contratto prevede una durata di quattro anni, al termine dei quali si rinnova automaticamente per altri quattro, previa disdetta anticipata.

¹⁰⁰ Filandri M. et Al., 2020, p. 24.

Contestualmente, anche la tipologia di contratto a canone concordato si inserisce all'interno della legge n. 431/1998, la quale disciplina le tipologie di contratto per locazioni e il rilascio degli immobili ad uso abitativo.¹⁰¹ Il canone concordato differisce primariamente dal precedente per la durata temporale e per la mancata arbitrarietà nello stabilimento del prezzo: prima del 2017 i contratti a canone concordato erano previsti solo per immobili ubicati nei Comuni ad alta intensità abitativa, ma con il Decreto Infrastrutture del 16-01-2017 si è riconosciuta ai locatori la possibilità di stipulare contratti a canone concordato indipendentemente dalla posizione geografica, poiché le norme convenzionali sono applicabili sia nei Comuni dove è stato fatto un accordo territoriale, sia ai contratti sottoscritti negli altri Comuni.¹⁰² Il contratto, comunemente noto nella formula "3+2", ha dunque una durata massima di cinque anni, ripartiti in tre anni iniziali potenzialmente rinnovabili in un altro biennio.

Secondo l'OMI – Osservatorio del Mercato Immobiliare – il numero di abitazioni oggetto di contratti di locazione formalizzati in "*canone libero*" e "*canone concordato*" nel 2021, dunque di durata pari o superiore a 3 anni, è stato di 932.112 per immobili ad uso abitativo, su un totale di 1.324.271 abitazioni locatate.¹⁰³ Nel medesimo anno, le unità immobiliari censite all'interno della categoria catastale A, includendo dunque un range dalla categoria A/1 alla categoria A/11, eccezion fatta per la A/10, rappresentanti le unità ad uso abitativo o "*abitazioni*" ammontavano a circa 35.379.685, uno stock incrementatosi di oltre 115mila unità abitative rispetto al 2020.¹⁰⁴

4.2 Abitare temporaneo

Con abitare temporaneo ci si può riferire ad una durata intermedia, interclusa fra un mercato degli affitti ordinario di lungo termine e un mercato degli affitti brevi di origine e diffusione recente. In particolar modo, si farà riferimento ad una forma di abitare temporanea nella misura in cui la sua durata corrisponda ad un periodo compreso fra un mese e tre anni. Fra le tipologie dei contratti di

¹⁰¹ Le disposizioni della legge n. 431 del 1998 non si applicano ai contratti di locazione relativi agli immobili vincolati ai sensi della legge 1° giugno 1939, n. 1089, o inclusi nelle categorie catastali A/1, A/8 e A/9, agli alloggi di edilizia residenziale pubblica, agli alloggi locati esclusivamente per finalità turistiche.

¹⁰² Per "alta intensità abitativa" intendiamo i Comuni indicati dalla L. L. 21.02.1989, n. 61: Bari, Bologna, Catania, Firenze, Genova, Milano, Napoli, Palermo, Roma, Torino e Venezia e i Comuni confinanti con gli stessi; negli altri Comuni capoluoghi di Provincia e, comunque, quelli posti nei Comuni cosiddetti ad alta tensione abitativa individuati dalla delibera CIPE 13.11.2003, n. 87 (G.U. 18.02.2004, n. 40) non compresi nei punti precedenti; previsti anche nei Comuni terremotati della Campania e della Basilicata.

¹⁰³ OMI, 2023.

¹⁰⁴ OMI, 2021.

locazione che occorre menzionare, afferenti a quest'arco temporale vi sono contratti "per uso transitorio", che potremmo suddividere in due sottocategorie:

- Il contratto per studenti universitari: tale tipologia ha durata minima di 6 mesi e durata massima di 36, decorsi i quali il contratto si rinnova automaticamente per altri 2 anni;
- Contratto per esigenze momentanee dell'inquilino: è possibile stipulare e avvalersi di tale formula in caso di specifiche esigenze temporanee, per un periodo compreso fra un mese sino ad un massimo di 18 mesi, non rinnovabili. Da notare come tali tipologie contrattuali non possano essere utilizzate per funzioni turistiche; pertanto, le suddette abitazioni oggetto del contratto non possono essere utilizzate dal locatore come case vacanze.

Riferendosi nuovamente al rapporto OMI, le abitazioni oggetto di contratti di locazione con durata inferiore ad un anno al 2021 risultano essere 140.685, cui si aggiungono 251.474 abitazioni interessate da contratti la cui durata temporale è compresa fra 1 e 3 anni. Dunque, il totale delle abitazioni afferenti alla categoria di abitazioni temporanee ammonta a 392.159 nel 2021, ovvero un 29,6% rispetto al totale.¹⁰⁵

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
INFERIORE A 1 ANNO	105,248	113,767	121,683	128,688	115,419	140,685	143,032
DA 1 A 3 ANNO	233,853	234,470	238,001	245,789	220,570	251,474	253,033
3 ANNI E OLTRE	1,028,889	992,371	980,440	999,403	916,228	932,112	900,979
Immobili ad uso abitativo	1,367,990	1,340,608	1,340,124	1,373,880	1,252,217	1,324,271	1,297,044

Tabella 2 - Ricostruzione della durata dei contratti di locazione italiani
Fonte: Rapporto OMI – Statistiche Immobiliari.

Seguendo una ricostruzione storica, sebbene si prenda come riferimento un temporale ridotto, dal 2016 al 2022, si denota come la preponderanza dei contratti di locazione sia ad appannaggio di orizzonti temporali di lungo termine: nel solo 2016 infatti rientravano all'interno di un abitare permanente oltre 1 milione di abitazioni, a fronte delle poco più di 300 mila appartenenti ad un abitare temporaneo. In linea generale è possibile affermare che si sia assistito ad un calo di oltre 5 punti percentuali per quanto concerne la totalità degli immobili locati in forme di abitare permanente e temporaneo in sei anni, passando da 1.367.990 a 1.297.044 unità.

¹⁰⁵ OMI, 2023.

4.3 Abitare momentaneo:

In ultima analisi ci si può riferire ad una tipologia di abitare che ha abbracciato incondizionatamente i criteri portanti del consumismo contemporaneo, quali dinamicità ed estrema fugacità uniti ad una consistente facoltà di scelta di abitazioni grazie all'avvento delle piattaforme digitali incentrate sull'abitare. Ciò si riscontra all'interno dello scenario dell'abitare proposto da Rifkin, in cui i rapporti fra i giovani e proprietà guardano più all'accesso che al possesso, dato che il mercato dell'affitto sta mutando la propria fisionomia indirizzandosi sempre più a soddisfare le esigenze di una parte di popolazione che dimostra essere maggiormente interessata ad avere accesso a breve termine più a servizi, strutture ed esperienze che a responsabilità connesse con la proprietà immobiliare tradizionale.¹⁰⁶ Supportato dai principi dell'economia della condivisione, il fenomeno dell'abitare momentaneo si è rivelato essere, analogamente al modello economico, un tema piuttosto recente: come riportato nel capitolo 2.2, si è assistito ad una pluralità di realtà ed imprese che hanno perseguito la strada di un'ospitalità breve, seppur con finalità distinte. Fra questi modelli e piattaforme digitali, uno dei primi ad essere sorto e divenuto celebre è quello del "*Couchsurfing*": la piattaforma consiste in un'ospitalità gratuita garantita da parte dei proprietari delle locazioni a favore di ospiti, senza alcun scambio di denaro fra le parti coinvolte. Come suggerito da Schuckert tali piattaforme enfatizzano la componente sociale a discapito di una materiale ed economica.¹⁰⁷ Una seconda realtà è "*HomeExchange*" dove le case sono scambiate fra le parti, nuovamente senza una corrispondenza di denaro fra proprietari e ospiti, nonostante entrambi siano soggetti ad una tassa da destinare alla piattaforma.¹⁰⁸

In aggiunta a queste due realtà, ne emerge una che più di tutte ha scardinato il meccanismo degli affitti, con ricadute impattanti in termini di abitabilità dei luoghi in rapporto alla loro "turisticità". È il caso di Airbnb, realtà nata negli Stati Uniti d'America nel 2008, e diffusasi, nell'arco di poco più di un decennio, nel continente europeo seguendo una crescita esponenziale. Airbnb ha dato origine e popolarizzato le pratiche di ospitalità che oggi contribuiscono al turismo come offerta alternativa agli hotel, categorizzandosi come elemento di "disturbo" in rapporto al mercato turistico precedente. Airbnb consiste, analogamente alle due realtà precedenti, in una realtà P2P dove

¹⁰⁶ Rifkin, J., 2001.

¹⁰⁷ Schuckert M. et Al., 2018.

¹⁰⁸ All'interno del sito HomeExchange, gli utenti possono decider se abbonarsi e divenire membri pagando una tassa di 120 euro per anno oppure pagare una quota di 10 euro per ciascuna notte spesa all'interno di un'abitazione di un altro utente. Grit A. et Lynch P., 2011, pp. 19–24.

interagiscono un proprietario e un ospite, con l'eccezione che il rapporto di scambio è di natura primariamente economica. Per completezza, occorre sottolineare però che Airbnb non rappresenta un caso univoco all'interno del panorama delle piattaforme di affitti brevi; fra le altre piattaforme digitali di rilevanza globale, votate all'ospitalità, vi è senz'altro Booking, la quale, secondo un report della Banca Mondiale, nel 2018 rappresentava la piattaforma di maggior successo nel mondo dell'ospitalità con oltre 5 milioni di annunci classificabili come "alternativi" o "non-hotel", seguita proprio da Airbnb con una quota di 4.85 milioni di annunci.¹⁰⁹ È appena due anni più tardi però che la stessa Airbnb oltre ad attrarre un numero sempre più elevato di "host" ha superato Booking con circa 6 milioni di annunci pubblicati a livello globale in oltre 191 Paesi.¹¹⁰ La risonanza che Airbnb ha generato sul piano internazionale è stata notevole non solo dal punto di vista dello scardinamento di un mercato del turismo la cui ospitalità era incentrata sull'hotel, ma anche per il singolo cittadino, le cui facoltà di divenire "imprenditore di sé stesso" si sono fatte più prossime grazie all'approdo di questa piattaforma in molti Paesi globali. La proliferazione di case votate ad affitti brevi ha richiesto un adeguamento normativo tramite il quale porre un freno alla crescita incontrollata della piattaforma. Sono infatti molteplici e di diversa natura le azioni intraprese a fronteggiare questo fenomeno: a San Francisco, dove Airbnb trova le sue radici, il tempo massimo per cui si può mettere in affitto la propria residenza è limitato a 90 giorni l'anno. Nonostante ciò, la California tramite il disegno di legge 584 – noto come Laborforce Housing Financing Act – oltre ad una tassazione del 15% dei prezzi degli affitti a breve termine, mira a ridurre l'arco temporale di permanenza per una durata non superiore a 30 giorni in case, alloggi o stanze che non siano hotel, motel, locande a partire dal 1° gennaio 2025.¹¹¹ Similmente, numerose città europee hanno approcciato il fenomeno di 'airbnbizzazione' ponendo un limite massimo di notti per cui un annuncio può rimanere sulla piattaforma e, di conseguenza, essere affittato dagli ospiti: ad esempio a Parigi tale limite è riconosciuto in 120 giorni, mentre in città come Berlino, in cui dal 2016 al 2018 è stato completamente proibito l'utilizzo della piattaforma, il limite è stato imposto per 90 giorni l'anno, o ancora Amsterdam che ha decretato un tetto massimo di 30 giorni.

Anche per quanto concerne lo scenario italiano il tema è al centro di dibattiti politici e tavoli istituzionali: l'abitare momentaneo strizza l'occhio principalmente alle cosiddette 'locazioni brevi' – diffuse globalmente con l'acronimo STR (Short Term Rentals) - che, a differenza delle tipologie

¹⁰⁹ World Bank Group, 2018.

¹¹⁰ Airbnb, 2020.

¹¹¹ C&C, 2023.

abitative permanenti o temporanee, hanno come durata massima contrattuale un periodo di 30 giorni.¹¹² Come esplicito all'interno della Tabella 2, l'Italia nel 2018 costituiva il secondo mercato europeo sotto numerosi indicatori: preceduto solamente dalla Francia, l'Italia si colloca al secondo posto per il numero di proprietà attive superiori alle 615.000 unità sull'intero territorio nazionale, a fronte delle oltre 905.000 francesi; si evince un risultato analogo per il totale di giorni prenotati (oltre 31 milioni in Italia), il numero di host attivi (310.000) e i ricavi generati. Tuttavia, vi è un dato particolarmente rappresentativo nell'esprimere il tema dell'abitare momentaneo, ovvero il tasso di occupazione delle proprietà. Secondo questa prospettiva l'Italia si colloca al quartultimo posto con un valore di occupazione pari al 22,9% durante il 2018, dato leggermente minore rispetto alla media europea (29,5%) e sensibilmente inferiore rispetto all'Olanda, Paese con il tasso di occupazione maggiore (43,7%).

Paese	Proprietà attive (migliaia)	Ricavi (US \$ milioni)	Prenotazioni (milioni)	Giorni prenotati (milioni)	Host attivi (migliaia)	Tasso di occupazione
Francia	905,5	5,283	11,8	44,8	607,8	29,30%
Italia	615,1	3,804	8,9	31,2	310,1	22,90%
Spagna	522,2	3,635	7,3	28,4	250,3	27,80%
Regno Unito	440,4	3,609	8	25,8	244,7	36,20%
Germania	298,8	1,263	4	15	201	32,70%
Russia	178,9	293	1,4	4,6	105,3	13,70%
Croazia	138,1	754	1,7	6,5	41,9	22,70%
Grecia	134,3	836	1,6	6,1	69,6	22,10%
Portogallo	109,3	829	2,2	8,1	50,5	34,50%
Olanda	95,8	759	1,5	5,4	67,5	43,70%
Danimarca	88,7	458	1	4,2	64,3	35,20%
Polonia	59,5	233	1,3	3,6	29	33,40%
Totale	3586,6	4179,594	50,7	183,7	2042	
Valori medi	298,88	348,30	4,23	15,31	170,17	29,52%

Tabella – I principali mercati europei di Airbnb

Fonte: Italy is in the Air(bnb), 2020

¹¹²Distinguiamo ulteriormente la 'locazione breve' dalla 'locazione turistica' poiché quest'ultima, come indicato da art. 1571 de Codice Civile, dispone di una durata massima di affitto di 3 mesi (Agenzia Entrate, 2024).

5. Airbnb

5.1 Storia e offerta della piattaforma

Fra le diverse piattaforme digitali che compongono questo ecosistema, mediato su un piano virtuale, e regolano le forme di abitare momentaneo si prenderà come oggetto di studio Airbnb; a differenza di altre OTA – *Online Travel Agency* – il portale turistico di Airbnb incentra la sua offerta su appartamenti privati, a differenza di altre realtà altamente competitive come Booking, la cui offerta ricettiva propone anche alberghi, ostelli e B&B. Innestatasi sulla scia evolutiva dell'economia della condivisione e simbolo di un "*capitalismo delle piattaforme*" Airbnb rappresenta oggi il principale elemento cui riferirsi quando si considera il mondo immobiliare connesso agli affitti a breve termine (*short term rental*). Tuttavia, la genesi della storia della piattaforma è legata ad una necessità. Come Leigh Gallagher ha espresso all'interno del suo libro, nell'Ottobre del 2007 due laureati disoccupati vivevano all'interno di un appartamento di tre stanze a San Francisco: il bisogno di guadagnare li spinse ad affittare alcuni materassi ad aria, all'interno dello stesso appartamento, in concomitanza di un'importante conferenza di design che si sarebbe tenuta in città. L'attrattiva di San Francisco in concomitanza del grande evento e l'elevata domanda da parte di turisti e lavoratori per posti letto saturarono in breve tempo gli alberghi delle città; i due creatori della piattaforma, Joe Gebbia e Brian Chesky, sulla scia di questo fenomeno, ragionarono sul come potessero produrre un'offerta più strutturata e appetibile finché diedero origine ad un sito web diffusosi con il nome di "*AirBed & Breakfast*". L'offerta proposta sul sito prevedeva tre letti ad aria posti all'interno dell'appartamento per un totale di otto dollari, cui si sommavano servizi aggiuntivi quali una libreria di design. Uno fra i primi sostenitori del progetto dichiarò "*è come Craigslist e Couchsurfing, ma più di classe*".¹¹³ In seguito ai primi riscontri positivi i due designer ridefinirono così il concept del proprio alloggio, ponendo le basi su quanto ideato da realtà esistenti come appunto Couchsurfing, con la particolarità di generare un guadagno reciproco fra ospite (*guest*) e ospitante (*host*), il primo risparmiando e il secondo ricavando del denaro. AirBed&Breakfast, genitore di Airbnb, era nato puntando sul mercato dei convegni, e trattava sia case abitate da gente comune sia case vacanze, nascendo come fenomeno primariamente urbano.¹¹⁴ La presa di consapevolezza da parte dei due designer avvenne

¹¹³ Gallagher L., 2018, p. 14.

¹¹⁴ Davidson N.M. et Infranca J.J., 2016.

nel 2014 quando l'esponenziale crescita, avvenuta nell'arco di pochi mesi, da Febbraio a Dicembre 2014, vide un numero di stanze affittate accresciuto da 300.000 unità fino ad 1 milione.

La struttura della piattaforma si fonda su un diagramma piuttosto lineare quanto intuitivo: i proprietari possono caricare, in modo gratuito, la loro proprietà all'interno del sito, impostando, secondo un calendario, le disponibilità in cui è possibile soggiornarvi. Inoltre, l'annuncio oltre a prevedere informazioni di rilievo primario quali prezzi e linee guida, è corredato solitamente di fotografie e servizi presenti al suo interno, oltre che nelle prossimità geografiche. Dal punto di vista dell'ospite, la procedura risulta essere decisamente più snella: a seguito di un'iscrizione è possibile sfogliare fra un catalogo di abitazioni secondo numerosi filtri che rispecchiano quanto definito dagli ospitanti nei propri annunci. Identificato l'annuncio l'ospite può effettuare la prenotazione in modo immediato, senza dover attendere l'approvazione dell'ospitante o, in alternativa, procedere con una richiesta di prenotazione, rimanendo così in attesa di approvazione prima di poter essere ospitati. L'anello conclusivo di queste azioni avviene al termine del viaggio nella misura in cui sia 'host' che 'guest' hanno la possibilità di lasciare una recensione, elemento livellatore di cruciale rilievo all'interno della piattaforma.

La piattaforma, attualmente, articola la propria offerta in quattro tipologie differenti di alloggio:

- Intero appartamento: mediante lo slogan "*living like a local*", Airbnb ha riconosciuto nell'intero appartamento il principale punto di forza ed elemento cardine dell'offerta presente sulla piattaforma. Questa soluzione, riservata interamente per l'ospite, si compone generalmente di un numero di ambienti minimi quali bagno, cucina e camera da letto ad uso privato.
- Stanza privata: la stanza privata è una soluzione che media fra la necessità di avere a disposizione spazi comuni, in condivisione con l'ospitante o con altri ospiti, pur riservandosi la possibilità di fare affidamento su una camera privata.
- Stanza condivisa: di diversa natura è la camera condivisa, la quale si pone come categoria idonea per soggetti che prediligono un costante contatto con altre persone. All'interno di questa soluzione, dunque, l'ospite non dispone di spazi privati, ma rimane in continuo contatto con altre persone; la mancata privacy tipica di questa tipologia è accompagnata da un costo ridotto per l'affitto.

- Stanza d'hotel: sulla scia delle principali istituzioni edilizie che hanno ampliato il fenomeno del turismo su scala internazionale, le camere d'hotel possono essere di tipo privato o condiviso, e offrono livelli di servizio caratteristici degli alberghi tradizionali.¹¹⁵

Nell'ascesa vertiginosa del mercato degli affitti a breve termine AirBnB si colloca come attore di rilievo: la sua diffusione su larga scala ha consentito a molte persone di monetizzare il proprio appartamento, mettendolo così a rendita e aprendo la porta non solo a nuovi viaggiatori, ma, più in generale, ad un nuovo paradigma del turismo. Sebbene AirBnB sia nata per necessità e con presupposti primari economici, oggi il fenomeno non può che non essere inteso in una dimensione olistica, in cui le ricadute economiche, i disequilibri geografici e urbanistici generati e le dinamiche socio spaziali sono comunemente influenzate dalla piattaforma di affitti brevi e strettamente intrecciate fra loro. All'interno del paragrafo 5.1.1 saranno esposti i punti di forza che hanno sancito il successo della piattaforma di San Francisco nell'epoca contemporanea, rimarcando come essa sia stato in grado di farsi spazio all'interno di un settore, quello turistico, sfruttando strumenti digitali e sposando una logica di mercato di consumo collaborativo.

5.1.1 Le chiavi del successo

Un'innovazione dirompente. Questa è stata la definizione data da Daniel Guttentag per descrivere l'ascesa e il successo di Airbnb.¹¹⁶ La descrizione fornita dal professore inglese nel 2013 ricalca quanto messo a punto da Clayton Christensen, fautore della *"Disruptive Innovation Theory"*, espressa come *"un processo attraverso il quale un prodotto o un servizio si radica inizialmente alla base del mercato di riferimento secondo applicazioni semplici, sino a crescere inesorabilmente all'interno del mercato equiparandosi o, talvolta, rimpiazzando i concorrenti consolidati"*.¹¹⁷ Secondo Guttentag questa definizione rispecchia in modo cristallino il caso di Airbnb, il cui successo è legato essenzialmente a due fattori, *"l'innovativo modello di business basato sulla rete internet e il senso del fascino che genera per i turisti"*.¹¹⁸

Diverse prospettive di studiosi e giornalisti seguono la stessa linea d'onda evidenziata da Guttentag, per cui il successo di Airbnb si possa ricondurre a due ragioni principali: la prima di natura economica poiché, come già indicato, Airbnb offre a chiunque la possibilità di generare un reddito con le proprie case e una migliore accessibilità alle destinazioni di viaggio da parte degli ospiti. La

¹¹⁵ AirBnB, 2024.

¹¹⁶ Guttentag D., 2015, p. 1194.

¹¹⁷ Christensen C., 2024.

¹¹⁸ Guttentag D., 2013, p.2.

seconda afferisce ad una sfera percettiva ed esperienziale dato che Airbnb si propone di mettere a disposizione degli ospiti un modello di viaggio distinto e caratterizzato da un'autenticità profonda.¹¹⁹

Nonostante possa sembrare una cosa ovvia, il mercato basato sulla rete Internet è ciò che ha principalmente contribuito alla creazione, sviluppo e diffusione di Airbnb a livello globale. Il concetto del viaggio e dell'esperienza turistica non è affatto una novità, l'umanità ha da sempre affrontato e ricercato viaggi che incontrassero delle tappe, lungo le quali sostare e soggiornare. La primaria differenza è che Airbnb ha traslato questa logica su un piano virtuale, e tramite un'infrastruttura digitale ha consentito la pianificazione di un viaggio in cui ospitanti e ospiti sono posti sul medesimo piano di interazione, a differenza di quanto accade nel settore ricettivo tradizionale.

In ultima analisi, il successo ottenuto da Airbnb può essere analizzato secondo una duplice prospettiva: la prima indaga il contesto economico in cui la piattaforma è emersa, come indicato all'interno del paragrafo 2.2, mentre la seconda è relativa al contesto sociale e culturale con cui si è rapportata. Indagare la realtà dello status quo, in cui Airbnb ha fatto il suo ingresso, è utile per una migliore comprensione di come il modello turistico tradizionale si sia evoluto, con conseguenti ricadute all'interno della comunità unitamente al consumo di alcuni luoghi.

5.1.2 Airbnb: riscoperta e mutamento dei valori

Il mito del viaggio e della scoperta di nuovi territori caratterizzanti la memoria storica di molti Stati hanno conosciuto diverse ragioni turistiche e motivi che spingevano le popolazioni a viaggiare, fra cui vi sono quelle ricreative ed esplorative; la costante, nonché prerogativa, all'interno di questi viaggi, era dettata dal bisogno di trovare uno spazio in cui pernottare, individuata a seconda dei periodi storici in una fattoria, in una casa o in un hotel. In linea con tale evoluzione, l'approccio definito da Airbnb non può essere ascritto in un atto di innovazione radicale: secondo la prospettiva di Botsman e Rogers, *"Airbnb non è granché differente da quell'esperienza. È un'idea vecchia, replicata e riproposta in nuove modalità in modo rilevante tramite reti peer to peer e sfruttando le nuove tecnologie"*.¹²⁰ L'analogia con un'epoca passata è resa possibile da una rete di utenti più ampia che ha sostituito l'incontro faccia a faccia con una relazione instaurata su un piano digitale, senza alcuna restrizione

¹¹⁹ Gallagher L., 2018.

¹²⁰ Botsman R. et Rogers R., 2010, p. 9.

geografica. *“La tecnologia sta reinventando vecchie forme di fiducia”*, aggiungono Botsman e Rogers.¹²¹ La volontà di creare rapporti di fiducia, instaurando una comunità i cui valori condivisi collimano con un senso di familiarità e vicinanza, in un’ambiente trasparente, è portata avanti tramite uno strumento cruciale per Airbnb, le recensioni. Lo strumento è essenziale per descrivere la visione del progetto portato avanti all’interno della piattaforma. A tal merito, Joe Gebbia, cofondatore con Brian Chesky della piattaforma, ragionando sull’importanza di connettere la rendita economica con l’importanza dei legami umani si pose una domanda tanto lineare quanto complicata, *“come si può pianificare la fiducia?”*.¹²² Se da un lato gli *host* sono stati inizialmente frenati da uno stato di incertezza e preoccupazione, la prima volta che hanno aperto le proprie porte di casa ai turisti, in contrapposizione, quest’ultimi si sono fatti carico di una responsabilità intima e vitale per un individuo, la casa. Tuttavia, la percezione degli *host* è mossa, secondo Gebbia, dal bias cognitivo *“stranger = danger”* quale condizione dell’esistenza umana, secondo cui si tende a riporre la fiducia nei soggetti quanto più simili a noi; e quanto più sono diversi e distanti da quelli che sono i nostri valori, i nostri ideali e le nostre preferenze, tanto più il grado di scetticismo si incrementa volgendo verso una minore propensione all’apertura e all’instaurazione di rapporti di fiducia. In questo gioco di interazioni e aspettative, *“la pianificazione di un’eccellente sistema di reputazione permette di creare un legame di fiducia”*, ed Airbnb è il luogo virtuale su cui queste radici si instaurano e si consolidano.¹²³ È dunque un richiamo al paradigma individuato da Tonnies nella *comunità di vicinato*, come espresso nel paragrafo 2.1, l’aspirazione ideale di Airbnb? Verrebbe da chiedersi in che termini effettivamente il sistema di recensioni possa contribuire ad una forma di comunità svuotata dall’artificialità dei legami umani e dei rapporti utilitaristici di cui si avvale la società contemporanea. Non è di questa natura la visione portata da Saran Gainsforth, la quale, distaccandosi dall’ideologia di una comunità che pone al centro legami di fiducia, sostiene come in realtà, nel mondo contemporaneo, la fiducia fra gli esseri umani sia fortemente condizionata dai livelli di ineguaglianza dei redditi: è per questa ragione che nelle nazioni e negli Stati Uniti d’America, dove i differenziali di reddito risultano maggiori, il grado di fiducia fra le popolazioni tende ad essere più basso, viceversa ad alti livelli di fiducia sono associati bassi livelli di diseguaglianza.¹²⁴ Tornando al sistema delle recensioni, è di immediato impatto il potere che questo strumento genera e pone in mano agli utenti della piattaforma: la facilitazione nella scelta dell’appartamento, o della stanza, è strettamente connessa

¹²¹ Ibidem, 2010, p. 9.

¹²² Gebbia J., 2016, https://www.ted.com/talks/joe_gebbia_how_airbnb_designs_for_trust?subtitle=en.

¹²³ Ibidem, 2016.

¹²⁴ Gainsforth S., 2019.

ad una scala di giudizi qualitativi espressi tramite il simbolo della stella, in analogia alla classificazione degli edifici alberghieri. La scala qualitativa varia da 1 a 5 stelle, che certificano in ordine crescente una valutazione complessiva tramite la quale l'ospite può esprimere un giudizio in rapporto all'esperienza di soggiorno. Il sistema delle recensioni è strutturato in modo tale da consentire un feedback anche in rapporto ad una specifica categoria, o accompagnando il giudizio tramite un commento scritto, limitato a 1000 caratteri.

Ciononostante, vi è uno scenario in cui la pianificazione del sistema delle recensioni tende ad "occultare" la valutazione degli ospiti: come suggerito da Asher Fergusson, a seguito di una ricerca empirica volta ad indagare la sicurezza di Airbnb, *"le persone che interrompono un soggiorno in anticipo o cancellano prima del check-in non possono scrivere recensioni. Ciò significa che nessuna delle persone che ha avuto un'esperienza negativa con Airbnb negli ultimi nove anni (da quando è nato Airbnb) è stata in grado di scrivere una recensione"*.¹²⁵ Tale pianificazione e presa di posizione scaturisce senz'altro un dibattito sul grado di democraticità dei giudizi, ancorché sull'attendibilità del sistema di valutazione. Il tutto risulta ancor più amplificato se si considera che il mercato globale di affitti a breve termine sta acquisendo sempre più popolarità fra le soluzioni ricettive. La diffusione di Airbnb tende a combaciare con l'incremento della massa critica¹²⁶, fenomeno per cui sempre più persone, *host*, possono essere persuase dal convertire i propri alloggi da contratti di locazione tradizionali ad affitti a breve termine. Fra i principali fattori che, secondo Botsman e Rogers (2010), premono sul cambiamento di rotta degli individui, il potenziale inutilizzato dei beni, espressione della capacità di inattività, (precedentemente menzionato all'interno del paragrafo 3), ma anche la fiducia nei beni comuni. Tale filosofia, introdotta da Elinor Ostrom (1990), mirava a rendere sostenibile a lungo termine i *commons*, risorse comuni e condivise all'interno della comunità che implicavano alle persone un necessario coordinamento e auto organizzazione, sfruttando una risorsa condivisa, generando un valore aggiunto e, contestualmente, instaurando comunità coese. Di pari modo Botsman e Rogers (ibid.) sostengono che tramite le architetture di rete e la connessione digitale su scala globale sia possibile creare una significativa cultura di socializzazione online che incoraggi le persone a condividere, avvalendosi delle opportunità che tale azione è in grado di scaturire.

¹²⁵ Fergusson A., 2017, p. 7.

¹²⁶ La "massa critica" è un termine sociologico "utilizzato per descrivere l'esistenza di uno slancio sufficiente all'interno di un sistema tale da rendere il sistema stesso autosufficiente". Botsman R. et Rogers R., 2010, p. 9.

Citandoli, *"attraverso le nostre esperienze digitali, stiamo riconoscendo che fornendo valore alla comunità, consentiamo al nostro valore sociale di espandersi in cambio"*.¹²⁷

Questo è quanto si propone di instaurare Airbnb, dove più alto è il numero di persone che sfruttano l'infrastruttura, maggiore è il grado di partecipazione sulla piattaforma, più è possibile innescare un circolo iterativo in grado di generare valore per le persone e la comunità, oltre che implementando il sistema stesso. A conferma di ciò, la volontà della piattaforma di introdurre camere private e camere condivise, in alternativa agli appartamenti privati, rimarca i vantaggi e i contributi che la partecipazione e la condivisione sono in grado di apportare, specialmente a livello economico e sociale, ma anche ambientale. È quanto suggerito da Zvolska (2015), secondo cui le soluzioni di alloggio condiviso sono una risorsa meno elitaria e più sostenibile rispetto a quanto attiene al settore di alloggi più tradizionale. In aggiunta, Airbnb, in quanto inserita in un mercato di piattaforme che attingono ad un'economia della condivisione, è in grado di creare nuove opportunità economiche poiché le persone possono capitalizzare il potenziale scarsamente utilizzato dei beni. Ciò si potrebbe tradurre in una significativa riduzione dei consumi poiché, mentre i beni poco utilizzati sono condivisi, la produzione dei nuovi viene minimizzata.¹²⁸

5.1.3 Airbnb e l'alba di un nuovo turismo

L'ingresso di Airbnb nel settore dell'ospitalità ne ha scardinato le regole, sovvertendo uno schema in cui le città e gli alberghi erano i principali soggetti interessati dalle politiche del turismo nonché dai viaggiatori stessi. Airbnb è riuscita a colpire nel segno questo rapporto e innescare con il tempo nuove modalità di viaggiare e di accedere ai luoghi da visitare. *"Se avessi chiesto alle persone cosa volevano, mi avrebbero detto un hotel più economico. Ma un hotel più economico non risolveva il problema. Il problema era che volevano sentire che appartenevano alla città in cui si trovavano"*, ha raccontato Brian Chesky.¹²⁹ Per sintetizzare questa visione Airbnb si è avvalsa in seguito di una delle pubblicità più iconiche che rispecchiano a pieno la visione idealista della piattaforma di viaggi: *"immaginiamo un mondo in cui le persone possano sentirsi a casa ovunque"*, che tradotto in due semplici ma impattanti termini risulta come *"belong anywhere"*. Lo slogan suscita per gli utenti la sensazione del viaggio come un'esperienza unica, dove il desiderio di autenticità è reificato dal soggiornare in quartieri che si allontanano dalle zone turistiche residenziali. Questo consente di immergersi all'interno di una

¹²⁷ Ibidem, 2010, p. 78.

¹²⁸ Zvolska L., 2015.

¹²⁹ Chesky B., 2023, <https://forbes.it/2023/11/24/airbnb-prepara-laggiornamento-piu-grande-di-tutti-i-tempi/>.

dimensione locale, espressione reale degli stili di vita e delle abitudini di consumo della popolazione residente viaggiando “fuori dalle solite rotte”. Questo trend turistico, alla ricerca del nuovo e dell'autentico, è stato oggetto di numerosi studi, che hanno indagato le caratteristiche, specialmente in ambienti urbani, ed è divenuto noto come “Nuovo Turismo Urbano” (*New Urban Tourism*).¹³⁰ Come indicato nei paragrafi 1.2.3 e 2.1, il turismo urbano sta mutando la propria forma, è un turismo che non si basa più meramente sulle risorse tangibili, e i nuovi attributi che emergono abbracciano una dimensione intangibile inerente gli stili di vita, le esperienze e le percezioni evocate dagli ambienti urbani. Maitland descrive tale approccio emergente in un “essere” piuttosto che nel “fare”.¹³¹

In linea con la visione di Chesky, legata al mutamento di scelta degli individui verso modalità di soggiorno moderne, vi è una ricerca empirica sviluppata da Stors e Kagermeier (2015) nella città di Berlino, il cui obiettivo mirava ad indagare quali fossero le ragioni per cui le persone prediligessero dormire all'interno di abitazioni gestite da estranei e non in canonici alberghi. La metodologia di analisi utilizzata dai due ricercatori si basava su un'indagine sociologica mediante lo strumento dei questionari, sottoposti ad *host* e ospiti. Le motivazioni emerse sono essenzialmente due: in primo luogo, la dimensione economica e, secondariamente, le aspettative dei visitatori connesse alla destinazione e alle esperienze che questa era in grado di offrire. Entrare in diretto contatto con l'*host*, in quanto espressione di una popolazione locale, ottenendo dunque informazioni privilegiate inerenti attività, servizi offerti, realtà gastronomiche locali, o più in generale, sulla storia del quartiere, rappresenta un criterio rilevante tanto quanto la dimensione economica.¹³² Per tale ragione, l'*host* diventa un punto di riferimento per i turisti nelle vesti di guida turistica, oltre che di soggetto ospitante, i cui consigli su luoghi ed eventi diventano quasi elementi ordinatori del viaggio. Tuttavia, il solo legame fra ospite e ospitante non è sufficiente a decretare la qualità di un'esperienza locale, poiché l'ambiente urbano in questo senso gioca un ruolo fondamentale. A tal proposito, Maitland (ibid.) fornisce l'esempio di due quartieri non turistici nella città di Londra, in cui emergono tre punti salienti riguardanti la vita quotidiana e l'esperienza turistica creativa. Il primo è legato al senso del luogo, dove il paesaggio urbano è unico e tale da risultare distintivo e accattivanti; il senso del luogo ricalca il concetto di ‘*townscape*’ ovvero l'accostamento della città nelle sue parti materiali con la sua immagine, ricavata e prodotta a seguito dell'esperienza di quegli spazi urbani che vengono percepiti e introiettati dapprima come singoli elementi e poi nella loro totalità, come

¹³⁰ Fuller H. et Michel B., 2014.

¹³¹ Maitland R., 2010.

¹³² Stors N. et Kagermeier A., 2015.

suggeriscono Lynch e Cullen.¹³³ Il secondo riguarda l'assenza di edifici iconici o narrazioni storiche e culturali forti; infatti, l'autenticità risiede nell'eterogeneità del luogo. Il terzo aspetto, invece, è la nozione di "vera Londra", una versione distorta e non reale, perché la vera Londra si trova nelle zone interne e nei sobborghi della città, in quelle aree dove si scorge, ed è testimoniata, la vita quotidiana della popolazione locale in contrapposizione al mantra turistico che impone la visita di specifici luoghi. Secondo Maitland quest'ultimo tipo di Londra è una città idealizzata in cui il nuovo turismo costruisce un'esperienza accattivante.¹³⁴ Le strategie di marketing sviluppate da Airbnb negli ultimi anni hanno colto nel segno questa visione e hanno ulteriormente migliorato il nuovo trend turistico distaccandosi dalle rotte primarie con l'intento di far emergere l'immagine più identitaria e caratteristica del luogo. Ad esempio, nel 2012, Airbnb ha lanciato una nuova funzionalità sul sito web chiamata "quartiere": si tratta di una serie di guide "interne" definite come un nuovo modo per i viaggiatori di scoprire esperienze ricche e uniche a livello iperlocale. Le guide coinvolgono oltre 300 quartieri delle più grandi città globali, fra cui New York, Parigi, Londra e così via. Ogni quartiere mostra una serie di tag di parole accattivanti, identificando l'anima del luogo, e una mappa per individuare le attività locali come caffè, ristoranti e lounge. L'elemento interessante qui è il contenuto visivo della guida, in cui le immagini di solito rappresentano la vita quotidiana delle persone così come un ambiente urbano eterogeneo. L'ideale del locale ha compiuto un ulteriore passo evolutivo nel 2016, anno in cui Airbnb ha lanciato un'altra funzionalità chiamata "Esperienze" ("*Trips*"), che forniscono attività su misura ed esperienze per i turisti, organizzate da *host*, insistendo sulla retorica di un vivere locale con lo slogan "*Don't just go there. Live there*" che sancisce il vivere il luogo, e non semplicemente recarsi. In aggiunta alle "esperienze", l'azienda ha ampliato la propria offerta tramite un servizio chiamato "luoghi" ("*places*"), che dà la possibilità di prenotare ristoranti attraverso accordi di *revenue-sharing* e partnership con altre aziende. Queste due iniziative hanno sancito uno stadio evolutivo cruciale nella vita di Airbnb e per tutti gli *host* e i viaggiatori che se ne servono: di fatto, la piattaforma ha integrato una pluralità di servizi tali per cui non ci si può più riferire ad essa in un'accezione univocamente immobiliare, ma occorre considerarla come un'entità che multidimensionale che eccede il singolo atto di affitto della proprietà. Ancor di più con tali iniziative si sottolinea la possibilità conferita agli *host* di far percepire agli ospiti lo spirito della comunità locale. L'impedimento connesso all'incontro di nuove culture, differenti radici storiche e lingue,

¹³³ Cullen G., 1961; Lynch K., 1960.

¹³⁴ Maitland R., 2010.

nonché stili di vita, ancorché la limitazione dovuta alla posizione geografica, risulta svanire dinanzi a tali servizi accessibili da propri dispositivi elettronici personali come un telefono o un pc.

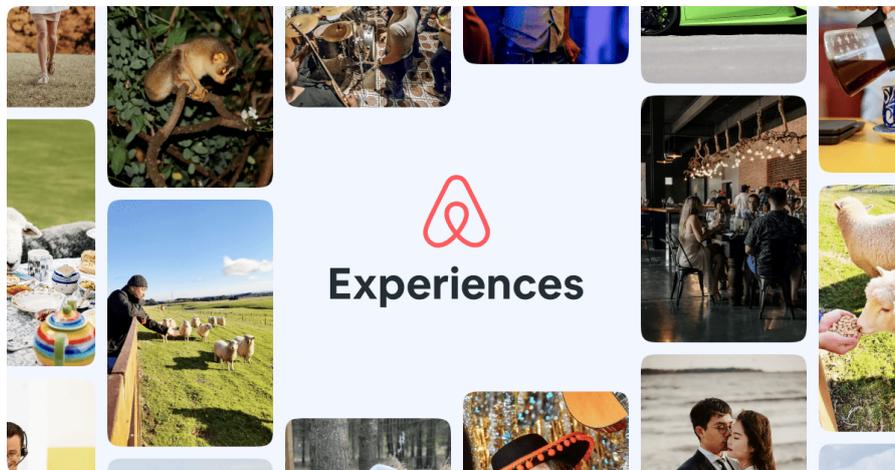


Figura 5 - Airbnb Experiences
Fonte: DPGO.com

Dunque gli effetti di tali iniziative non si limitano solo alla sfera dei consumatori, i quali con una esagerata velocità e facilità di accesso possono organizzare i propri viaggi entrando in contatto con la popolazione locale; dall'altro lato della medaglia, Airbnb Experience costituisce agli occhi degli *host* un importante elemento di innovazione e di microimprenditorialità, secondo cui il consumatore è maggiormente stimolato a fornire un prodotto autentico, richiamando il concetto di colui che è consumatore e produttore contemporaneamente, il *prosumer*. Tale innovazione ben si addice alla descrizione di Sarah Gainsforth, secondo la quale *"la forte interdipendenza fra offerta e domanda, la retorica della microimprenditorialità, del potere democratico e redistributivo della rete ridefinisce gli utenti come "liberi imprenditori di sé stessi"*.¹³⁵

Un ulteriore determinante per il nuovo turismo urbano è dato dalla sempre più estrema ricerca di eccentricità riconoscibile dalla presenza di alloggi unici sulla piattaforma: tale varietà di offerta può essere considerata un driver per attrarre sempre più visitatori, cosa assente nel tradizionale mercato turistico.¹³⁶ Come afferma Gallagher, *"Airbnb era diventato una cosa. Potevi affittare la casa di qualcuno per una notte, ma le persone avevano anche iniziato a caricare spazi più eccentrici: una casa sull'albero, una casa galleggiante, un castello, o un tipi"*, (abitazione conica emblematica delle popolazioni indiane nel Nord America).¹³⁷

¹³⁵ Gainsforth S., 2019, p. 41.

¹³⁶ Amaro S. et al., 2018.

¹³⁷ Gallagher L., 2018, p. 6.



*Figura 6 - Tipi indiano
Fonte: Zeltwelt.ch*



*Figura 7 - Casa sull'albero – Firenze
Fonte: Airbnb*

In ultima analisi, la forma più recente di innovazione che Airbnb ha introdotto trae le sue radici dalle precedenti “Esperienze”, sfruttando l’immensa potenzialità di un campo largo instauratosi grazie a una rete internet oramai consolidata e una comunità sempre più numerosa ed estesa in ogni angolo del pianeta. Era il 9 Aprile 2020 quando, durante gli esordi della pandemia da COVID 19, Airbnb ha inaugurato le proprie “Esperienze Online” con la volontà di non intaccare i legami che avevano coinvolto la comunità della piattaforma e garantire la possibilità di immergersi in attività nuove. Il tematismo ricorrente è sempre il medesimo, proporre nuovi modelli di business, nelle vesti di nuove

attività, per mettere a disposizione dei turisti un'esperienza di viaggio, pur rimanendo in casa e vivendola su un piano interdigitale. Cathrine Powell, direttrice e rappresentante delle "Esperienze Airbnb" sosteneva come lo strumento fosse un valido antidoto per contrastare la segregazione fisica in atto che portava le persone ad un distanziamento fisico, sgretolando la dimensione sociale dell'individuo. Le esperienze erano dunque un luogo per incontrarsi, oltre che un mezzo di guadagno. *"I rapporti umani sono al centro di ciò che facciamo. Con un numero così alto di persone chiuse in casa per proteggere la propria salute e quella degli altri, vogliamo offrire la possibilità agli host di connettersi con la community di tutto il mondo nell'unico modo possibile in questo momento, online"*.¹³⁸

5.2 Impatto Airbnb sulle città

Nel paragrafo 3.3 si è affrontata l'importanza del settore turistico quale importante risorsa economica per i luoghi e quanto esso sia divenuto un tema di rilievo all'interno delle politiche economiche e sociali di molti Paesi europei e non solo. Tuttavia, la retorica della crescita economica continua e degli innumerevoli benefici che il turismo è in grado di generare ha mostrato alcune lacune e punti instabili, specialmente quando si fa riferimento alle nuove piattaforme di affitti brevi che sono approdate nelle città. Tornando ad Airbnb si sono verificati diversi episodi che andavano in contrasto con quanto illustrato in precedenza: *"Lo striscione appeso da un balcone al terzo piano, srotolatosi quasi fino alle pietre della piazza. Barcelona no está en venta, leggeva, in grandi lettere dipinte a mano: la città non è in vendita."* L'eloquente striscione, riportato nell'articolo di Gaby Hinsliff (2018), *"Airbnb e la cosiddetta economia della condivisione stanno svuotando le nostre città"*¹³⁹, sintetizza in modo piuttosto emblematico la conflittualità e le problematiche che il colosso di affitti brevi ha indotto negli ambienti urbani in termini economici e sociali. Nei seguenti paragrafi saranno illustrati più nel dettaglio tali impatti, sintetizzandone i vantaggi e gli svantaggi di Airbnb su due distinte categorie: economica e socio-spaziale.

5.2.1 Impatto economico

*"In un'epoca in cui il mercato immobiliare globale vale 217 bilioni di dollari e costituisce il 60% del patrimonio mondiale, la stragrande maggioranza di questa ricchezza – circa il 75% - è rappresentata dalle abitazioni."*¹⁴⁰

I crescenti investimenti all'interno del settore immobiliare, la finanziarizzazione della casa sono state

¹³⁸ AirBnB, 2020.

¹³⁹ <https://www.theguardian.com/commentisfree/2018/aug/31/airbnb-sharing-economy-cities-barcelona-inequality-locals>.

¹⁴⁰ Farha L., 2017, p. 116.

due molle dalle quali la corsa di Airbnb ha saputo trarre una spinta significativa. L'impatto economico di cui Airbnb si ritiene responsabile, varia a seconda delle località su scala globale, ed è spesso riassunto in rapporti redatti per mettere in risalto i numerosi vantaggi posti in essere dalla piattaforma. Secondo il primo Rapporto sull'Impatto Economico, condotto nel 2012 nella città di San Francisco, Airbnb ha avuto ricadute per oltre \$56 milioni sulla spesa locale, ripartiti in poco più di \$12 milioni per gli host e la quota parte rimanente – oltre \$43 milioni – si riferisce ad una spesa a beneficio delle imprese di San Francisco. Questi dati costituiscono un vero e proprio fattore all'interno della città californiana scontrandosi con il contraltare dell'offerta ricettiva a breve termine, riconosciuto a San Francisco nel settore alberghiero. Nello stesso anno, gli hotel registrati erano pari a 215, per un totale di 33.642 stanze, occupate per oltre l'80% delle notti disponibili. Le ricadute economiche generate dall'indotto alberghiero hanno superato i \$6,6 miliardi nell'intera San Francisco, rappresentando il 5% dell'attività economica della città. I turisti che soggiornano all'interno di queste strutture ricettive hanno contribuito alla spesa locale per oltre \$3 miliardi, spendendo mediamente \$240 dollari pro capite.¹⁴¹ Ritornando sull'impatto economico di Airbnb, il rapporto evidenzia come il 56% degli *host* presenti sulla piattaforma utilizzi la rendita come fonte di entrata per contribuire al pagamento dell'affitto o del mutuo.¹⁴² Appena tre anni più tardi si sono riconosciuti i medesimi effetti, in termini di impatto economico, all'interno degli Stati del continente europeo: nel 2016 la panoramica della piattaforma di condivisione di case ha generato, sul suolo italiano, un impatto economico complessivo di €3,4 miliardi, cui sono corrisposti un totale di 3,6 milioni di viaggiatori negli ultimi 12 mesi. Non solo, l'impatto economico ha coinvolto e supportato oltre 98.400 posti di lavoro locali: secondo le stime, infatti, se da un lato il guadagno annuale per *host* si attestava intorno ai €2300, gli ospiti hanno contribuito all'economia nazionale con un totale di €2,13 miliardi spesi in attività commerciali, ripartiti come indicato in figura 8.¹⁴³ In linea generale, i rapporti evidenziano un impatto positivo di Airbnb ad appannaggio delle comunità locali, specialmente per l'indotto turistico, considerando i posti di lavoro generati da tali flussi. Più nel dettaglio, i benefici possono essere circoscritti all'interno di specifiche geometrie cittadine: sempre secondo il rapporto sull'impatto economico elaborato da Airbnb in Italia, in *Figura 8*, il viaggiatore medio spende il 38% del proprio budget presso le imprese locali del quartiere in cui soggiorna. Tuttavia, la mancanza di ulteriori dati nel contesto italiano, funzionali alla comprensione del

¹⁴¹ Bay Area Council Economic Institute, 2013.

¹⁴² Geron T., 2012.

¹⁴³ AirBnB, 2016.

fenomeno per indagarne gli impatti, porta a descrivere la realtà da una singola prospettiva, ovvero quella dell'azienda californiana, limitando fortemente una totale comprensione delle dinamiche a causa di una impossibilità di confronti con altre fonti.



Figura 8 - Ripartizione media di spesa degli ospiti in Italia – 2016
Fonte: Airbnb

Come nel caso di San Francisco, anche nello scenario italiano il ricavato dell'affitto costituisce una fonte di reddito da tenere in considerazione per l'economia delle famiglie proprietarie. L'affitto implicito, ovvero la misura del costo/opportunità di possedere invece che abitare un'abitazione, è una componente non trascurabile del reddito. Secondo stime fornite dalla Banca d'Italia incide mediamente per un 20%.¹⁴⁴

Ma se da un lato l'ingresso nel mercato turistico di Airbnb ha scaturito un circolo virtuoso capace di ravvivare l'economia e l'attrattiva di alcuni quartieri, allo stesso modo la sempre più netta concorrenza con l'industria alberghiera ha generato delle criticità per quest'ultima. L'ampliamento dell'offerta ha inasprito sensibilmente il meccanismo di competizione fra queste tipologie di strutture ricettive: di fatto, nelle circostanze in cui la domanda di camere risulta essere elevata, come in specifiche aree urbane, si pensi ai centri città, o durante grandi eventi e manifestazioni, a fronte di un'offerta determinata di camere, l'industria alberghiera tende ad essere più florida poiché i turisti si trovano nelle condizioni di dover pagare una cifra superiore. La competizione si intensifica nella misura in cui Airbnb diventa un vero e proprio *player* all'interno del mercato, ampliando il catalogo dell'offerta. È proprio sotto queste due prospettive che Airbnb ha mutato le regole del gioco, ampliando l'offerta a macchia d'olio all'interno dei centri storici, nei quartieri contermini nonché in

¹⁴⁴ Banca d'Italia, 2009, p.76.

specifici contesti insediativi, e offrendo prezzi più competitivi e inferiori. Di conseguenza, l'utilizzo delle strutture alberghiere ha subito un contraccolpo, specialmente in termini di ricavi, non solo in Italia ma in molte città europee e degli Stati Uniti d'America. Lo sottolinea Dina Gerdeman (2018) quando nel descrivere l'offerta turistica durante un periodo di elevata domanda, gli esercizi ricettivi alberghieri hanno dovuto rivoluzionare la capacità alberghiera in rapporto alla domanda stessa. *“In quei giorni, i prezzi delle camere degli hotel sono stati influenzati in modo relativamente maggiore rispetto ai tassi di occupazione, il che significa che un hotel in una di queste città potrebbe essere ancora prenotato interamente durante un periodo di picco, ma la concorrenza portata da Airbnb potrebbe aver costretto l'hotel ad abbassare i prezzi per quelle camere”*.¹⁴⁵ Ciò che emerge dall'articolo è la problematicità connessa ai costi di investimento fissi degli hotel e il ridotto grado di flessibilità cui sono sottoposti, poiché gli edifici tradizionali non sono in grado di mutare in modo immediato la capacità per sopperire all'aumento di domanda e soddisfarla. Dunque, se in un senso l'espansione della capacità risulta impraticabile e alquanto onerosa, per la costruzione di nuove camere, al contempo l'aggiunta di un posto letto in un appartamento affittato su Airbnb è una pratica decisamente più semplice, con un grado minore di limitazioni e una fattibilità in tempi piuttosto brevi.

L'adattabilità e la minor presenza di vincoli fisici e istituzionali sono gli ingredienti che hanno reso Airbnb una realtà fortemente competitiva in un sistema che sembrava aver trovato una sorta di auto-equilibrio bilanciando la domanda in funzione di un'unica tipologia di offerta. In questo senso la sfida avanzata da Airbnb ha posto il settore alberghiero in una posizione di svantaggio: i tentativi avanzati da quest'ultimo per concorrere con il primo non hanno solo natura legale, connessa ad una necessaria regolamentazione da parte dei governi locali, ma anche alle necessarie strategie da adottare per revisionare e rendere maggiormente flessibile il proprio operato, in linea con quanto effettuato dagli affitti a breve termine.

Tornando sull'impatto a scala di città connesso univocamente ad Airbnb e gli affitti a breve termine, si riconoscono numerosi effetti traducibili in esternalità che possono mutare le condizioni di abitare nella sfera urbana e incidere sulla domanda abitativa: considerando esternalità positive, in termini economici si delineerebbe un incremento di valore per le proprietà abitative contermini a quelle adibite ad Airbnb, viceversa, per quelle negative si otterrebbe l'effetto contrario. Tuttavia, l'esternalità positiva può tradursi in un effetto boomerang poiché se da un lato si assiste ad una

¹⁴⁵ Gerdeman D., 2018, <https://www.forbes.com/sites/hbsworkingknowledge/2018/02/27/the-airbnb-effect-cheaper-rooms-for-travelers-less-revenue-for-hotels/>.

produzione di valore per i proprietari di casa, allo stesso modo si ripercuote sui residenti che non possono più permettersi di pagare l'affitto e dunque accedere ad un'abitazione. Per tale motivo, nel considerare gli effetti economici derivanti da tale fenomeno è doveroso e, necessario, indagare cosa avviene sul piano socio spaziale quando la domanda di case per un "abitare permanente" o "temporaneo" si scontra con un abitare mordi e fuggi.

5.2.2 Impatto socio spaziale

Nel paragrafo 3.3 si è introdotto come l'aumentare dei flussi turistici all'interno degli ambienti urbani, culminando talvolta con il fenomeno di *'overtourism'*, possa comportare differenti effetti su quei territori. Dal 1990 i viaggiatori internazionali nel mondo sono sostanzialmente triplicati, raggiungendo 1,3 miliardi nel 2017.¹⁴⁶ In rapporto alle piattaforme digitali di affitti a breve termine, oltre all'evidente impatto economico, si delineano una serie di conseguenze inerenti la sfera sociale in stretto rapporto con lo spazio urbano. La globalizzazione degli affitti brevi e di Airbnb ha creato effetti simili in realtà geografiche alquanto distanti fra loro: esiste un comun denominatore che lega Lisbona, San Francisco, New York, Berlino e molte altre città, fra cui rientrano le principali città italiane. Citando Martinelli (2019), *"c'è un filo rosso che lega le città e intreccia il fenomeno della turistificazione alla questione abitativa, che siamo abituati a leggere come due discorsi diversi e separati"*.¹⁴⁷ Il turismo, passando da un movimento d'élite qual era nel XIX e inizio del XX secolo ad una massificazione di spostamenti sul piano globale, è senz'altro un elemento centrale e riflesso di quanto avvenuto nella seconda metà del XX secolo, di uno sviluppo infrastrutturale aereo e ferroviario come fulcro di investimenti per ciascuna nazione e di città e politiche volte a commercializzare la cultura tramite operazioni di *branding urbano*. In questa logica neoliberista rientrano contemporaneamente la mercificazione della casa, del tempo libero, dell'esperienza e lo spazio, nel suo aspetto fisico e simbolico: tutte queste risorse rientrano nella logica di un 'tesoro' da cui trarre rendita, un 'patrimonio' sfruttato secondo una pratica estrattiva. Emanuela Bove aggiunge: *"a differenti latitudini, la pianificazione strategica fa del turismo uno degli assi centrali dell'identità urbana, al punto da riconfigurare città e territori secondo i criteri e le esigenze dell'industria turistica"*.¹⁴⁸ La svolta neoliberale nella politica urbana implica un differente approccio delle città nell'arena globale: all'interno delle società neoliberali, un ruolo centrale viene attribuito al cittadino, cui viene decentrato il peso della

¹⁴⁶ UNWTO, 2018, p. 12.

¹⁴⁷ Martinelli L., 2019, <https://altreconomia.it/airbnb-citta-merce/>.

¹⁴⁸ Bove E., 2020.

consapevolezza dei propri diritti e responsabilità, nonché dei propri doveri (partecipazione civica, senso di comunità). È la *“solitudine del cittadino globale”* (Baumann, 2000) che, fra le altre cose, ricalca l’aspetto politico del cittadino, intercluso in una bilancia che da un lato pesa l’anima liberale, votata al *laissez faire*, e l’altro versante che aspira ad accentrare il tema della libertà individuale al servizio di una ricerca collettiva del bene comune.¹⁴⁹ In questo secondo aspetto, nei movimenti sociali e di quartiere i cittadini trovano un terreno fertile per contrastare i movimenti turistici sempre più invasivi e dirompenti in campo urbano. Sebbene Airbnb non sia l’unico responsabile della progressiva turistificazione che sta sommergendo alcune città, fra cui Firenze, Venezia, o, in campo europeo, Madrid e Barcellona, è altrettanto vero che ha giocato un ruolo cruciale nel produrre un salto di scala nei processi di gentrificazione. La destinazione d’uso di molte case, sottratte ad una domanda di abitare più stabile e a lungo termine, premiando il turismo di passaggio, ha aggravato l’emergenza abitativa che in molte città ha raggiunto le proporzioni di una crisi umanitaria. Se, come già individuato negli impatti economici, Airbnb può aver prodotto un incremento nei canoni di locazione, ancor prima ha ridotto la dotazione di offerta di case in affitto ordinario, poiché quest’ultimo risulta essere meno remunerativo dell’affitto breve. A New York, primo mercato di affitti in territorio americano, dal 2009 al 2016 i canoni di locazione sono aumentati indicativamente del 25%: quanto emerso dallo studio di Stringer (2018) è che per ogni punto percentuale sul totale di unità residenziali presenti per ciascun quartiere su Airbnb, i canoni di affitto, per il medesimo quartiere, sono incrementati dell’1,58%.¹⁵⁰

Di fatto, l’atterraggio delle piattaforme digitali di affitti brevi genera un impatto che intacca direttamente la comunità locale, fattore identitario e strutturante dei quartieri e della città stessa. Come sottolinea Cocola Gant (2018, p. 3), in rapporto all’impatto di Airbnb su Lisbona, *“la domanda è globale, i flussi sono internazionali, ma l’impatto è locale.”*¹⁵¹ Le dimostrazioni e le manifestazioni di dissenso promosse dalla comunità locale seguono un medesimo spartito che sottolinea due aspetti cruciali: in primo luogo la capacità estrattiva delle piattaforme, tramite le quali si giunge ad un vantaggio economico che viene concentrato nelle mani di pochi; secondariamente, l’amplificarsi di una molla sociale che spinge progressivamente gli abitanti a spostarsi in quartieri diversi, riorganizzando le geografie di un abitare urbano e creando veri e propri quartieri iper densi di

¹⁴⁹ Baumann, 2000. <https://www.fondazione sancarlo.it/recensione/la-solitudine-del-cittadino-globale/>.

¹⁵⁰ Scott M. Stringer, 2018. Il dato è calcolato sulla base di dati fornita da AirDNA, spazializzati in seguito a livello di quartiere. Questi ultimi sono stati definiti dal Census Bureau Public Use Microdata Area (PUMA), e contenevano almeno 100.000 persone.

¹⁵¹ Cocola-Gant A, 2018, p. 3.

immobili destinati ad affitti brevi. Cocola Gant, aggiunge: *“questo modello di marketing turistico concentra i profitti nelle mani di pochi operatori privati, principalmente le compagnie aeree, tour operator e proprietari di immobili... tutti gli altri sono esclusi. Quella che inizialmente poteva sembrare un’opportunità per la città si sta rivelando una dimensione drammatica. Il turismo sta rendendo Lisbona invivibile per la maggioranza di persone che vi abita”*.¹⁵²



*Figura 9 - Barrio del Carme, Valencia, 2019
Fonte: Critica Urbana, foto di D. Longobardi*

Airbnb riprende il tema della *gentrification*, di cui si sono affrontate le logiche di sviluppo al paragrafo 3.3, elevandolo ad una sua dimensione digitale. Ricalca quelle geografie urbane che sono ultimamente oggetto di interesse di capitali finanziari, di cospicui flussi turistici che amplificano la dimensione commerciale della città e la sua percezione in quanto merce. Senz’altro non è corretto considerare Airbnb come epicentro del fenomeno di gentrificazione, date le sue origini risalenti agli anni Sessanta, ciononostante è evidente come il suo impatto abbia acuito significativamente gli effetti propri del processo di gentrificazione. La studiosa Cocola Gant ha indagato il tema della gentrificazione a Barcellona, sostenendo come il turismo di massa fosse sì responsabile dell’ultima ondata di gentrificazione nel quartiere Gotico di Barcellona, ma il fenomeno era già in atto al termine degli anni ’80 con la sostituzione della popolazione anziana residente e lavoratori manuali ad appannaggio di una fascia di popolazione più giovane e istruita. Inoltre, ad intensificare maggiormente la portata del fenomeno, vi è il fatto che tale sostituzione avviene in un quartiere

¹⁵² Ibidem, 2018;

soggetto ad importanti flussi turistici, inasprendo i dissensi della popolazione locale.¹⁵³ In questa circostanza la gentrificazione turistica altera ulteriormente gli equilibri urbani. Se da un lato la gentrificazione “tradizionale” verte su una sostituzione di natura locale, coinvolgendo la classe lavoratrice e la classe media, adesso gli stessi residenti lasciano spazio ad una popolazione momentanea e fluttuante, come visitatori nelle vesti di residenti a breve termine e gentrificatori transnazionali che sono appunto mobili e temporanei.¹⁵⁴ È questo lo scenario che sta investendo molti quartieri, considerati come una risorsa da consumare in senso lato, un parco attrattivo destinato al godimento del turista, e marginalizzando quella che è l’essenza di autenticità, tanto menzionata da Airbnb quanto effettivamente fragile e secondaria. Di fatto, per un abitante locale, la vita di un quartiere votato al consumo turistico diviene sempre più stressante e scomoda; al contempo, la città va incontro ad uno spopolamento di residenti “a lungo termine” o “permanententi”, i cui vuoti sono talvolta colmati dai turisti temporanei in un ciclo alternato o, per l’appunto, tendono a non essere occupati. Le città d’arte italiane come Roma, Firenze, Venezia, particolarmente interessate dall’industria del turismo, si trovano da un lato a dover fronteggiare le difficoltà abitative in cui versano alcuni abitanti, in termini di qualità della vita e, dall’altro, a dover tutelare il proprio patrimonio di beni culturali in quanto perno dell’economia, ma anche custode di valori e memoria storica. Citando l’indagine condotta da Celata (2019) nel Comune di Roma si sono registrati nel 2019 oltre 30000 annunci tra singole stanze o interi appartamenti, con un numero totale di posti letto (116.000) notevolmente superiore rispetto a quelli disponibili negli oltre 1000 alberghi della capitale.¹⁵⁵ La metà degli annunci ha sede all’interno del Municipio I, dove ha sede anche il quartiere Trastevere, un’area urbana fortemente soggetta a flussi turistici; il mutamento della componente sociale nel quartiere avvenne già all’inizio del secondo dopoguerra quando, similmente a quanto accaduto a Londra e New York, vi fu un processo di spopolamento in cui molti trasteverini di ceto popolare furono sfrattati dalle case buie e fatiscenti, in seguito ristrutturate e abitate da nuovi inquilini più facoltosi, oggi quelle stesse case sono adibite ad un affitto a breve termine. “Oggi nel mio palazzo su dieci appartamenti, otto sono B&B”, racconta Stefania Porcelli, proprietaria di uno storico ristorante dietro la scalinata di Piazza Trilussa, aggiungendo poi: “Trastevere è diventato un divertimentificio”.¹⁵⁶ In aggiunta, la gentrificazione turistica può essere in grado di innescare una spirale capace non solo di coinvolgere gli aspetti demografici, ma anche le attività commerciali locali.

¹⁵³ Cocola-Gant A., 2018.

¹⁵⁴ Ibidem, 2018.

¹⁵⁵ <https://www.mapparoma.info/mappe/mapparoma27-airbnb-roma/>.

¹⁵⁶ Gainsforth S., 2019, p. 158.

La localizzazione e diffusione dei luoghi di consumo turistico e catene commerciali globali può agevolmente soppiantare i piccoli artigiani e laboratori locali o esercizi a gestione familiare. Osservando nuovamente lo scenario di Roma, secondo i dati della camera di commercio, solo nel 2018 circa 2000 commercianti hanno dovuto cessare le proprie attività.¹⁵⁷ A chiudere sono soprattutto artigiani e negozi di vicinato necessari alla vita quotidiana, i cinema e le librerie, sostituiti da attività di ristorazione e alloggio. Fra le ragioni che sostengono e inducono la popolazione a questi comportamenti, Cocola Gant sostiene che una risiede nell'eccessiva densità di affitti a breve termine, spesso finanziati da fondi internazionali speculativi. Per comprendere meglio la sequenzialità del processo, lo studioso individua quattro fasi: una prima fase inerente l'investimento immobiliare guidato, cui segue una fase di arrivo dei consumatori più ricchi come turisti o gentrificatori transnazionali. La terza fase consiste nell'effettivo spostamento della popolazione locale e delle attività, e, infine, il riutilizzo degli stessi alloggi da parte di ceti più abbienti unitamente allo stanziamento di nuovi esercizi commerciali.¹⁵⁸ Tracciare il comportamento della popolazione sostituita e descrivere il fenomeno dell'allontanamento dalle aree centrali dal punto di vista demografico, cogliendone le ragioni degli abitanti, non è un'impresa semplice. Questo perché nonostante i cambiamenti fisici e qualitativi che investono la vita di un quartiere, i fattori di espulsione o cosiddetti "push factor", che forzano le persone ad abbandonare quei luoghi non sono sufficientemente predominanti rispetto a quei legami affettivi e attaccamenti emotivi che legano le persone alle proprie abitazioni. Tuttavia, occorre distinguere quei fattori che in un certo senso costringono la popolazione locale a trasferirsi. Infatti, come sostenuto da Cocola-Gant, grazie alla rapida crescita degli affitti a breve termine, gli affittuari locali vengono improvvisamente colpiti dall'aumento degli affitti e di conseguenza sono costretti a trasferirsi, consensualmente o attraverso sfratti. Questo tipo di situazione è sempre più evidenziata dai casi di opposizione e protesta in molte città europee come Madrid, Barcellona, fra cui vi sono città italiane come Venezia, Roma, Firenze o Parma.

¹⁵⁷ Camilletti A., 2019.

¹⁵⁸ Cocola-Gant A., 2018.



Figura 10 - Proteste degli studenti parmigiani davanti l'Università in Via Kennedy
Fonte: ParmaToday;

Di fatto, la progressiva sottrazione del patrimonio immobiliare ai previsti usi ordinari, sia residenziali che non, in favore di forme d'uso che permettono maggiori possibilità di speculazione da parte dei proprietari ha condotto ad una sempre più ampia inaccessibilità a porzioni di patrimonio ad uso abitativo, con conseguente spostamento di una parte di popolazione verso le aree marginali, meno attrattive, esterne, mentre quelle più attrattive diventano meta per coloro che hanno possibilità superiori alla media. In questi casi, risulta chiaro come il fine ultimo della proprietà sia intrinsecamente legato alla volontà di ottenere una maggiore redditività da affitti a breve termine come nel caso di Airbnb. Riprendendo nuovamente la tesi di Cocola-Gant, *"nel caso degli affitti vacanze, proprietari e investitori trasformano intere proprietà in alloggi turistici e nel processo, gli abitanti vengono costretti a trasferirsi."*¹⁵⁹

Per comprendere meglio il vantaggio legato all'investimento di capitale è necessario riprendere il concetto di rendita, già affrontato nel paragrafo 3.3, e introdurre il concetto di *rent gap*. Nel trattare la rendita come fenomeno collegato ad Airbnb faremo riferimento ad una rendita circoscritta al campo urbano, declinata nelle sue dimensioni economiche e spaziali. Nello scenario descritto da Cocola Gant, la maggior redditività dagli affitti a breve termine è fortemente connessa al tema della rendita, alla finanziarizzazione della casa in quanto *real estate*, e, dunque, investimento immobiliare. Airbnb e il capitalismo delle piattaforme hanno colto nel segno l'opportunità intrinseca portata dalla rendita. Inserendosi in un contesto storico in cui l'incremento dei flussi turistici ha generato una domanda di alloggi crescente e sempre meno prevedibile, Airbnb è riuscita a mediare una

¹⁵⁹ Ibidem, 2018, p.200;

riconversione passando da quella che era l'offerta locale ad un patrimonio ad uso esclusivamente turistico. Il caso di Airbnb è paradigmatico perché il valore che si ottiene dalle locazioni brevi è fatto di una rendita, così come lo è il valore che trattiene Airbnb online dalla gestione delle medesime locazioni. Il modello economico cooperativo originario di San Francisco ben si ascrive nella definizione di *capitalismo dei rentier* (Christophers 2020) per cui sempre più individui sono spinti alla ricerca di opportunità profittevoli all'interno del panorama immobiliare, mossi dal *rent-seeking*, ovvero quelle occasioni di rendita orientate alla cattura dell'incremento di valore con i successivi risvolti, agendo in un diagramma che prevede un'appropriazione e un reinvestimento.¹⁶⁰ La piattaforma e le case, in quanto *asset*, sono gli elementi chiave del processo estrattivo: "*no asset, no rent, no rentier*".¹⁶¹ E il tutto, risulta ancor più amplificato se si considera una realtà, quella italiana, in cui vigono, secondo Alessandra Esposito, due culture egemoniche chiavi:

- L'ossessione per lo sviluppo turistico;
- Cultura della casa come bene di proprietà a partire dal quale (ri)produrre ricchezza;¹⁶²

La classe dei rentier capta il potere conferitogli da un mondo online che è tutt'altro che distante e ben lontano dall'essere immateriale: la stessa rete internet per funzionare necessita di infrastrutture fisiche e la sua pervasività è quotidianamente riconoscibile in ogni angolo delle città, dai QrCode al sistema di ranking diffusosi mediante simboli emblematici come TripAdvisor per esempio. Se possiamo considerare Airbnb come un ente capace di sfruttare i vantaggi localizzativi catturando una rendita basata sulla proprietà privata, al contempo possiamo riconoscere nei '*rentier*' quella fascia di popolazione che trova nella piattaforma un valido trampolino di lancio per localizzarsi in punti strategici per estrarre valore dall'economia, catturando e accumulando nel tempo più valore di quanto effettivamente non generino con la loro partecipazione al processo.¹⁶³

La cosiddetta teoria del "*rent gap*", elaborata dal geografo Neil Smith nel 1987 per spiegare il processo economico della gentrificazione determina il divario tra l'affitto attualmente percepito da una proprietà e l'affitto che tale proprietà potrebbe percepire se utilizzata al meglio. Smith sosteneva che, quando il "*rent gap*" è sufficientemente ampio, gli sviluppatori e i proprietari riconoscerebbero il potenziale profitto reinvestendo in immobili del centro città e ristrutturandoli a favore di nuovi

¹⁶⁰ Christophers B., 2020.

¹⁶¹ Christophers B., 2020, p.12.

¹⁶² Esposito A., 2020, in Pizzo B.,2020.

¹⁶³ Mazzucato M. et Al. 2020.

abitanti. Tale investimento colma efficacemente il "rent gap" e comporta un aumento degli affitti, dei mutui e dei canoni di locazione.

In aggiunta, il crescente numero di affitti a breve termine in specifici quartieri della città, oltre ad essere una delle principali forze trainanti della gentrificazione turistica, stabilisce anche un'altra conseguenza rilevante connessa all'accessibilità abitativa. Se si considerano i casi più emblematici e rappresentativi come Venezia, dove il patrimonio abitativo risulta essere piuttosto limitato oltre ad essere, negli ultimi anni, soggetto a forti mutamenti per quanto riguarda la sua offerta: si è infatti registrata una sostituzione dell'offerta a beneficio di una tipologia a breve termine, incentivata da Airbnb, riducendo sensibilmente il numero di unità abitative previste per un abitare permanente o temporaneo. Venezia è ancor di più posta in uno stato di criticità per via delle sue caratteristiche morfologiche, e dai vincoli paesaggistici e architettonici che limitano la costruzione di nuovi edifici residenziali, non potendo incidere sulla capacità ricettiva offerta della storica città lagunare. Il flusso di turisti che sta invadendo i vicoli di Venezia ha amplificato ancor di più la percezione di una città come parco a tema per turisti, producendo quell'effetto di disneyficazione di cui parla Giovanni Semi in *"Gentrification: tutte le città come Disneyland?"*¹⁶⁴ La difficoltà di trovare un'abitazione permanente è tratto distintivo e comune di tutte le città che stanno subendo questo processo di mercificazione, unitamente alla difficoltà di mantenere radicato il tessuto economico fatto da piccole attività commerciali a conduzione familiare che hanno strutturato e identificato l'economia del quartiere, le quali si trovano nelle condizioni di dover lasciare il passo a grandi catene commerciali o negozi di marketing turistico. Inoltre, è necessario aggiungere che all'apertura di nuove attività commerciali destinate al mercato turistico corrisponde anche un significativo aumento del prezzo dei beni, che soddisfa il potere d'acquisto più elevato dei turisti. Ancora una volta, considerando Venezia come caso studio rappresentativo in rapporto a tale criticità, emerge la trasformazione della domanda commerciale della città si sia riflessa nel corso di circa trent'anni. *"In particolare, la predominanza del numero totale di negozi di alimentari rispetto ai negozi turistici presenti nel 2007 si è quasi invertita rispetto al 1976."*¹⁶⁵

In sintesi l'impatto di Airbnb, ma più in generale delle piattaforme digitali votate al culto dell'affitto a breve termine, incontra le caratteristiche endogene dei luoghi, in termini di comunità locale, dotazione di offerta abitativa, rimescolandone e sovvertendone equilibri e geografie: se da un lato il

¹⁶⁴ Semi G., 2015.

¹⁶⁵ Zanini F. et Al., 2008, p. 17.

turismo di massa alimenta l'economia locale, configurandosi come vero e proprio vettore di sviluppo per i luoghi, al contempo esiste un risvolto fugace del turismo, mordi e fuggi, che in prima battuta fa emergere un'economia più florida e città sempre più attrattive, nonostante i suoi spazi urbani siano stati ridisegnati a favore del consumo. Le città e luoghi si espongono in paesaggi da cartolina a favore dello sguardo dei turisti. La realtà è che per lo stesso fenomeno turistico esiste un contraltare identificato in una crisi abitativa e sociale che intacca la qualità della vita della comunità, talvolta usurandone i tratti distintivi e memoriali propri dei luoghi. Ci sarebbe da chiedersi e da riconsiderare in seconda battuta la retorica di Airbnb che preme verso un'esperienza "autentica" e di vita "come un locale", laddove di "locale" sta rimanendo ben poco. Per concludere, l'analisi inerente gli impatti delle piattaforme digitali potrebbe essere riassunta nelle parole di Sarah Gainsforth: *"Airbnb contribuisce alla contrazione di un'offerta abitativa intermedia, sottrae quota parte degli alloggi a potenziali abitanti e indice sull'aumento dei canoni in centro [...] E se il mantra recita - il turismo genera ricchezza -, bisogna chiedersi -per chi-?"*¹⁶⁶

¹⁶⁶ Gainsforth S., 2019, p.9.

6. Metodologia

Con l'attuale capitolo si intende esplicitare il disegno della ricerca, nonché quale tipologia di analisi si è applicata per giungere ad un quadro di comprensione più approfondito dei casi oggetto di studio. In primo luogo occorre sottolineare che l'indagine si avvale di una metodologia di analisi di carattere primariamente quantitativo: l'analisi consiste in un approccio metodologico che trova applicazione in diversi campi scientifici e si basa sull'utilizzo di dati numerici e tecniche statistiche per comprendere, descrivere e interpretare i fenomeni. In riferimento alla tipologia di ricerca adottata, occorre precisare che si è optato per una ricerca basata su dati secondari e non primari. Quest'ultima si avvale di una campagna di raccolta, e successiva analisi, dei dati direttamente dalle fonti originali, al fine di raggiungere specifici obiettivi di ricerca e produrre nuove conoscenze. All'interno di questa tipologia, le metodologie di analisi applicate si riconoscono in sondaggi, come interviste o questionari, o osservazioni. È un metodo che presenta fra i vantaggi quello di avere un dato originale e specifico, in perfetta linea con lo scopo della ricerca, oltre che avere una totale capacità di controllo e gestione della raccolta dati, adattando e monitorandone l'andamento in funzione delle proprie esigenze; d'altro canto, la ricerca primaria risulta particolarmente onerosa dal punto di vista delle risorse impiegate e del tempo investito per la raccolta dei dati, oltre al fatto che l'analisi empirica condotta all'interno di un'area di studio sia dotata di una soggettività e di un criterio di generalizzabilità talvolta limitato al contesto. Viceversa, una ricerca condotta su dati secondari si fonda su dati già precedentemente campionati, raccolti e strutturati, appartenenti a studi, riviste accademiche, rapporti e libri bianchi o, ancora, banche dati online; pertanto, venendo meno un'ingente fase di campionamento e raccolta del dato, questa metodologia presenta fra i vantaggi primari un valido rapporto di tempo e costo-efficacia data la reperibilità e l'accessibilità alle informazioni. A questo si aggiungono la significativa mole di dati a disposizione oltre che la possibilità di effettuare analisi di tipo comparativo fra le diverse fonti, incrociandone i risultati.¹⁶⁷

A valle di questa breve sintesi delle caratteristiche legate alle metodologie di ricerca, il tempo e le risorse a disposizione hanno consentito un'analisi dei casi studio fondata unicamente su dati di tipo secondario, grazie a una base di dati fornita dal Politecnico di Torino e, successivamente, comparata con i dati reperibili su siti istituzionali o banche dati quali ISTAT – Istituto Nazionale di Statistica. Il dataset, fondamento dell'analisi, copre in modo dettagliato la presenza e l'attività di Airbnb nei

¹⁶⁷ Fonte: <https://mindthegraph.com/blog/it/cose-il-ragionamento-deduttivo-copia/>

Comuni di Torino, Bologna e Firenze. I dati, ottenuti da AirDNA e messi a disposizione dall'Università, contengono una pluralità di informazioni utili a tracciare il fenomeno mediante una duplice condizione: diacronica e spaziale. Infatti, il dataset considera ogni proprietà presente all'interno delle città elencate per almeno un giorno dal 1° gennaio 2017 al 31 dicembre 2023. Per ciascuna proprietà, distinta fra le categorie "casa/ intero appartamento", "stanza condivisa", "stanza privata" e "stanza hotel", i dati includono la posizione, la storia di ciascun annuncio (la data di inserimento, il numero prenotazioni effettuate, il numero di notti in cui è stato bloccato, e le notti in cui la proprietà è rimasta disponibile), il prezzo, l'"host", con un numero identificativo e se è classificato come 'superhost'¹⁶⁸, nonché dati inerenti le recensioni attribuite a ciascuna proprietà in termini di valori medi e assoluti. Si precisa che alle valutazioni fornite dagli ospiti mediante recensioni scritte, si accompagnano meccanismi di feedback sul soggiorno più immediati e meno approfonditi tramite le valutazioni in stelle; quest'ultime oscillano da 1 a 5 stelle in rapporto alle diverse categorie, pertanto, i valori presenti nel dataset esterni a questo range non sono stati applicati ai fini dell'analisi. A seguito di un passaggio di pulizia ed elaborazione del dato originale, si sono ottenuti dati che fotografano lo stock di proprietà per ciascun anno, i ricavi, i tassi di occupazione volti ad indagare contemporaneamente il numero di annunci che non hanno mai ricevuto una prenotazione nel corso di un singolo anno, e il numero di notti in cui un Airbnb è rimasto inutilizzato, confrontandolo con il dato sulle notti occupate. Inoltre, sono stati effettuati degli approfondimenti disaggregando i dati a scala di quartiere per determinare e raffigurare la selettività spaziale di Airbnb all'interno del territorio comunale. Mediante software GIS – Graphic Information System – sono state prodotte cartografie con l'intento esporre spazialmente come gli affitti brevi stanno popolando le città di Torino, Bologna e Firenze. In aggiunta a tale dataset, ci si è avvalsi dei dati forniti da ISTAT, disponibili per diverse scale geografiche, tramite i quali si è potuto esprimere e trascinare all'interno dell'analisi dei casi studio informazioni di carattere demografico e abitativo funzionali per l'inquadramento del fenomeno. Fra i dati demografici ricavati dall'ISTAT vi sono la popolazione e il numero di famiglie, distinte in famiglie mononucleari e non, in un arco temporale che va dal 2018 al 2022. A questi, si aggiungono informazioni di dati che aiutano ad inquadrare il contesto abitativo come il numero totale di abitazioni presenti sul territorio comunale, classificate

¹⁶⁸ La piattaforma AirBnB riconosce gli host con migliori performance attribuendo loro un badge e classificandoli come Superhost qualora rispettassero requisiti chiave come una valutazione complessiva superiore a 4,8, un tasso di cancellazione inferiore all'1%, un tasso di risposta minimo del 90% e l'aver completato almeno 10 soggiorni o 3 prenotazioni, per un totale di 100 notti.

secondo due ramificazioni che vedono da un lato il binomio abitazioni occupate e non occupate, e dall'altro se le abitazioni sono di proprietà o in affitto.

La tabella 3 riassume le principali informazioni presenti nel dataset di Airbnb, ovvero la sorgente da cui si è partiti per elaborare l'analisi e la descrizione dei tre casi studio.

Property Id	Numero identificativo della proprietà
Year	Anno di riferimento
Lat	Latitudine
Lon	Longitudine
Listing Type	Tipologia della proprietà
Superhost	Superhost
Bedrooms	Numero camere da letto
Host Id	Numero identificativo dell'host
Revenue	Reddito
Number of reservations	Numero di prenotazioni
Reservation days	Numero di giorni prenotati
Available days	Numero di giorni disponibili
Rating	Recensione

Tabella 3 - Sintesi dataset Airbnb per città

Il rapido aumento delle piattaforme di affitto a breve termine come Airbnb ha ampliato l'uso degli appartamenti residenziali come camere d'albergo transitorie, suscitando un intenso dibattito in Italia e in altre comunità in tutto il mondo riguardo alle possibili conseguenze di questo nuovo fenomeno. Come espresso nel capitolo 5, le opinioni su Airbnb sono contrastanti: ci sono coloro che sostengono che la piattaforma possa essere un catalizzatore per l'economia delle città, mentre una frangia critica la individua come una minaccia per l'accessibilità abitativa e l'identità delle comunità locali. Per i casi studio di Torino, Firenze e Bologna, ci si domanda se e quanto Airbnb stia rendendo le zone centrali meno accessibili, quale sia stata la crescita di Airbnb negli ultimi 7 anni, chi sono i principali attori del mercato di Airbnb e come si ripartiscono l'offerta degli annunci. In aggiunta, la tesi si propone di analizzare se Airbnb sta effettivamente influenzando alcuni quartieri più di altri. La scelta delle città considerate come casi studio origina da fonti di diversa natura: per quanto concerne

la città di Torino, non ci si riferisce primariamente ad un consumo invasivo del centro storico da parte di locazioni a breve termine piuttosto che ad un fenomeno di overtourism o iperturistificazione di alcune aree centrali, bensì la sua inclusione nel quadro di analisi dipende da una più profonda conoscenza del luogo maturata dalla mia esperienza di vita e di studi accademici, che hanno prodotto e dettagliato la visione urbana della città nelle sue molteplici componenti. La scelta della città di Bologna, nonostante le sue dimensioni demografiche non portino a classificarla come una grande città, poggia le basi sulla sua attrattività dal punto di vista turistico, fra le principali città a livello italiano dopo Roma, Venezia e Firenze e su un'emergente criticità abitativa, emersa in modo più accentuato negli ultimi anni, dove la corrispondenza fra domanda della popolazione, in particolar modo della componente studentesca, e l'offerta di unità abitative, non si riconosce in un esito positivo. Contrariamente, la città di Firenze rientra nelle città di analisi poiché è oramai da qualche anno interessata dalla colonizzazione di Airbnb: come indicato nella ricerca prodotta da Picascia, Romano e Teobaldi, lo stock residenziale presente nel centro storico di Firenze era pari all'11% nel 2015 e oltre il 17% nel 2016.¹⁶⁹ In questo luogo il turismo di massa è divenuto un fattore urbano di cruciale entità e la desertificazione sociale dei centri storici ha allontanato sempre più residenti dalle aree centrali che le percepiscono un distacco sempre maggiore, come una parte di quotidianità in cui non si ritrovano più.¹⁷⁰

¹⁶⁹ Picascia S. et Al., 2017;

¹⁷⁰ Rossi U., 2003;

PARTE TERZA

AIRBNB E LE CITTÀ ITALIANE

7. Torino

La prima città oggetto di analisi è Torino, città in cui sono nato e ho speso diverso tempo, comprendendo la carriera di studi universitari. Torino è stata, nel ventesimo secolo, la città che meglio ha incarnato l'immagine e il modello di città fabbrica a scala nazionale, grazie alla presenza della FIAT – Fabbrica Italiana Automobili Torino – la quale ha marcato e modellato profondamente il carattere sociale e la struttura urbana del comune. Tuttavia, questa fotografia industriale e manifatturiera coordinata dall'automobile, è andata via via sgretolandosi verso la fine del XX secolo, con una progressiva delocalizzazione del tessuto produttivo e una contemporanea ascesa del settore dei servizi, al cui interno afferisce il settore del turismo, su cui la città ha puntato dalla fine degli anni '80.¹⁷¹ La transizione del capoluogo piemontese verso una nuova identità, distinta da quella industriale che l'ha connotata per lungo tempo, considera il turismo come un vettore importante per il suo sviluppo, come dimostrato dalla competizione per grandi eventi, in un'arena di città internazionali del 2006, con cui si è aggiudicata le Olimpiadi invernali. E se è vero che tale evento ha avuto luogo nelle valli alpine, la crescita degli arrivi turistici non si è esaurita in tali luoghi, ma ha avuto una risonanza sull'intero territorio della Regione Piemonte. Sulla base di questi dati, è evidente che Torino debba riflettere sul turismo in rapporto alla sua crescita economica; tuttavia, si è descritto come l'aumento dei flussi turistici possa incidere sulla città non solo da una prospettiva economica, ma anche sulla mobilità e i trasporti, le cui infrastrutture e i servizi si trovano a fare i conti con una domanda crescente, nonché sugli abitanti e le dinamiche abitative del luogo. Senz'altro Torino non versa in uno stato critico per cui il turismo è riconosciuto nel suo grado di "overtourism" come accade in altre città italiane, fra tutte, Venezia, ma la questione del branding urbano sta giocando un ruolo strategico per la città, sia mediante le campagne di branding che mirano a raffigurare e vendere l'identità culturale in immagine, sia mediante gli investimenti infrastrutturali che agiscono nella logica di una maggiore appetibilità e accessibilità per i viaggiatori, in quanto turisti, e migliore qualità della vita per i residenti.

¹⁷¹ Bondonio P. et Guala C., 2012;

Tuttavia, la tesi non si propone di giungere ad un giudizio sull'impatto del turismo urbano in sé, né tantomeno esprimere una valutazione di carattere qualitativo su se, e quanto, si possa considerare una "città turisticata". Il focus della tesi rimane l'analisi dell'impatto che la piattaforma di affitti brevi Airbnb ha avuto nel contesto urbano torinese, indagandone le sue dinamiche spaziali e tentando di tracciare le ricadute sociali e gli interventi di moderazione istituzionali per far fronte al fenomeno.

7.1. Dinamiche temporali e spaziali

La rapida diffusione a scala globale della piattaforma di affitti a breve termine come Airbnb ha interessato da qualche anno il contesto urbano torinese. Sebbene si sia menzionata l'Italia come secondo mercato di Airbnb a livello europeo, e terzo a livello globale, lo scenario su scala nazionale è piuttosto divisivo: senz'altro le proprietà italiane hanno attirato 11,5 milioni di persone nel 2019, per un giro di affari stimato di circa 2 miliardi di euro. Tuttavia, nello stesso anno, l'azienda californiana ha esplicitato la volontà di quotarsi ed entrare in borsa, passaggio che è stato compiuto durante il 2020, primo anno della pandemia da COVID-19.¹⁷² Da questo momento, l'azienda non ha più divulgato i propri bilanci in Italia, anche se dopo la pandemia, il turismo ha ripreso vertiginosamente a crescere, interessando un numero simile a quello dei livelli pre-covid, o superiore. Considerando brevemente i dati sul turismo regionale, il Piemonte ha raggiunto un nuovo record nel 2023: gli arrivi sono stati oltre 6 milioni e le presenze registrate hanno toccato una quota di 16 milioni, verificando in entrambi i casi un sensibile incremento rispetto all'anno precedente.¹⁷³ Fra i principali motori di questa crescita vi è il turismo estero, il quale è incrementato del 15% rispetto al 2022 portando una quota dei pernottamenti superiore alla media nazionale. Alla contemporanea ripresa delle presenze in seguito alla pandemia si riconosce una significativa crescita delle locazioni turistiche nel quadro totale delle strutture ricettive della Regione Piemonte (grafico 2). Il grafico illustra piuttosto eloquentemente come nell'arco di soli 5 anni, dal 2018, anno in cui la Regione Piemonte ha iniziato a censire le "locazioni turistiche" e rilevare i flussi turistici relativi ad esse, al 2023, il numero di locazioni turistiche abbia raggiunto e superato le rispettive categorie "alberghiere" ed "extra-alberghiere". Appartengono alla categoria di "locazioni turistiche" gli immobili privati locati

¹⁷² <https://www.ilpost.it/2020/12/12/airbnb-borsa-brian-chesky/>

¹⁷³ <https://www.regione.piemonte.it/web/pinforma/notizie/record-turisti-piemonte-nel-2023;>

per finalità turistiche o locazioni brevi, dunque con contratti di locazione inferiori a 30 giorni continuativi.¹⁷⁴

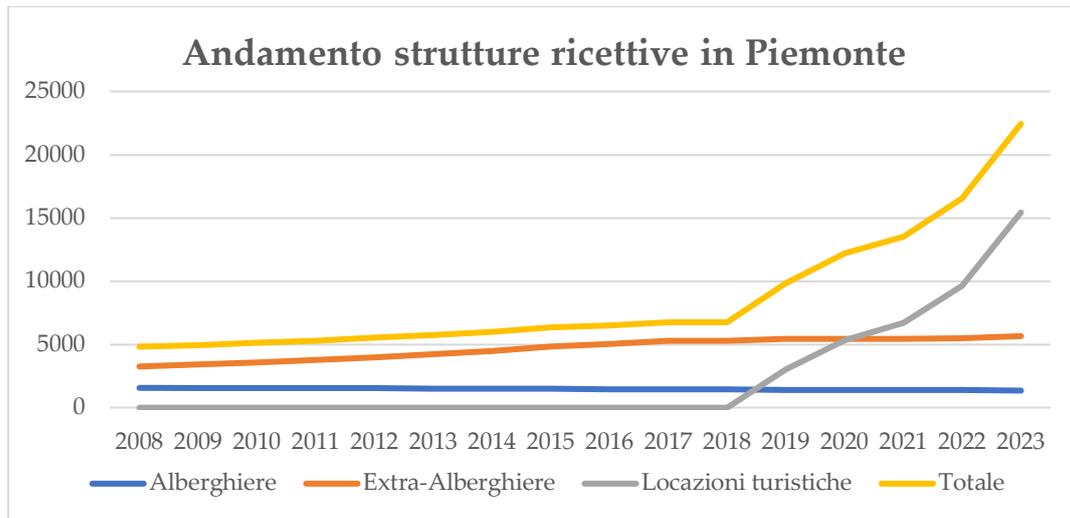


Grafico 2 - Strutture ricettive in Piemonte
Fonte: Sistema Piemonte

Più nel dettaglio, si sono analizzate le proprietà listate sulla piattaforma Airbnb dal 2017 al 2023: ad un primo e costante, seppur lieve, incremento che ha interessato Torino dal 2017 al 2020, è seguita una fase di flesso che ha portato gli annunci totali dai 7364 del 2019 ai 5746 del 2021, con un calo del 22%. Ciò che emerge è la risposta e il boom di annunci che in uno stesso arco temporale hanno incrementato significativamente la quota del 2021 giungendo ad un totale di 9292 annunci nel 2023, con un aumento percentuale del 62%. Questo dato, espresso nel grafico 2, è un indicatore e manifesto importante della crescita che gli affitti a breve termine stanno avendo all'interno del capoluogo piemontese.

¹⁷⁴ Per "alberghiere" o "esercizi alberghieri" sono da intendersi alberghi da 1 a 5 stelle, i villaggi albergo, le residenze turistico alberghiere, le pensioni, i motel, le residenze d'epoca, gli alberghi meubl  o garni, le dimore storiche, i centri benessere (beauty farm) e tutte le altre tipologie di alloggio che in base alle normative regionali sono assimilabili agli alberghi. Viceversa, in "extra alberghiere" rientrano campeggi, villaggi turistici, forme miste di campeggi e villaggi turistici, alloggi agro-turistici, case per ferie, ostelli per la giovent , rifugi alpini e "Altri esercizi ricettivi" non altrove classificati. <https://servizi.regione.piemonte.it/catalogo/osservatorio-turistico-della-regione-piemonte>.

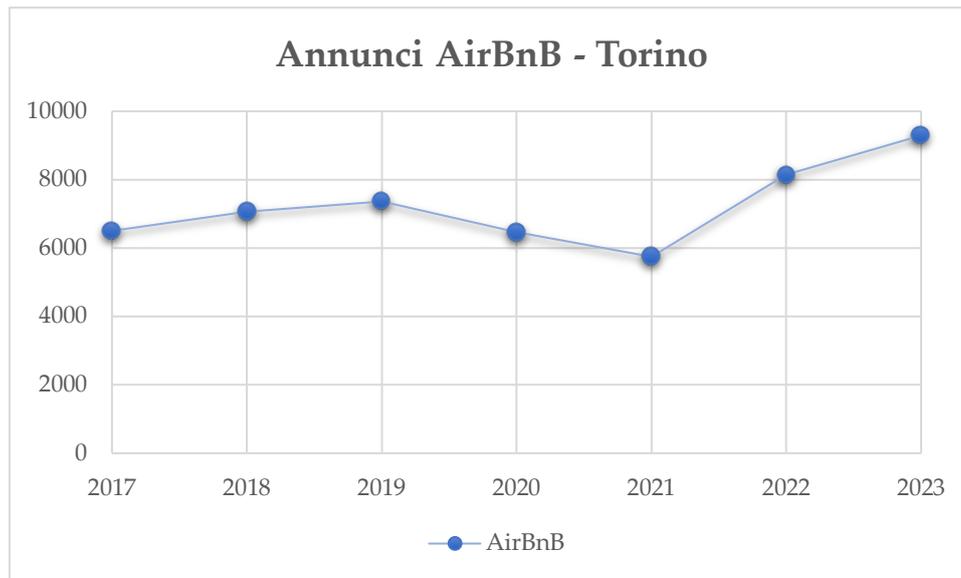


Grafico 3 - Andamento storico degli annunci Airbnb nella città di Torino
Fonte: Elaborazione propria

La crescita di annunci che ha avuto luogo a Torino può essere compresa non solo nei suoi termini numerici, ma anche nella sua connotazione spaziale: di seguito, le figure 10 e 11, esprimono il numero di annunci presenti rispettivamente nel 2020 e nel 2023 all'interno della superficie comunale. Ciò che emerge maggiormente dall'analisi spaziale dei dati è una forte e costante concentrazione degli annunci all'interno delle aree centrali, in particolar modo nei quartieri "Centro" e "San Salvario". Nel solo 2023 gli annunci presenti nel quartiere "Centro" erano pari a 2231. Ciò testimonia il criterio di selettività spaziale di cui Airbnb è intrinsecamente portatore: nonostante la navigazione sulla piattaforma digitale dia l'idea di un terreno virtuale, osservando la distribuzione spaziale degli annunci si denota come la piattaforma sia tutt'altro che neutrale rispetto alle dinamiche urbane. Il centro, in quanto sede di numerosi poli attrattivi commerciali, culturali, per il tempo libero, attira e concentra un'elevata quantità abitazioni destinate ad affitti a breve termine, da un lato contribuendo all'economia locale ma dall'altro privando o, rendendo intermittente, il valore di quelle unità abitative. Contemporaneamente, il confronto fra il 2020 e il 2023 mette in luce la crescita in quartieri periferici rispetto al *Centro*: è il caso dei quartieri che coronano il fronte Sud-Ovest del *Centro* come *San Donato*, *Cenisia* e *Crocetta*. A questi si aggiunge, il quartiere *Santa Rita*, situato a Sud dell'area urbana in una posizione più periferica.



Annunci AirBnB 2023



0 1 2 km

Annunci AirBnB 2020



Legenda
□ Quartieri • Proprietà AirBnB

Figura 11 - Confronto annunci AirBnB 2020 e 2023 - Torino
Fonte: Elaborazione propria

7.2 Demografia e abitazioni

Facendo un passo indietro, occorre inquadrare in che contesto abitativo si colloca l'abitare momentaneo perseguito da Airbnb. Considerando ad ampio spettro lo scenario abitativo del Comune di Torino si può partire da un dato: nel 2019 le abitazioni di proprietà erano 290.505 a fronte di 111.031 unità in affitto, cui si aggiungevano altre proprietà per un totale di 420.207 abitazioni.¹⁷⁵ Dunque, la popolazione che abita in una casa di proprietà nel capoluogo piemontese è di poco inferiore al 70% del totale, dato leggermente inferiore rispetto alla media nazionale, come osservato nel capitolo 4. Soli due anni più tardi, nel 2021, il patrimonio abitativo torinese aveva incrementato di oltre 3000 unità abitative il proprio stock residenziale, dato in crescita che rispecchia l'andamento analogo del fenomeno demografico dei nuclei familiari. Sebbene il numero di famiglie totali nel comune sia aumentato dal 2018 al 2022 passando 426973 a 435612 famiglie, nello stesso arco temporale il numero di famiglie mononucleari è cresciuto di oltre 20.000 unità, passando dalle 191.140 del 2018, alle 210.302 del 2022.¹⁷⁶ Il significativo incremento di famiglie composte da singoli individui si scontra con una richiesta abitativa sempre più crescente. Lo stock abitativo, aggiornato al 2021, vedeva l'esistenza di oltre 502mila abitazioni.¹⁷⁷ Ad una città che si restringe sempre di più in termini di popolazione, vi corrisponde una città che si amplia sempre di più all'abitante momentaneo, al turista transitorio. Gli oltre 9000 annunci presenti sulla piattaforma nel 2023 ne sono la prova tangibile digitalmente: tuttavia, occorre effettuare alcune considerazioni più approfondite, che mirano a far emergere connotazioni del fenomeno che spesso sono subordinate e derubricate rispetto alla importanza di condividere e mettere a disposizione della comunità turistica un bene privato.

La prima questione che emerge è legata alla coppia di indicatori che inquadrano ciascuna proprietà in quanto entità appartenente ad un'economia di collaborazione, pertanto un bene soggetto ad inutilizzo. I due indicatori in esame sono:

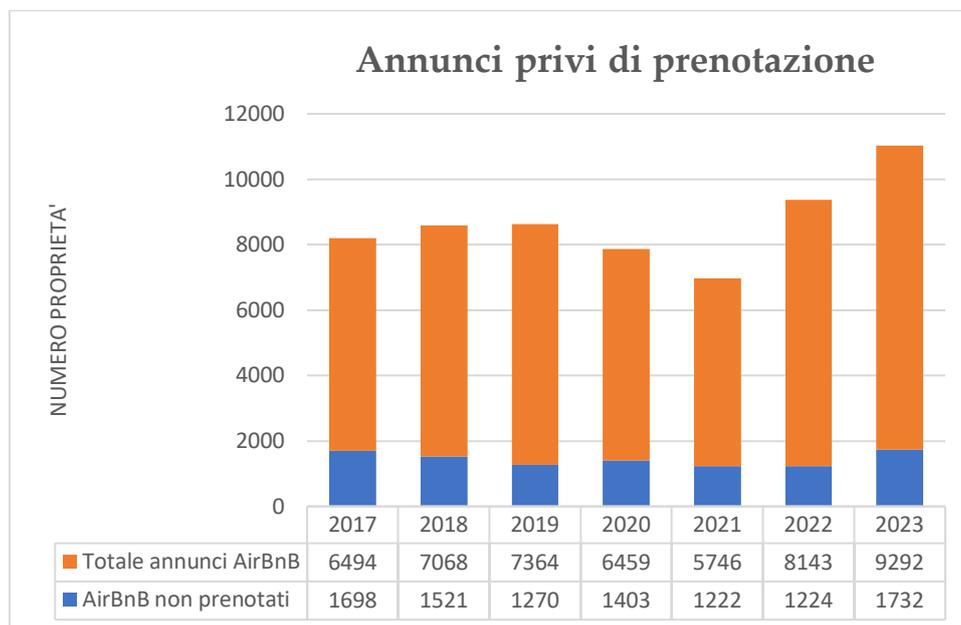
- Numero di notti prenotate;
- Numero di notti disponibili;

¹⁷⁵ ISTAT, 2024;

¹⁷⁶ Ibidem, 2024;

¹⁷⁷ ISTAT, 2022;

Sulla base di tali valori, si sono estrapolati dati relativi all'inutilizzo delle proprietà nel corso dell'arco temporale di riferimento 2017-2023, come indicati dal grafico 3:



*Grafico 4 - Annunci privi di prenotazione a Torino dal 2017 al 2023
Fonte: Elaborazione propria*

Il grafico esprime chiaramente come in rapporto alla quota totale di annunci di affitti a breve termine corrispondano una quota importante di annunci che ciascun anno non risultano essere prenotati per nemmeno una notte. Il tasso di inattività incide mediamente per il 20% rispetto agli annunci totali, il che significa che per ogni 5 abitazioni presenti sul territorio, una di queste non risulta essere prenotata rimanendo pertanto vuota durante l'intero periodo dell'anno. Questo implica un patrimonio abitativo inutilizzato che va ad integrare e a sommarsi con il numero di unità residenziale che già risultano inoccupate, vuote, o abbandonate.¹⁷⁸

Non solo, la quota del patrimonio inutilizzato risponde ad una proprietà tipo ben definita: a fronte delle 9292 proprietà registrate dal Comune di Torino per il 2023, si è effettuata una ricostruzione tipologica degli annunci (grafico 4) che ha condotto ad un quadro generale in cui oltre l'80% di questi risulta essere una "Casa/Appartamento", seguiti da un 17 % di "Stanze private". Seguono, al termine, le "Stanze condivise" e le "Stanze d'hotel", che coprono una quota assai minima dell'offerta totale, rispettivamente pari a 126 e 17 proprietà.

¹⁷⁸ A Torino nel 2021, secondo i dati ISTAT per 423.812 abitazioni occupate esistevano oltre 78.000 abitazioni non occupate, circa una su sei.

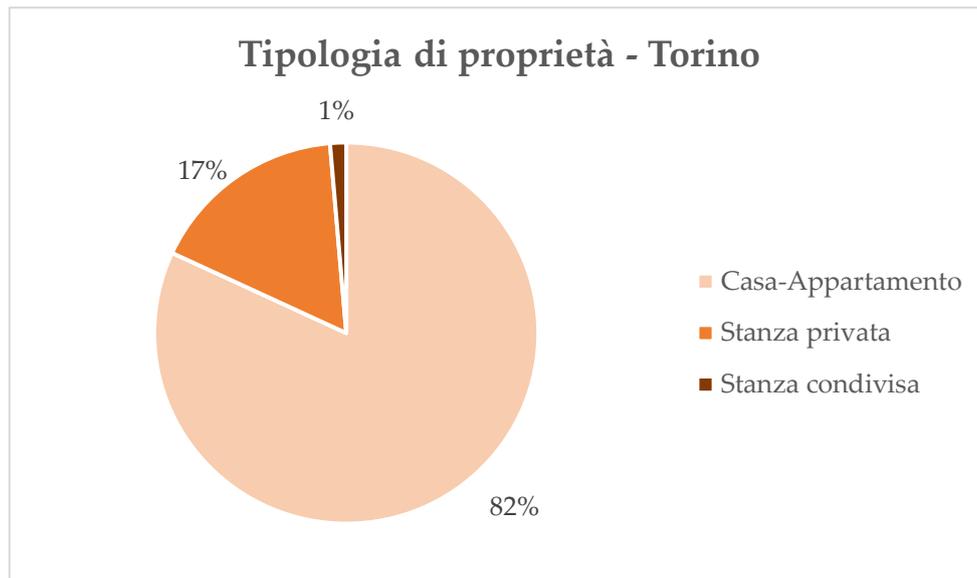


Grafico 5 - Tipologia di annuncio Airbnb – Torino 2023
 Fonte: Elaborazione propria, dati 2023

7.3 Host e ricavi

Come riportato nel capitolo 5, Airbnb offre agli *Host* la possibilità di caricare sulla piattaforma, e quindi affittare, qualunque tipo fra questi spazi, al fine di trarne un profitto. A Torino, come negli altri casi oggetto di analisi, l'offerta più diffusa risulta essere un intero appartamento: questo perché, se dalla prospettiva del turista lo spazio privato si è rivelato una caratteristica intrinseca che l'ospite tende a ricercare al momento del viaggio, dall'altro, l'ospitante trae un maggior profitto da un intero appartamento piuttosto che da una stanza condivisa, abbandonando la filosofia di condivisione di cui si faceva portatrice la piattaforma. Logicamente, gli host che dispongono e offrono di più di una stanza singola o di un appartamento, tendono a replicare il proprio comportamento su più proprietà al fine di ricavarne un miglior profitto. In questo senso, è necessario inquadrare le categorie di *host* che si possono riconoscere all'interno della piattaforma, poggiandosi sulla visione proposta da Gil: ciò che emerge dalla sua analisi è che all'interno del mondo Airbnb si possono distinguere quattro categorie di host: occasionali, costanti, professionali e investitori.¹⁷⁹ L'elemento livellatore che permette di classificarli è il numero di annunci che ciascuno degli ospitanti offre. All'aumentare del numero di annunci individuali, l'host muta il proprio comportamento scalando la propria filosofia in funzione delle proprietà affittate a breve termine che rende disponibili ed elevandosi da proprietario di casa e piccolo imprenditore a vero e proprio *rentier*.

¹⁷⁹ Gil J., 2018

Gli *host* “occasionali” e “costanti” appartengono al modello economico peer-to-peer, inserita in una visione di economia di condivisione come si è illustrato nel capitolo 3.2; contrariamente le tipologie di *host* “professionale” e “investitore” afferiscono ad un modello economico più tradizionale, più votato al profitto. Dovendo dare una definizione per ciascuna delle categorie indicate, all’interno degli “host occasionali” ricadrebbero tutti gli ospitanti che affittano saltuariamente una o più stanze del proprio appartamento; la maggior parte delle volte tali stanze sono messe in affitto in concomitanza di festività specifiche o grandi eventi che attirano un numero di visitatori superiore alla media. L’host occasionale mira ad ottenere un’entrata economica senza gestire in modo strutturato o professionale il proprio spazio. Leggermente scostata è la situazione dell’“host costante”, il quale affitta uno o più appartamenti sulla piattaforma, ma si avvale di risorse esterne per la gestione e l’organizzazione, affidandosi ad un co-host e ad un personale addetto alla pulizia e manutenzione. In tal senso, l’host costante tende a ricercare nell’affitto breve un flusso economico stabile, massimizzandone l’occupazione e configurando gli appartamenti come alloggi turistici. Al crescere del numero di appartamenti o, più in generale, di proprietà affittate l’“host costante” tende a ricadere nella classificazione di “host professionale”: in questa categoria ricadono tutti coloro che, oltre ad affittare i propri appartamenti, si rendono disponibili a gestire appartamenti per conto terzi. In termini assoluti, questi host gestiscono un volume di proprietà che oscilla fra le 3 e le 20 unità abitative, focalizzandosi esclusivamente sull’incremento della profittabilità.

A completare il ventaglio di host si trova l’“host investitore”: tuttavia, parlare di host e di singoli individui in questa circostanza risulta riduttivo data l’elevata mole di proprietà che viene gestita, da una quota di oltre venti appartamenti sino a superare il tetto di cento proprietà. Di conseguenza, a gestire e tenere traccia dell’andamento di questo patrimonio non vi è più un singolo individuo ma aziende professionali di alloggi turistici che operano all’interno dei contesti urbani.¹⁸⁰ Dietro il logo o il nome di queste grandi aziende si celano spesso grandi fondi di investimento internazionali, che sottolineano ancor di più come nel mondo contemporaneo la finanziarizzazione degli immobili e del mattone sia riconosciuta come un elisir per il proprio patrimonio.

Fatta questa premessa e riprendendo nuovamente in mano il contesto torinese, si è delineata una distribuzione degli host multiproprietari all’interno della città, espressa nei grafici 6 e 7. Il grafico 6 illustra la distribuzione degli host in rapporto al numero di annunci al 2023, categorizzati seguendo

¹⁸⁰ Ibidem, 2018.

la classificazione proposta da Gil, con un ulteriore scorporamento per la categoria “host professionale” in cui convergono tre classi (la prima raggruppa gli host che offrono da 3 a 5 annunci, la seconda dai 6 ai 10 annunci, e la terza dagli 11 ai 20). Nel 2023, a fronte di 9292 annunci presenti sulla piattaforma, si sono registrati 5990 host. Quanto emerge dal grafico 6 è una quota prevalente di annunci gestiti da un singolo host, 4775 su 9292 annunci totali; se da un lato questo testimonia una maggiore presenza maggiore di host che offrono un singolo annuncio, dall’altro indica che per la restante parte degli annunci, ben 4517, Airbnb costituisce un business scalabile in rapporto al numero di annunci offerti. Sebbene ci si possa attendere che all’incremento del numero di annunci corrisponda una relativa diminuzione del numero di host proprietari, il grafico riporta una categoria in piena controtendenza: è il caso degli host multiproprietari con un numero di annunci superiore a 100. Tali host posseggono ben 531 annunci, circa il 5% rispetto al totale di offerta di annunci a breve termine presente sulla piattaforma; ma il dato più eclatante è che a disporre di quest’ingente ventaglio di proprietà sono solamente 3 host. In questo caso, data la predisposizione fortemente commerciale da parte di questi host, che spesso coincidono con società immobiliari e fondi di portata internazionale, si fa riferimento alle proprietà in termini di case o appartamenti, e non di annunci connessi a stanze, siano esse private o in condivisione.

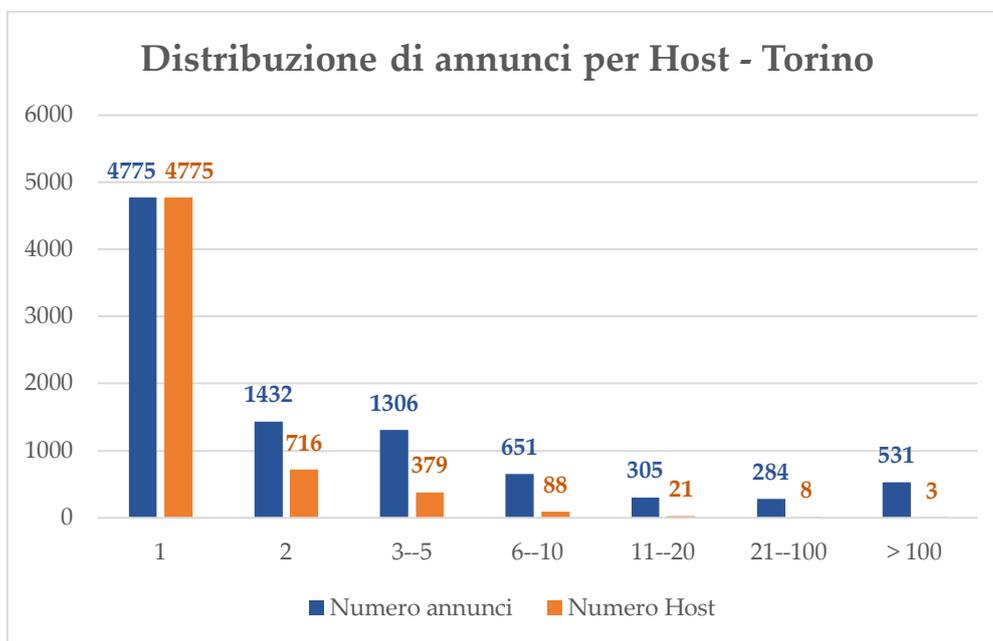


Grafico 6 – Distribuzione Host multiproprietari
Fonte; Elaborazione propria

In linea con il precedente, il grafico 7 consiste in un diagramma a torta che riconosce le categorie tipologiche di host e come di distribuiscono all’interno del Comune di Torino. Le colorazioni in

tonalità di blu tendono a rappresentare gli host che afferiscono ad un modello economico cooperativo, maggiormente in linea con la visione fondamento di Airbnb, e corrispondono ad oltre il 90% degli host totali. Vi appartengono gli host “occasionalni” e “costanti” che costituiscono rispettivamente il 79,7% e 12% del totale; tuttavia, quest’ultimi offrono e gestiscono un totale di 6207 annunci (66%) su 9292 totali. Viceversa, gli host maggiormente interessati ad estrarre rendita dalle proprietà, percepite e considerate in quanto bene di investimento, come asset immobiliare, sono 499, un numero che equivale a poco meno del 10% rispetto al totale degli host. Più nel dettaglio, si consideri che gli host cosiddetti “investitori” (1,47%) sono solamente 11, una quota decisamente minima rispetto ai 5990 host che operano nel territorio, e sono dotati di un patrimonio di proprietà che si riflette in 815 annunci (8,8% sul totale annunci).

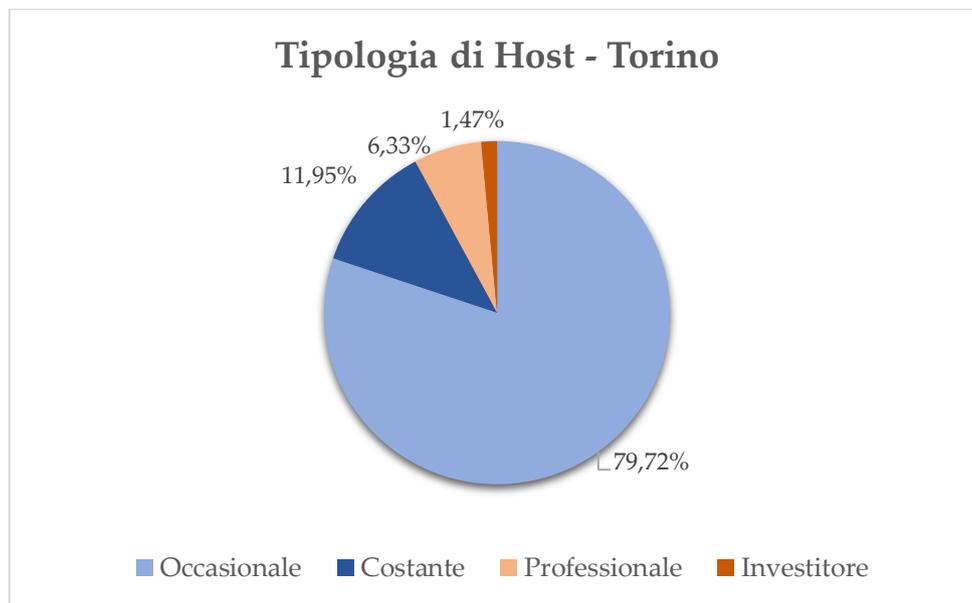


Grafico 7 - Tipologia di Host – Torino 2023
Fonte: Elaborazione propria

In merito all’andamento dei ricavi, ciò che emerso dall’analisi è un incremento importante in termini introiti ad appannaggio degli host che hanno visto crescere il ricavo medio per notte dai 65 € del 2017, ai 99 € del 2023. L’andamento, evolutosi in modo crescente anno dopo anno, e incrementatosi del 33% considerando il salto temporale di 7 anni considera tutti gli annunci Airbnb che hanno registrato almeno una notte occupata nel corso di ciascun anno.

7.4 Amministrazione di una città per residenti e turisti

Dal punto di vista amministrativo, la volontà della Regione Piemonte di includere le locazioni turistiche fra le tipologie di strutture ricettive, vedi L.R. n.13 del 03/08/2017, ha una finalità esclusivamente censuaria, al fine di monitorarle e conteggiare i flussi turistici che esse generano *“fermo restando la competenza statale in materia di affitti brevi”*.¹⁸¹ Nonostante ciò, la Regione si affida al codice nella misura in cui quest'ultimo non è regolamentato dalla legge regionale, che alla locazione applica disposizioni semplificate. Un esempio lampante è dettato dalla locazione turistica parziale, consentito dalla Regione solamente nel momento in cui la porzione affittata è dotata di cucina autonoma, dunque ad uso esclusivo, e di un bagno, in contrasto con quanto dettato dalle leggi statali e dal codice civile che consentono invece la locazione di singole stanze, riconosciute per l'appunto come *“stanze condivise”*.

¹⁸¹[https://www.locazionibrevi.net/regioni/piemonte/affittibrevipiemonte.html#:~:text=178%2F2020%2C%20art.,in%20materia%20di%20affitti%20brevi%22.](https://www.locazionibrevi.net/regioni/piemonte/affittibrevipiemonte.html#:~:text=178%2F2020%2C%20art.,in%20materia%20di%20affitti%20brevi%22;)

8. Firenze

“Turismo insostenibile, Firenze è ultima in Italia nel rapporto tra Airbnb e residenti” scriveva il Corriere Fiorentino il 3 Marzo 2024, *“Firenze vieta nuovi Airbnb in area Unesco”* titolava il TGR Toscana qualche mese prima, ad Ottobre 2023.¹⁸² Sono solo alcuni di una lunga serie di articoli che raccontano la dinamica del capoluogo toscano, una realtà in cui il centro storico riconosciuto per i suoi valori e il suo immenso patrimonio storico e artistico, che gli ha conferito l'appellativo di *città d'arte*, strizza l'occhio al concetto di patrimonio nell'ottica di un tesoro da cui estrarre ricchezza. La monetizzazione dei valori, e il cartellino del prezzo presente sui beni culturali ben si sposa con la crescente domanda di turisti e di strutture ricettive atte ad ospitarli, derubricando le prospettive sociali ed economiche degli abitanti, ancorché i valori culturali di Firenze sullo sfondo.

Non è intenzione di questo elaborato trattare la storia di Firenze, di quanto essa sia stata un perno fondamentale per la formazione della Nazione Italia, in quanto culla del Rinascimento e sede di un progresso culturale e scientifico, nonché di genesi dell'odierna lingua italiana. Nonostante ciò, è bene comprendere la specificità del comune fiorentino, fortemente distinta da quella torinese se si considera la storia recente. Il riconoscimento globale di Firenze come città d'arte e dell'architettura è culminato con l'iscrizione del suo centro storico nella Lista del Patrimonio Mondiale o (World Heritage List) nel 1982 da parte dell'ufficio UNESCO; se da un lato ha posato un fardello importante per quanto concerne la salvaguardia e la tutela di quest'area, dall'altro ha contribuito a rafforzare e amplificare l'immagine di città d'arte. Di conseguenza, il turismo attratto da Firenze ha una marcata accezione culturale. Secondo i dati riportati dalla Città Metropolitana di Firenze, nel solo 2022, si sono registrati oltre 3,2 milioni di arrivi e 7,4 milioni di presenze che hanno interessato il territorio comunale.¹⁸³ Numeri, questi, di gran lunga sproporzionati rispetto alla popolazione residente, che nello stesso anno era di poco inferiore alle 370000 persone. All'interno del patrimonio culturale di cui Firenze dispone, un'impronta incisiva è quella posta dalla Galleria degli Uffizi: il fiore all'occhiello fiorentino, oltre ad essere il museo d'arte italiano più visitato, nel 2023 ha contato un numero di visitatori prossimo ai 5 milioni.¹⁸⁴

¹⁸²<https://corrierefiorentino.corriere.it/>

<https://www.rainews.it/tgr/toscana/articoli/>

¹⁸³<http://dati.cittametropolitana.fi.it/>

¹⁸⁴ <https://www.uffizi.it/>

8.1 Dinamiche temporali e spaziali

Che Firenze sia una città fortemente pervasa da una comunità turistica è dimostrato anche dai dati relativi al numero di posti letto presenti nel capoluogo toscano. Dai 49130 posti letto del 2017 si è giunti ad una cifra di 52319 posti letto registrati nel 2022; a farsi carico di questo trend sono principalmente le strutture ricettive extralberghiere cresciute circa del 30% nello stesso arco temporale (5000 unità in valori assoluti).¹⁸⁵ Per ciò che concerne l'attività di annunci presenti sulla piattaforma Airbnb dal 2017 al 2023 si denota un andamento pressoché simile al contesto torinese, come espresso nel grafico 8: già nel 2017 si contavano poco meno di 16000 annunci, che nel giro di due anni hanno raggiunto il picco storico mai registrato prima con ben 17592 annunci. Nonostante il contraccolpo dovuto alla pandemia da COVID-19, che ha causato un calo del 26% di annunci retrocedendo ad un totale di circa 13000 al 2021, è seguito un nuovo biennio di crescita costante che ha riportato gli annunci ad un totale simile a quello del 2017.

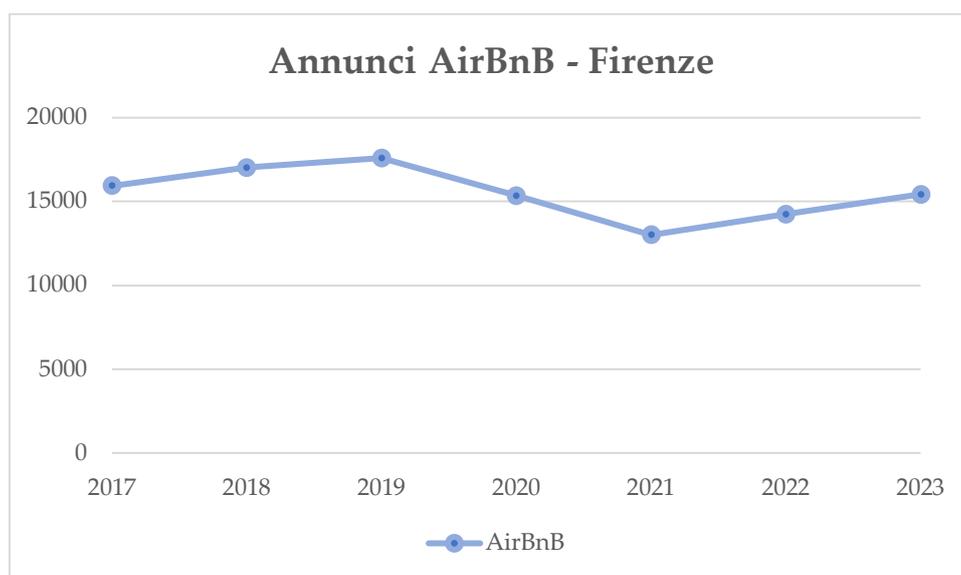


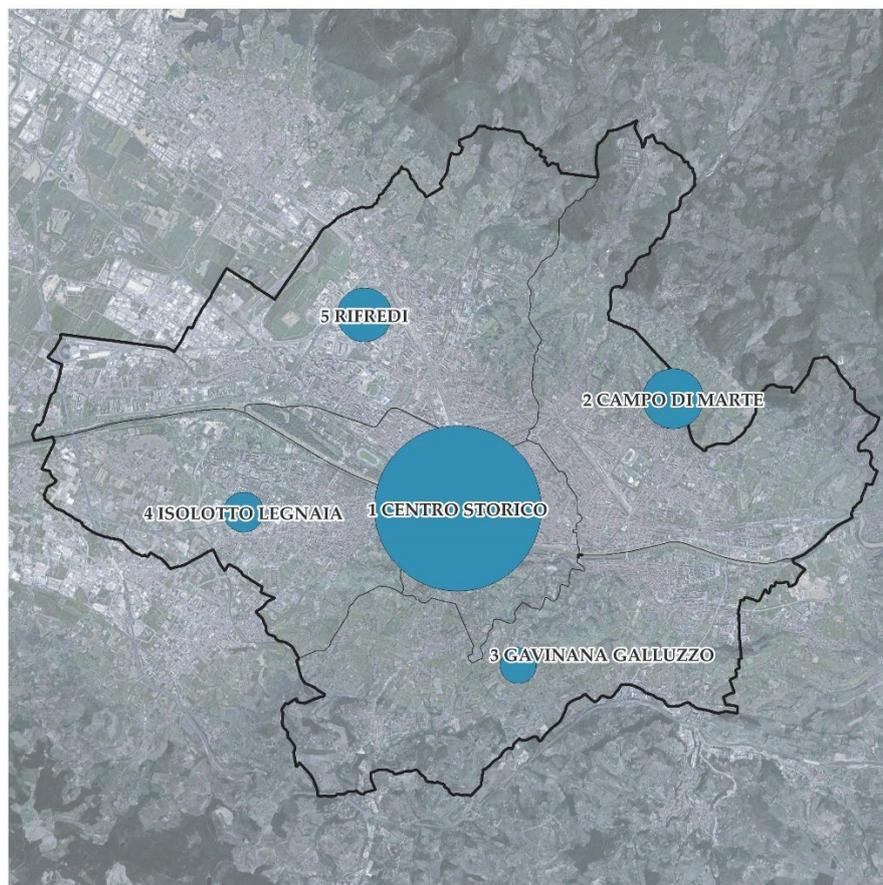
Grafico 8 - Andamento storico degli annunci Airbnb nella città di Firenze
Fonte: Elaborazione propria

L'analisi spaziale della distribuzione degli annunci Airbnb a Firenze tra il 2021 e il 2023 ritrova una chiara tendenza a concentrare gli annunci nelle aree centrali della città: tuttavia a Firenze, a differenza di Torino, si verifica una profonda spaccatura fra il quartiere "1 Centro Storico" e i quartieri contermini. Nel 2021, anno in cui gli annunci erano ai minimi, il quartiere "1 Centro

¹⁸⁵ ISTAT, 2023

Storico" contava ben 9745 annunci, seguito, ben più lontano in termini assoluti dal quartiere "2 Campo di Marte" con 1236. Lo scenario si replica e si amplifica seguendo lo stesso schema distributivo due anni dopo, dove nel quartiere "1 Centro Storico" il totale di annunci ammonta a 11482. Questo dato è particolarmente emblematico, poiché nella nuova fase espansiva di proprietà il centro si è consacrato come vero e proprio catalizzatore dato che l'incremento dell'offerta totale di oltre 2000 unità abitative destinate ad affitti a breve termine è corrisposto ad un aumento delle medesime unità all'interno del quartiere centrale (figura 12). La logica spaziale divisiva e selettiva fra i quartieri urbani è sempre guidata dall'attrattività dei luoghi e dai servizi che vi si trovano sia in termini di attività ed eventi disponibili che come connettività infrastrutturali interquartiere.

Annunci Airbnb per quartiere



Legenda

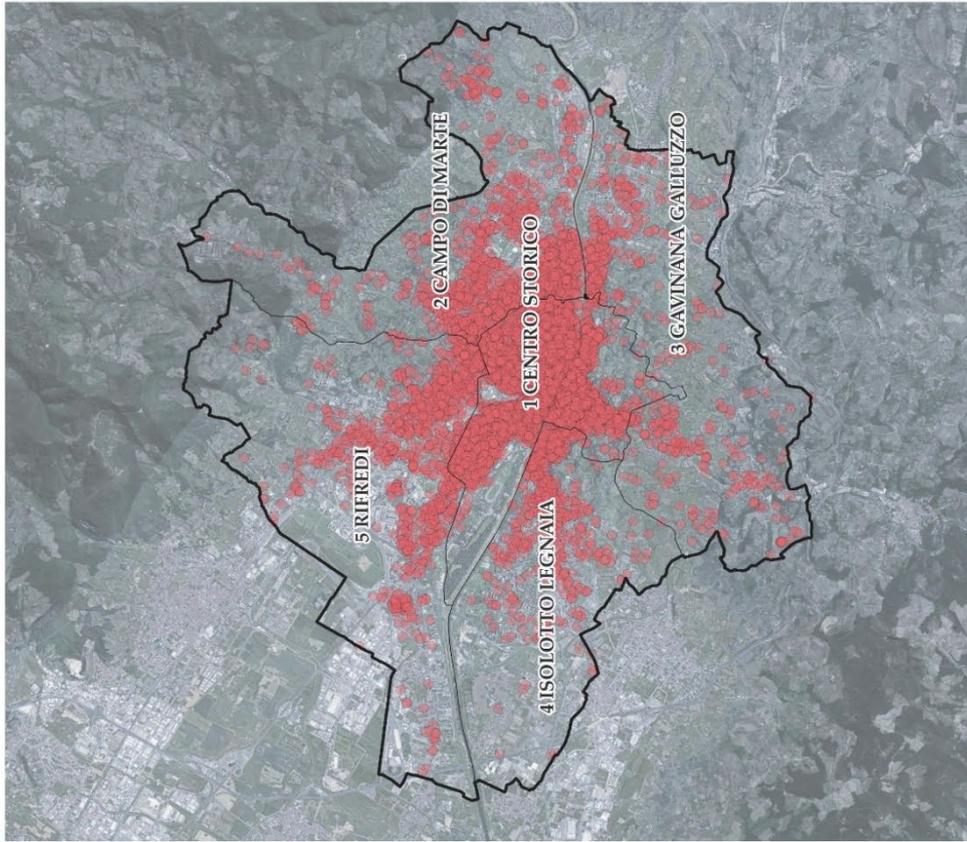
- Quartieri
- Totale annunci

0 1 2 km

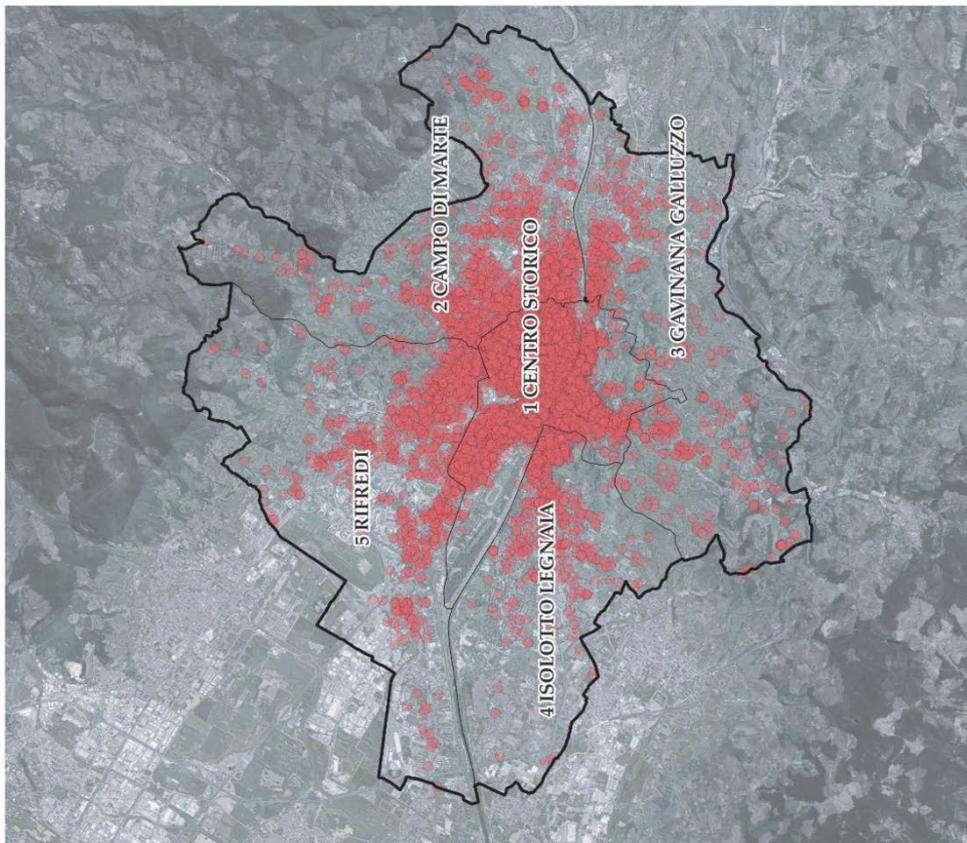
Figura 12 - Distribuzione Airbnb per quartiere - Firenze
 Fonte: Elaborazione propria



Annunci AirBnB 2023



Annunci AirBnB 2021



Legenda
□ Quartieri • Proprietà AirBnB

Figura 13 - Confronto annunci Airbnb 2021 e 2023 – Firenze
Fonte: Elaborazione propria

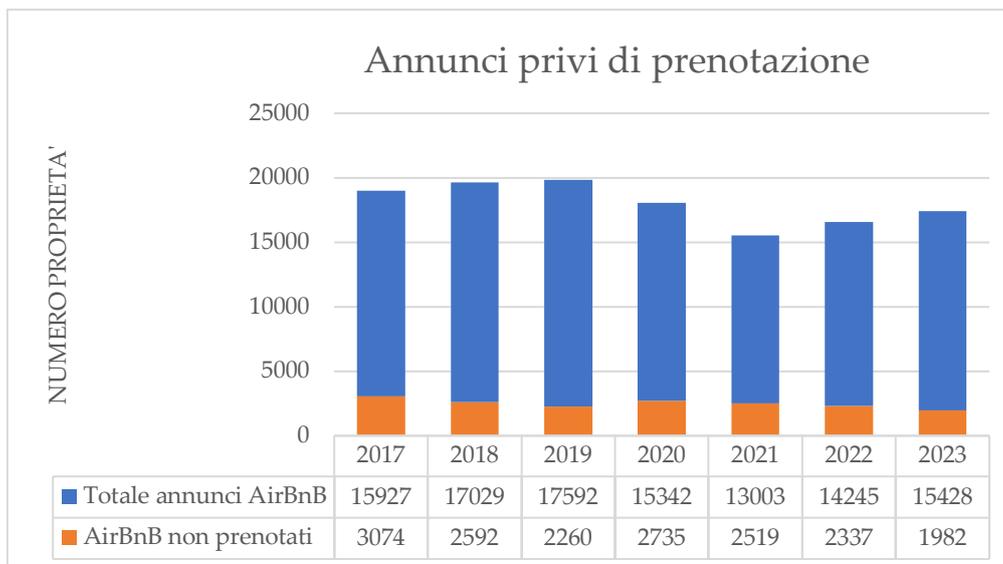
8.2 Demografia e abitazioni

Per comprendere l'impatto dell'abitare momentaneo promosso da Airbnb nel contesto abitativo del Comune di Firenze, è utile partire da alcuni dati chiave relativi alla situazione delle abitazioni e alla popolazione residente, analogamente a quanto prodotto per Torino.

Il primo quadrante di dati volge lo sguardo al totale di abitazioni presenti sul territorio e come queste si ripartiscono in termini di proprietà e affitto. Nel 2019, Firenze contava un totale di 177.317 abitazioni, delle quali 127.876 erano di proprietà, mentre 38.505 in affitto. Questo significa che quasi il 72% delle abitazioni erano di proprietà.¹⁸⁶ Incrociando i dati relativi alle dinamiche demografiche considerando il periodo 2018-2022, si denota come il comune di Firenze abbia subito un calo di abitanti di modesta entità: nel 2018, infatti, erano circa 369.885 i cittadini fiorentini, a fronte di 362742 abitanti censiti nel 2022. Nonostante ciò, il numero di famiglie presenti sul territorio comunale ha registrato un andamento diametralmente opposto. Nello stesso arco temporale le famiglie sono aumentate di più di 4000 unità secondo i dati ISTAT. Di fatto, a condurre tale incremento è stata la crescita delle famiglie mononucleari, le quali sono aumentate da 85856 nel 2018 a 94.208 nel 2022. Questo dato, se incrociato con il contemporaneo andamento di nuclei familiari di differenti unità, sottolinea non solo come le famiglie mononucleari a Firenze siano cresciute al pari della crescita totale delle famiglie, ma al contempo indica come ad un calo di popolazione generale sia corrisposta una sostituzione della tipologia familiare, che ha prediletto e attratto abitanti in quanto individui singoli e non famiglie composte da due o più membri. Di conseguenza, il maggior numero di famiglie mononucleari ha dovuto fare i conti con una domanda di abitazioni più elevata, scontrandosi nell'area del centro storico con un'offerta di abitare temporaneo che ha limitato fortemente la dotazione di patrimonio edilizio residenziale per una potenziale domanda abitativa permanente.

Per ciò che concerne gli annunci di Airbnb ricadenti nell'intero territorio comunale, si è effettuata nuovamente una ricostruzione grafica atta ad indagare il grado di utilizzo del bene immobile. In primo luogo sono stati messi a confronto il numero di annunci senza alcuna prenotazione in un intero anno solare con il totale di annunci per ciascun anno, come espresso dal grafico 9.

¹⁸⁶ ISTAT, 2024



*Grafico 9 - Annunci privi di prenotazione a Firenze dal 2017 al 2023
Fonte: Elaborazione propria*

Leggendo tale rapporto in chiave percentuale si desume quanto il tasso di inoccupazione delle proprietà sia tendenzialmente diminuito dal 2017 al 2023, con l'eccezione di una fase di ricrescita durante il periodo del lockdown da COVID-19. Di fatto, a fronte di un totale di annunci simile nel 2017 e nel 2023, in quest'ultimo anno si registrano un numero di Airbnb mai prenotati nettamente inferiore, che equivale ad un 12,8% degli annunci totali.

In modo parallelo si è condotta un'analisi atta a far emergere la distribuzione tipologia degli oltre 15.000 annunci destinati ad affitti a breve termine nel 2023 a Firenze. Come nel contesto torinese, percentuale di patrimonio abitativo presente su Airbnb rimanda prevalentemente ad una tipologia abitativa, riconosciuta nella "casa/appartamento": come evidenziato dal grafico 10 questa tipologia si replica per oltre l'80% dell'offerta totale in 12425 annunci; ad aggiudicarsi la quota tipologica rimanente è nuovamente la "stanza privata", che con il 19% e 2817 annunci, copre il 99% delle tipologie abitative presenti. Infine, le "stanze condivise" e le "stanze d'hotel" contribuiscono insieme ad un 1% del totale.

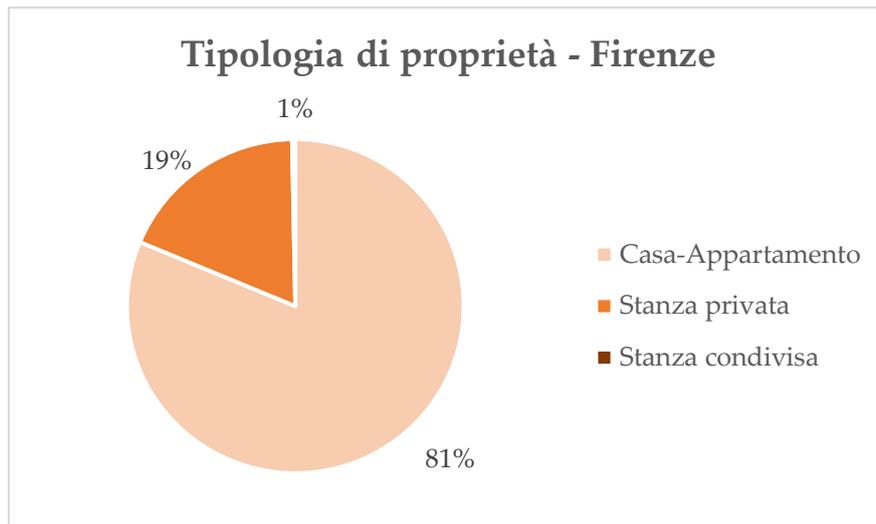


Grafico 10 - Tipologia di annuncio Airbnb - Firenze 2023
 Fonte: Elaborazione propria

8.3 Host e ricavi

In questo paragrafo si sono messi in luce gli annunci incrociati, in una lettura trasversale, con gli host che operano nel Comune di Firenze indagando quanto il capitalismo dei rentier si sia insinuato fra le mura del centro storico e come gli annunci siano ripartiti fra il totale di soggetti che operano nell'area. Riprendendo la classificazione espressa da Gil, si è effettuata una ricostruzione della tipologia di *host* in funzione del numero di annunci che ciascuno di essi offre: per tal motivo si riconoscono *host occasionali, costanti, professionali e investitori*. Il focus di questo specchietto è appunto capire se e quanto gli *host* investitori siano divenuti un portatore di interesse capace di influenzare le dinamiche non solo economiche, influenzando sull'andamento dei prezzi immobiliari delle residenze più prossime, ma anche orientando le scelte amministrative e politiche che concernono la città. Un primo tentativo è espresso dal grafico 11 dove gli istogrammi mettono in relazione il numero di annunci presenti al 2023 con la classificazione degli *host* multiproprietari indicata come da paragrafo 7.3. Osservando il grafico, si nota in prima battuta come il numero di *host* con un singolo annuncio sia la categoria predominante con 4700 annunci su un totale di 15428. Ciononostante, si registrano quasi 10000 annunci che sono gestiti da *host* che offrono almeno due annunci, non classificandosi più come *host occasionali*, ma rientrando, al più, nella sfera degli *host costanti*. Spostandosi sul vertice opposto del grafico si riesce a comprendere in modo più esplicito quanto il tema della rendita e di cattura del valore sia di particolare interesse nella città di Firenze. Gli *host* che posseggono fra i 21 e i 100 annunci sono 54, un numero piuttosto esiguo rispetto al totale, sebbene detengano una quantità

di annunci superiore alle 2000 proprietà. A questi vanno sommati altri 728 annunci, detenuti da soli 4 *host*, un equivalente del 5% dell'offerta totale di affitti a breve termine.

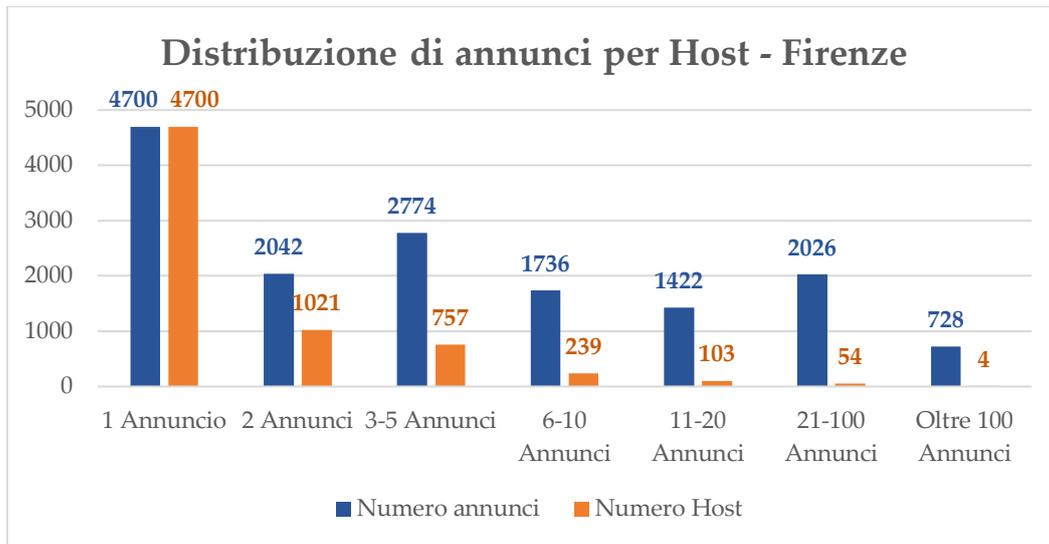


Grafico 11 -Distribuzione Host multiproprietari
Fonte: Elaborazione propria

Più dettagliatamente, nel grafico 11 viene approfondita tipologia degli *host* secondo la classificazione proposta da Gil nella città di Firenze. In una tonalità di azzurro/grigio si riconosce la categoria con la maggior percentuale di *host*, ovvero gli *host occasionali*, circa il 68% del totale, che insieme agli *host costanti*, 14,84%, costituiscono il panel di *host* che ricadono all'interno di un'economia cooperativa. Viceversa, gli *host professionali* e gli *host investitori* sono rispettivamente l'11 e il 3% degli *host* totali.

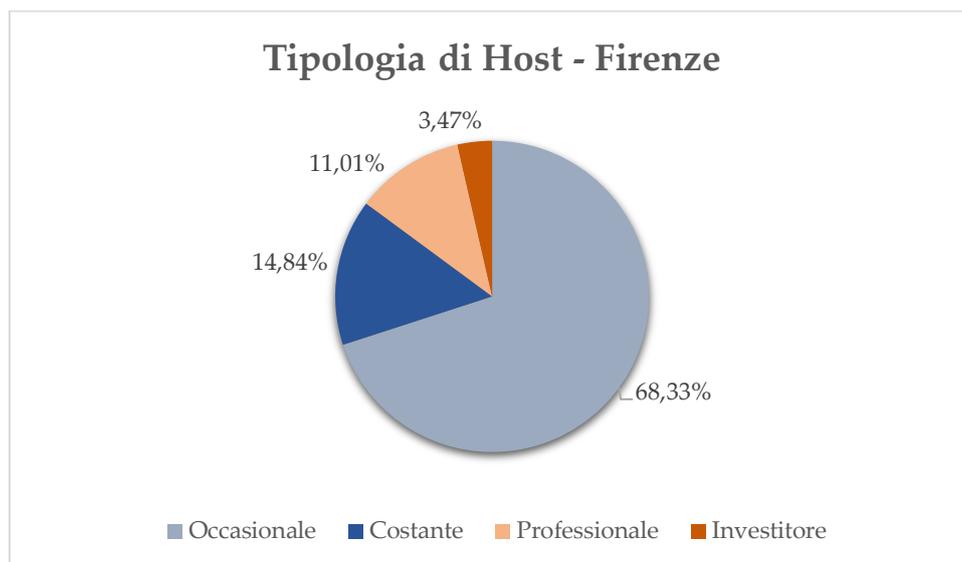


Grafico 12- Tipologia di Host - Firenze 2023
Fonte: Elaborazione propria

Incrociando i dati elaborati all'interno dei due grafici si denota un importante sbilanciamento che coinvolge le categorie di host che appartengono ad una filosofia economica distante da quella proposta da Airbnb: sebbene gli *host professionali e investitori* siano poco più del 15% sul totale degli host, un valore pari a 1157, allo stesso tempo è necessario rimarcare che questi siano dotati di un patrimonio di annunci pari a 8686, un dato incredibilmente sproporzionato e quasi doppio rispetto al ventaglio di annunci offerti da *host occasionali* che ammontano a 4700.

Infine, occorre menzionare l'andamento medio dei ricavi a vantaggio di ciascun host: dal 2017 al 2023 i ricavi sono infatti aumentati del 70% passando da un ricavo medio per notte di 116 € nel 2017 ai 198€ del 2023.

8.4 Amministrazione di una città per residenti e turisti

La volontà degli abitanti di vivere in una città in un luogo di qualità, da un lato, e la forte pressione turistica, che ha esacerbato le criticità di un centro storico sempre più votato alla fugacità, dall'altro hanno spinto l'amministrazione di Firenze non solo a dover prendere consapevolezza di questa duplice dimensione, ma anche di saper trovare un equilibrio per garantire una stabilità che sappia fare sintesi fra uno sviluppo economico e la salvaguardia di un patrimonio di valori globali. Firenze, insieme a Venezia, è stata una delle prime città italiane a sollevare le criticità suscitate dal modello di ospitalità che Airbnb ha innescato. Nell'Ottobre del 2023 l'amministrazione comunale ha sancito, tramite delibera, lo stop alla nascita di nuovi Airbnb nell'area Unesco del centro storico di Firenze. Contemporaneamente, è stata avanzata una contromisura, inserita nella medesima delibera, per rendere più appetibile nuovamente il mercato ordinario degli affitti prevedendo l'azzeramento dell'IMU sulla seconda casa per i primi tre anni per coloro che abbandonano le locazioni a breve termine ad appannaggio di un mercato degli affitti ordinario. Ciò che poteva sembrare un fenomeno contingente è divenuto una problematica strutturale per la città di Firenze da qualche anno: per tal motivo l'amministrazione ha tentato di stabilire dei paletti e ridimensionare il fenomeno delle locazioni a breve termine, considerando un quadro normativo ove sono assenti riferimenti nazionali ed europei. La limitazione del processo di colonizzazione che ha interessato gran parte del centro storico e non solo, non ha dunque solo un peso locale ma racchiude la volontà di "*fare breccia nell'inerzia del Paese*" richiamando ad una maggiore attenzione sul fenomeno.¹⁸⁷ Lo stesso Nardella,

¹⁸⁷ Queste le parole utilizzate dal sindaco di Firenze Dario Nardella in [Firenze vieta nuovi Airbnb in area Unesco \(rainews.it\)](https://www.rainews.it);

sottolinea quanto sia importante che la pianificazione e la regolamentazione del fenomeno si cali ad una dimensione locale coinvolgendo amministrazioni e sindaci, facendo riferimento alla gestione di altri paesi europei come Francia, Spagna od Olanda.

9 Bologna

Analogamente ai due casi studio precedenti, la città di Bologna ha affrontato, nel corso degli ultimi due decenni, una marcata crescita di turisti all'interno del proprio territorio comunale. Quanto emerge dal grafico 13 è lo spiccato aumento del numero di passeggeri che sono transitati per l'aeroporto "Guglielmo Marconi". Aumentati del 190% sino a quasi triplicare i propri volumi di traffico, i passeggeri registrati nel 2023 sono stati 9.961.254.¹⁸⁸ Sebbene tali volumi non evidenzino una diretta correlazione con un incremento del numero di turisti nella città, sono senz'altro un valido elemento di interpretazione per comprendere il peso attrattivo crescente che l'aeroporto esercita per la città e la Regione Emilia-Romagna, in quanto infrastruttura localizzata a soli 10 km da Bologna stessa. A testimonianza dell'andamento crescente di turisti vi è la registrazione del numero di presenze in riferimento allo stesso arco temporale: nel 2001 le presenze ammontavano ad 1.617.845, a fronte delle 3.617.717 registrate alla fine del 2023.¹⁸⁹ Si precisa che il dato relativo alle presenze nell'anno 2015, non è da considerare valido in quanto oggetto di una possibile ridondanza e duplicazione di valori, poiché dal 1 Gennaio 2016 le attività di rilevazione statistica della capacità ricettiva e del movimento turistico, nonché il relativo personale, sono stati trasferite alla Regione Emilia Romagna e non sono più in seno alla Città Metropolitana di Bologna.

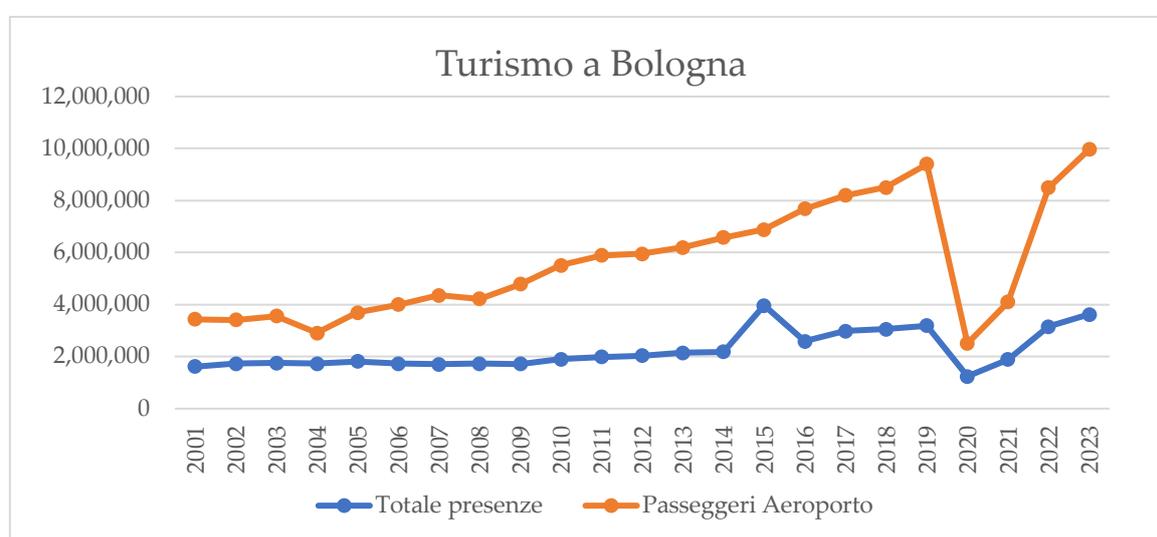


Grafico 13 - Turismo a Bologna
Fonte: Città Metropolitana di Bologna, Assaeroporti

Senza altro l'incremento dei flussi turistici testimonia un impatto positivo per l'economia locale della città felsinea, di pari passo con i numerosi investimenti e le ingenti risorse impiegate dalla città per

¹⁸⁸ Dati forniti da Assaeroporti: <https://assaeroporti.com/serie-storiche/>.

¹⁸⁹ Città Metropolitana di Bologna: https://www.cittametropolitana.bo.it/turismo/Per_gli_operatori/Statistica;

agevolare e coordinare in ottica più funzionale e rapida gli spostamenti fra i principali poli attrattori cittadini. Ne sono testimonianza progetti infrastrutturali come il Marconi Express, conosciuto anche come people mover di Bologna¹⁹⁰, un sistema di collegamento ettometrico che consente un collegamento diretto fra l'aeroporto Marconi e la stazione ferroviaria di Bologna Centrale. A fronte di un flusso crescente di turisti in città, l'offerta ricettiva ha subito un massiccio ampliamento delle locazioni a breve termine attraverso l'utilizzo di piattaforme home-sharing fra cui, appunto, Airbnb.

9.1 Dinamiche temporali e spaziali

A fronte di un numero di presenze in perpetua, seppur lieve, crescita è necessario indagare e comprendere come la città assorbe tali flussi e come li distribuisce sul proprio territorio. Il livello di offerta connesso al mercato turistico viene nuovamente illustrato mediante l'analisi di due indicatori, il numero strutture ricettive e il numero di posti letto, entrambi distinti per tipologia di servizio cui afferiscono. La legge regionale n.16/2004 disciplina le strutture ricettive dirette all'ospitalità riconoscendo tre macro-tipologie di strutture: alberghiere, extralberghiere e strutture all'aria aperta.¹⁹¹ In merito agli esercizi ricettivi, il grafico 14 illustra, negli oltre vent'anni dalla fine del XX secolo al 2022, una profonda disparità in termini assoluti: sebbene le strutture ricettive alberghiere siano incrementate di alcune unità, passando dalle 75 del 1999 alle 93 del 2022, lo stesso non si può affermare per le strutture ricettive extra-alberghiere. La crescita, in questo senso, ha coinvolto un numero ampiamente maggiore di esercizi portandoli dalle sole 4 unità registrate nel 1999 alle 532 nel 2015, anno in cui il fenomeno è andato incontro ad un'escalation ancora più intensa e che ha portato, nel 2022, un totale di 1909 strutture.

¹⁹⁰ Si tratta della prima monorotaia a guida vincolata in Italia completamente automatizzata. È entrata in esercizio il 18 Novembre 2020. https://bologna.repubblica.it/cronaca/2020/11/18/news/finalmente_e_partito_il_people_mover-274810509/.

¹⁹¹ Fra le strutture ricettive extra-alberghiere si riconoscono: case per ferie, ostelli, rifugi alpini, rifugi escursionistici, affittacamere, case e appartamenti vacanze.

L.R. 16/2004: <https://demetra.regione.emiliaromagna.it/al/articolo?urn=er:assemblealegislativa:legge:2004;16>.

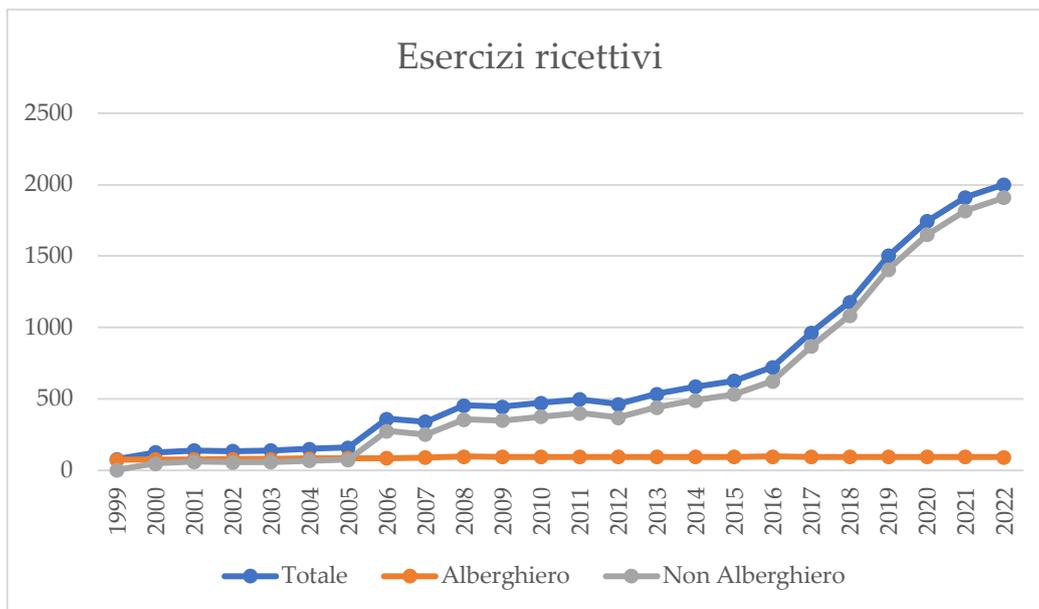


Grafico 14 - Strutture ricettive – Bologna

Fonte: Elaborazione propria su dati Città Metropolitana di Bologna e Regione Emilia-Romagna

Parimenti, per il numero di posti letto si è osservata una dinamica equivalente alla precedente, con la sola distinzione che, al 2022, i posti letto presenti nelle strutture alberghiere, pari a 12.713, risultavano essere ancora in numero superiore rispetto ai posti letto extra-alberghieri, 9.629.¹⁹² Nuovamente, si nota come anche in questa circostanza Airbnb ha svolto un ruolo propulsivo nella diffusione dell'offerta turistica: il grafico 15 illustra l'andamento in serie storica di annunci per il periodo 2017-2023. Già nel 2017 si contavano 5885 annunci, una quota significativa se confrontata con la trama edilizia della città, piuttosto compatta e densa, e il suo numero di abitanti, circa 389.261.¹⁹³ Nonostante il calo contingente durante la pandemia da COVID-19, che ha fatto scendere il numero di annunci disponibili al 2021 a 4814, nei soli due anni successivi i valori sono tornati a crescere del 26% in due anni, raggiungendo un totale di 6079 proprietà presenti sulla piattaforma nel 2023.

¹⁹² <https://statistica.regione.emilia-romagna.it/turismo/dati-preliminari/dati-consolidati-2016/analisi-territoriale-della-offerta-turistica/dettaglio-provinciale/bologna/bologna-anno2016.pdf>.

¹⁹³ ISTAT, 2017.

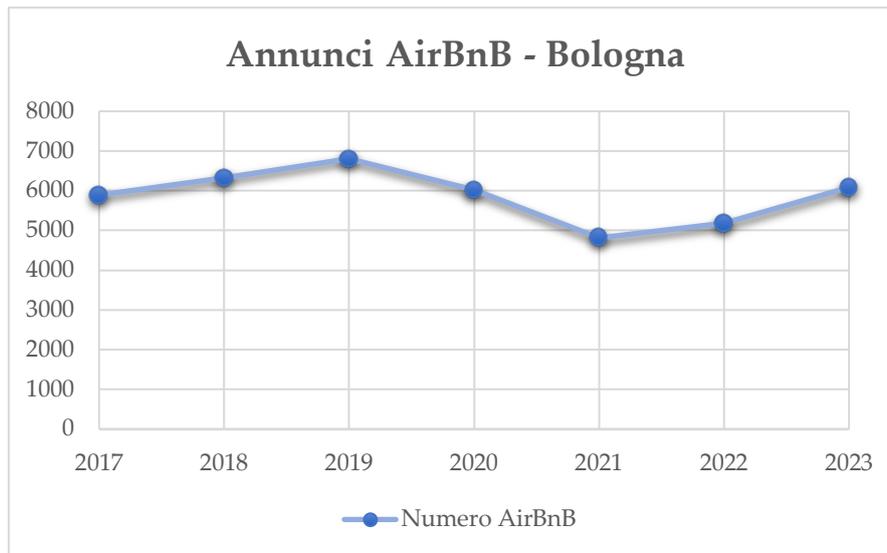
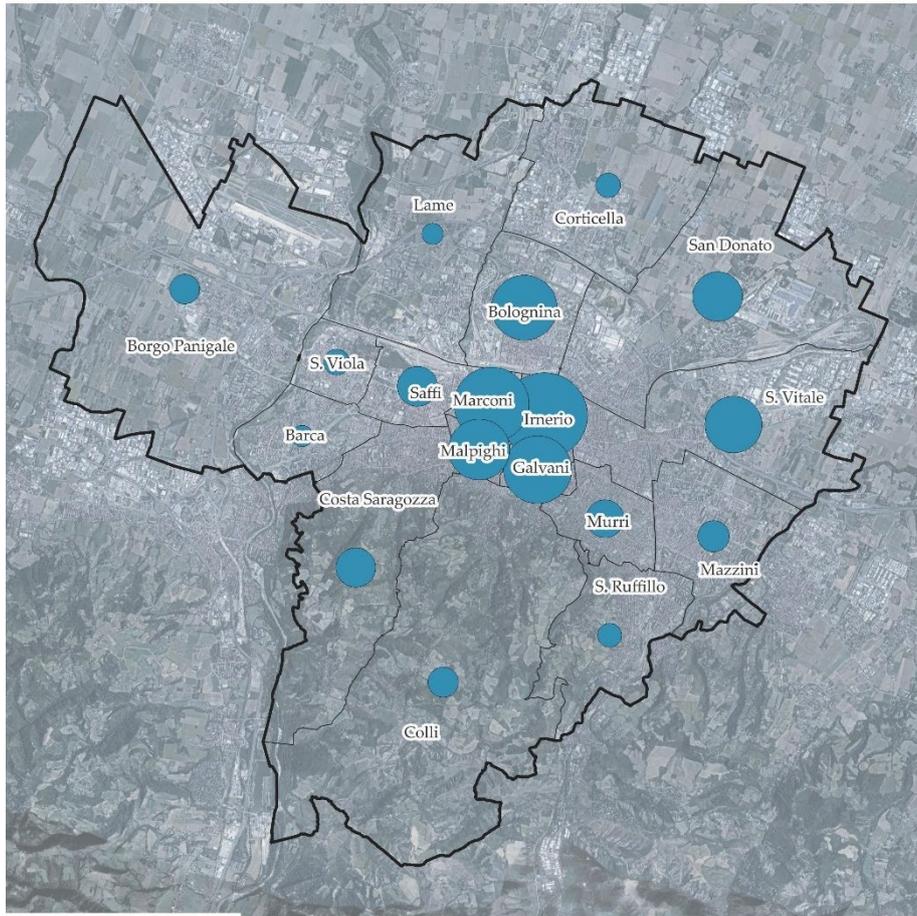


Grafico 15 – Andamento storico degli annunci Airbnb nella città di Bologna
Fonte: Elaborazione propria

L'analisi della distribuzione spaziale degli annunci di Airbnb a Bologna si articola in funzione di 18 zone. Quanto emerge è una forte attrazione centripeta esercitata dal centro urbano quale fulcro attrattore di annunci in città: più precisamente, ciò che rimane delle storiche mura di Bologna funge da spartiacque fra ciò che accade al loro interno rispetto a ciò che ne è esterno. La cerchia muraria, demolita agli inizi del Novecento per fare spazio ad un'espansione urbana sempre più pressante, è oggi ancora riconoscibile nel perimetro tracciato dai suoi assi viari periferici, nonché dalle porte urbane che demarcano gli antichi confini storici.¹⁹⁴ La distinzione, in termini di proprietà presenti su Airbnb, fra ciò che accade all'interno dell'ex cinta muraria e quanto succede al di fuori si rivela pressoché eguale nel corso del periodo storico di indagine ed è dapprima fotografata nel solo 2023, in figura 14, e in seguito esposta in un confronto cronologico nella figura 15. Nel 2021, anno in cui si è raggiunto il valore minimo, le zone con il maggior numero di annunci sono state "Irnerio", "Marconi" e "Galvani" rispettivamente con 865, 714 e 531 annunci per zona. Appena due anni dopo, lo scenario di distribuzione è rimasto invariato fra le zone, con un incremento medio di annunci pari al 22% per le tre aree appena indicate. La sola zona "Irnerio", con un'estensione areale di poco superiore al km² ha raggiunto una quota di 1088 annunci. Tuttavia, in coda alle tre zone intramurarie, la quarta zona in termini di annunci non è rappresentata da "Malpighi", ultimo quadrante che completa il tessuto urbano storico con 547 annunci al 2023, bensì la zona "Bolognina", 624 annunci, limitata a Sud dalla stazione ferroviaria di Bologna Centrale e ad Est dai padiglioni di Bologna Fiere.

¹⁹⁴ <https://www.originebologna.com/strade/mura-della-citta-wip/>.

Annunci AirBnB per quartiere



Legenda

- Quartieri
- Totale annunci

0 1 2 km

Figura 14 - Distribuzione Airbnb per quartiere - Bologna
Fonte: Elaborazione propria

9.2 Demografia e abitazioni

Bologna cresce. A Bologna non è solo il flusso di turisti e l'ampliamento dell'offerta di strutture ricettive ad osservare un aumento, ma lo è anche il numero di abitanti. Nel 2011 Bologna registrava 371.337 abitanti, un numero di poco superiore agli abitanti censiti nella città di Firenze, come indicato nel paragrafo 8.2; nel 2018 gli abitanti del capoluogo emiliano hanno raggiunto la cifra di 393.248 unità, calata leggermente a 389.200 unità nel 2022.¹⁹⁵ Incrociando il dato della popolazione con la composizione dei nuclei famigliari per il periodo di analisi 2018-2022, si possono ricavare due importanti considerazioni: la prima è che nella misura in cui gli abitanti registrati sono diminuiti di più di 4000 unità, nello stesso arco temporale le famiglie sono incrementate passando dalle 207.047 del 2018 alle 209.795 censite nel 2022. Inoltre, ponendo l'attenzione e soffermandosi sull'andamento delle categorie di nuclei famigliari si denota una generale decrescita fra i nuclei composti da due o più individui. Fanno così eccezione le famiglie mononucleari che sono incrementate di quasi 7000 unità, passando dalle 105.573 del 2018 alle 112.122 del 2022.¹⁹⁶ Un ruolo incisivo nella crescita delle famiglie mononucleari è stato svolto dalla comunità studentesca, che ha pervaso non solo le unità abitative e fisiche della città, ma ne ha anche segnato l'immagine. Nel 2020, infatti, l'Università di Bologna, nota come Alma Mater Studiorum, nonché la più antica università del continente europeo data la sua fondazione avvenuta nel 1088, si collocava al secondo posto per numero di iscritti fra le università italiane, con 82.167 studenti.¹⁹⁷ Quest'ultimo dato testimonia non solo un'elevata percentuale studentesca sul totale degli abitanti, oltre il 20%, ma suggerisce contemporaneamente il peso e la rilevanza dell'Università quale risorsa urbana identitaria. Senz'altro pressione studentesca gravato sullo stock abitativo residenziale risulta essere un fattore che Bologna, e la propria amministrazione, non possono non tenere in considerazione. Secondo l'indagine condotta da Gentili, (Gentili et Al., 2018) in merito al mercato degli alloggi in locazione nel comune di Bologna, sono stabilmente trentamila gli studenti universitari fuorisede che ogni anno devono trovare un alloggio, quasi 35.000 nel solo 2018¹⁹⁸; a questi vanno sommati ricercatori e studenti coinvolti in

¹⁹⁵ ISTAT, 2024.

¹⁹⁶ Ibidem, 2024.

¹⁹⁷ L'università ebbe un ruolo urbanistico a partire dal suo Ottavo Centenario, cominciando a diffondersi nel tessuto urbanistico più antico occupandone antichi edifici e, al contempo, costruendone di nuovi. <https://www.unibo.it/it/ateneo/chi-siamo/la-nostra-storia/nove-secoli-di-storia-1/nove-secoli-di-storia>.

Secondo i dati del MIUR, Bologna è preceduta solo dall'Università di Roma La Sapienza, con i suoi 104.700 iscritti, e seguita, a corto raggio, dalle Università di Torino, con 75.542 studenti. https://anagrafe.mur.gov.it/php5/home.php?&anni=2019-20&categorie=ateneo&status=iscritti&tipo_corso=TT&&order_by=i.

¹⁹⁸ Gentili A. et Al., 2018.

esperienze internazionali con altri Paesi. Il tutto gravita su un sistema di locazioni che, al 2019, contava ben 129.113 unità di proprietà a fronte di 59.880 unità in affitto; le abitazioni di proprietà della città di Bologna equivalgono al 64% del totale, un dato di diversi punti percentuali al di sotto della media nazionale.¹⁹⁹

Fra le unità residenziali destinate al mercato degli affitti, gli annunci connessi alla piattaforma di Airbnb hanno acquisito una centralità sempre maggiore. Tuttavia, come espresso nel grafico 16, la registrazione e pubblicizzazione dell'annuncio sulla piattaforma non sempre ha riscosso l'esito sperato: quanto emerge dall'analisi è che dal 2017 al 2023 sono stati numerosi gli annunci che non hanno ricevuto alcuna prenotazione. Nel solo 2017 circa il 21% di annunci sono rimasti vuoti durante l'intero anno, pari a 1251. Tuttavia, se da un lato si è osservata una fluttuazione nell'andamento di annunci per affitti brevi in quest'arco temporale, al contempo per gli annunci privi di prenotazione è emerso un andamento distinto, tendenzialmente decrescente. Dai 1251 annunci del 2017 si è giunti ai "soli" 624 annunci del 2023, ancorché il numero totale di annunci, per i medesimi anni, è lievemente aumentato dalle 5885 unità alle 6079.

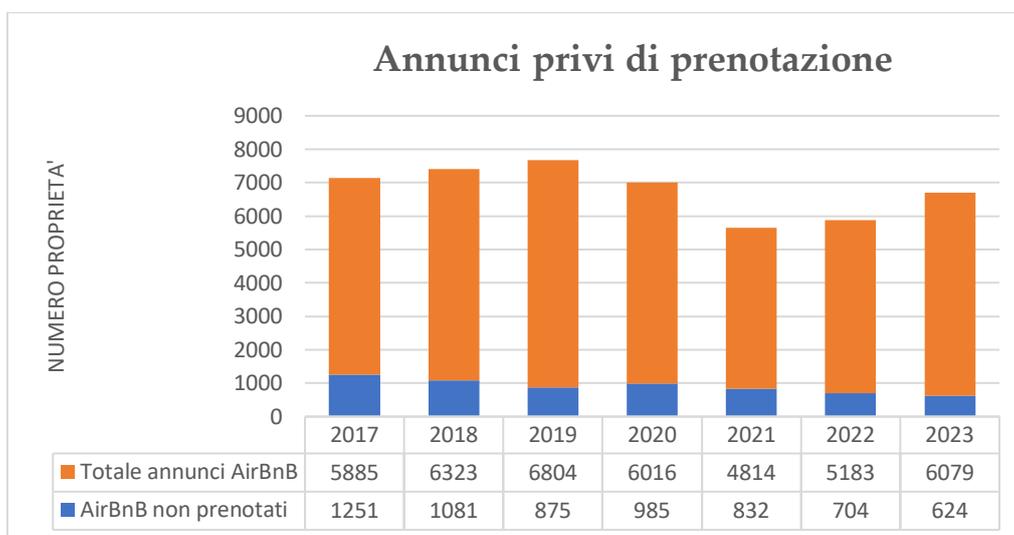


Grafico 16 - Annunci privi di prenotazione a Bologna dal 2017 al 2023
Fonte: Elaborazione propria

Parallelamente l'analisi condotta sulla distinzione tipologica degli annunci a breve termine presenti nel 2023 a Bologna ha arricchito il quadro di analisi illustrando uno scenario simile a quanto riscontrato nelle città di Torino e Firenze. La tipologia di annuncio che tende a predominare il mercato dell'abitare momentaneo a Bologna è la "casa/appartamento", come emerge nitidamente dal grafico 17. Tali proprietà corrispondono a circa il 72% dell'offerta totale nel 2023, equivalenti a 4381

¹⁹⁹ ISTAT, 2024.

annunci. Relativamente alle tipologie rimanenti, le “*stanze private*” detengono più di un quarto della quota di annunci, che con il 27% si articola su 1620 unità; nuovamente, le “*stanze condivise*” e le “*stanze d’hotel*” sono quelle presenti in minor numero nell’abaco delle tipologie, spartendosi comunemente l’1% sul totale degli annunci.

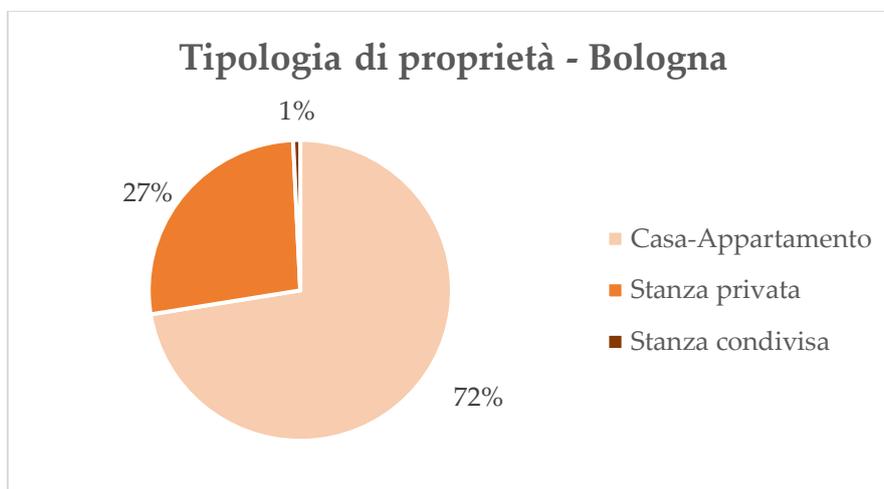


Grafico 17 - Tipologia di annuncio Airbnb – Bologna 2023
Fonte: Elaborazione propria

9.3 Host e ricavi

Analizzando la città di Bologna dalla prospettiva dei proprietari degli annunci, *host*, e dei ricavi da loro generati nell’anno 2023 si scorgono una pluralità di questioni che concorrono con le dinamiche dell’abitare urbano. In primo luogo, intrecciando il numero di annunci con il numero di *host*, come da grafico 18, secondo la medesima classificazione introdotta da Gil e adoperata per le città di Torino e Firenze, si denota una predominanza di annunci gestiti da un singolo *host*, pari a 2348; tuttavia quest’ultimi rappresentano poco più di un terzo rispetto agli annunci totali testimoniando come a Bologna vi sia una maggiore sensibilità all’adottare e convertire le proprie unità abitative in affitti a breve termine. Di fatto, oltre il 60% degli annunci è gestito da *host* che offrono almeno due soluzioni distinte sulla piattaforma, non ricadendo più nella categoria degli *host occasionali*. In merito allo stock di annunci rimanente, si possono effettuare due considerazioni: la prima è legata alla prevalenza di *host* multiproprietari che detengono fra i 3 e i 5 annunci ciascuno. In totale, questa categoria di *host*, che afferisce alla classe di *host professionali*, riconosce 336 soggetti che detengono 1193 annunci all’interno della città bolognese. Contemporaneamente, per gli *host* multiproprietari che dispongono e offrono di un numero maggiore di 6 annunci pro capite si rivela una equidistribuzione del numero di annunci fra le diverse categorie. La variante che ne permette una distinzione è legata al numero di *host*, se per la categoria di *host* che offrono dai 6 ai 10 annunci, si registrano un totale di 439

proprietà, alquanto diverso è lo scenario per gli *host* che dispongono di oltre 100 annunci, i quali detengono un patrimonio di 433 annunci, con la differenza che quest'ultimi sono ripartiti fra soli 3 individui.

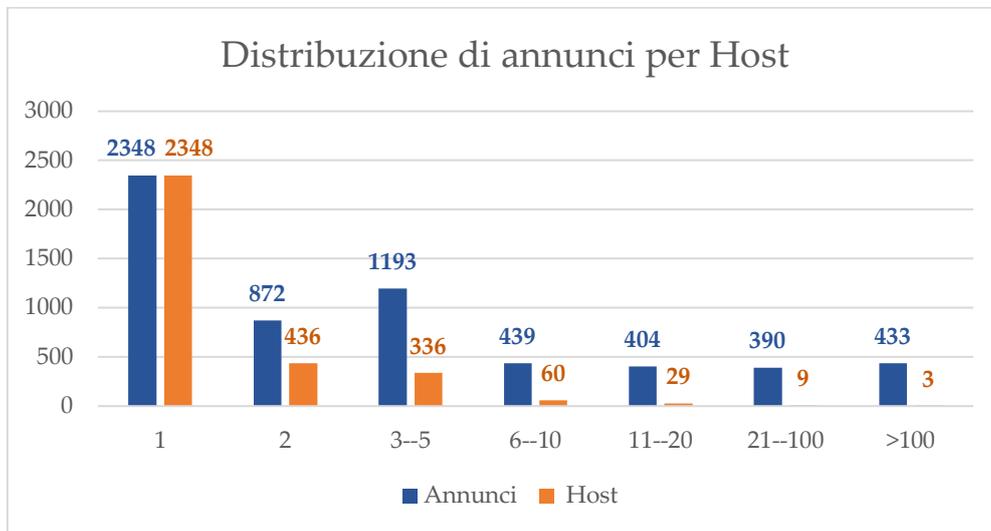


Grafico 18 - Distribuzione Host multiproprietari
Fonte: Elaborazione propria

Focalizzandosi solamente sulla classificazione degli *host*, il grafico 19 racconta un'altra prospettiva della realtà bolognese. Con la tonalità di azzurro/grigio sono indicati gli *host occasionali*, rappresentanti la grande parte degli *host* bolognesi, pari a 2348 che in termini percentuali si traducono in un 72,9%. Gli *host costanti* e gli *host professionali* sono pressoché presenti in pari misura, corrispondono rispettivamente al 13,54% e 13,19% sul totale, 436 e 425 in termini assoluti. In ultimo, gli *host investitori*, coloro che posseggono oltre venti annunci pro capite, sono circa lo 0,37%, pari a 1, nonostante gestiscano complessivamente 822 annunci.

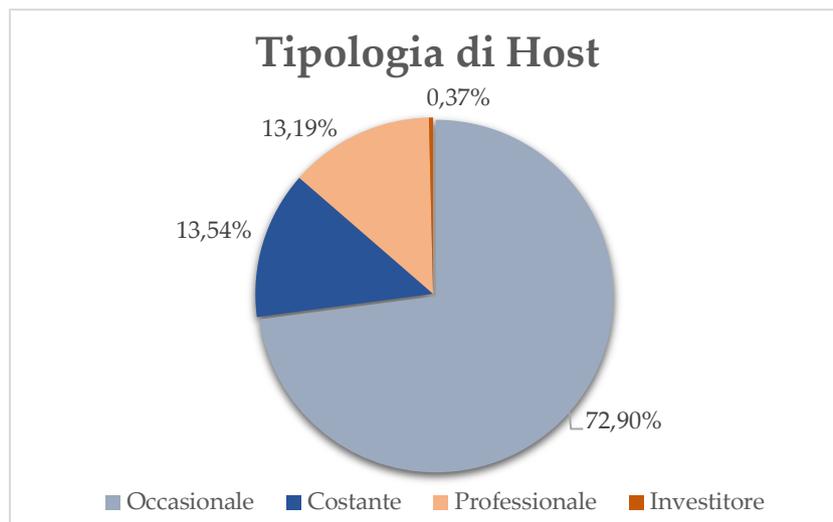


Grafico 19 - Tipologia di Host – Bologna 2023
Fonte: Elaborazione propria

Quanto emerge dall'analisi incrociata dei dati elaborati all'interno dei due grafici è la disparità di annunci fra gli *host* che afferiscono ad un modello economico tradizionale rispetto a quelli che strizzano l'occhio ad un modello economico più cooperativo. Come suggerito dal grafico 20, atto a sintetizzare i due precedenti, gli *host professionali e investitori* sono poco meno del 15% (437) rispetto al totale degli *host* (3221), tuttavia posseggono il 47% degli annunci all'interno del territorio comunale, pari a 2859 rispetto al totale dell'offerta di 6079.

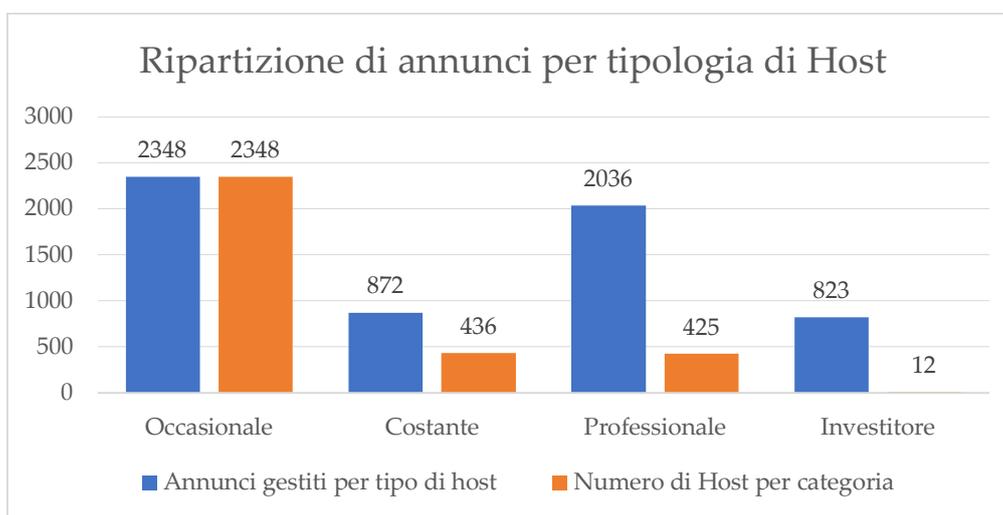


Grafico 20 - Ripartizione di annunci per tipologia di host - Bologna 2023
Fonte: Elaborazione propria

In ultima analisi, osservando l'andamento dei ricavi ad appannaggio di ciascun *host* si evidenzia un generale e costante incremento: nel 2017 la media dei ricavi per notte ammontava a circa 83€ a fronte di un valor medio di 129€ a notte registrato nel 2023, con un incremento pari al 55%.

9.4 Amministrazione di una città per residenti e turisti

La città di Bologna, nelle sue componenti fisiche e sociali, è soggetta a forti pressioni turistiche che se da un lato contribuiscono ad alimentare l'economia locale, al contempo si acquisiscono la domanda di strutture ricettive all'interno dello spazio urbano o, più precisamente, all'interno della cinta muraria. La riallocazione delle residenze da un mercato degli affitti tradizionale ad un mercato degli affitti a breve termine ha suscitato particolari attenzioni da parte di cittadini e investitori per la redditività stessa degli annunci brevi: secondo quanto riportato dalla ricerca condotta da Gentili (2018), una "casa/appartamento", nel 2017, occupata per 232 giorni l'anno (dato mediano per la città) poteva arrivare a fruttare da tre a cinque volte un affitto medio a canone concordato.²⁰⁰ Lo stesso rapporto, testimonia non solo quanto gli equilibri del mercato immobiliare siano incrinati dalla piattaforma di affitti brevi, ma soprattutto l'insufficiente dotazione di unità abitative a fronte della richiesta, in particolar modo quella avanzata dalla comunità studentesca. Studenti che, secondo Luca Dondi, "sono quasi espulsi dal mercato immobiliare"²⁰¹ nella misura in cui si affidano ad agenzie di intermediazione, non sempre legali, che coordinano le ricerche e assicurano un appartamento ad hoc, con costi fissi non trascurabili e senza alcun tipo di garanzia. A sollevare tali criticità e portarle all'attenzione dell'amministrazione sono state anche numerose associazioni, le quali hanno richiesto urgentemente di controllare questo *sprawl abitativo* a breve termine: fra queste si menziona Pensare Urbano, promotore di una raccolta firme per richiedere al comune di regolamentare e limitare l'influenza e l'impatto delle piattaforme sulla città e sul mercato immobiliare urbano. "I comuni devono immaginarsi in fretta strumenti nuovi [...] i problemi sono peggiorati per gli studenti e ora coinvolgono anche molte famiglie che a causa degli effetti della pandemia hanno redditi più bassi. Le città devono decidere dove investire, se mettere i soldi a disposizione del turismo di massa o a favore dei loro abitanti".²⁰² Queste le parole di Fabio D'Alfonso, portavoce di Pensare Urbano. Tuttavia, se è vero che l'abitare è soggetto alle leggi di una dinamicità che suggeriscono l'utilizzo di strumenti normativi e accordi per regolamentarne l'incontro fra domanda e offerta, è anche vero che le due macro-categorie, turisti e residenti, non possono essere interpretati e concepiti secondo una logica conflittuale. Gli stessi investimenti non possono che non guardare alle due realtà come parti complementari appartenenti ad uno stesso sistema. Non esistono soluzioni semplici e immediate in grado di bilanciare il mercato immobiliare, da qualunque versante gli investimenti propendano: fra le soluzioni prese

²⁰⁰ Gentili A. et Al., 2018.

²⁰¹ <https://www.ilpost.it/2022/09/18/case-studenti-bologna-airbnb/>, 2022.

²⁰² Ibidem, 2022.

maggiormente in considerazione vi è quella prevedere un ampliamento dell'offerta immobiliare, tuttavia, questo scenario deve obbligatoriamente fare fede a quanto sancito dalla L.R. n. 4/2018, secondo cui si esclude la possibilità di realizzare "nuove costruzioni", con l'intento di limitare fortemente l'attività antropica sul territorio e il conseguente consumo di suolo. Di fatto, l'ampliamento dell'offerta dovrebbe avvenire attraverso il recupero degli immobili attualmente sfitti e mediante azioni di riqualificazione urbana su aree abbandonate o dismesse.²⁰³

Come accaduto nel contesto fiorentino, anche l'amministrazione della città di Bologna reclama un intervento del governo a livello nazionale per limitare la diffusione incontrollata della piattaforma; al contempo ha deciso di mobilitarsi a livello inferiore tramite la creazione di un osservatorio metropolitano per studiare la condizione abitativa in città e analizzarne le dinamiche. La vicesindaca di Bologna Emily Clancy, nonché assessora alla Casa e all'emergenza abitativa, ha sostenuto come Bologna non sia l'unica realtà a dover affrontare simili criticità, che accomunano svariati ambienti urbani in campo europeo: sono infatti oltre 15 le città che si sono rivolte alla Commissione europea di intervenire in termini normativi per regolamentare il mercato perché, sostiene Clancy, *"come Bologna, tante città si trovano ad affrontare un effetto distorsivo di una piattaforma che era nata con un altro scopo e ora viene usata dalla grande speculazione."*²⁰⁴

²⁰³ L.R. 4/2018: <https://demetra.regione.emilia-romagna.it/al/articolo?urn=er:assemblealegislativa:legge:2018;4>.

²⁰⁴ <https://www.ilpost.it/2022/09/18/case-studenti-bologna-airbnb/>, 2022.

10. Conclusioni

La presente tesi ha proposto una ricostruzione dell'evoluzione del consumo e del ruolo che assume nelle città contemporanee mediante la duplice prospettiva turistico e abitativa, dove le nuove modalità di turismo urbano sono state fortemente alimentate dalla diffusione delle reti sociali digitali e, soprattutto, dallo sviluppo di piattaforme per affitti a breve termine come Airbnb. L'innovazione dirompente innescata da quest'ultima ha abbracciato la logica evolutiva del consumo appartenente alla società dei consumi contemporanea, discostandosi dalle teorie sociali moderniste che indicavano il consumo come necessaria attività quotidiana per soddisfare i propri bisogni. Oggigiorno nell'epoca del consumismo, la *merce*, così come descritta da Marx non è più solo percepita come oggetto né tantomeno come mero bisogno. L'aspetto tangibile delle cose è stato affiancato dalle esperienze immateriali e i bisogni hanno visto i desideri conquistarsi uno spazio sempre maggiore, governati da un principio di possesso e sostituzione in un metabolismo urbano che lavora assai rapido. Ciò che emerge dall'elaborato è che l'ottica dell'individuo consumatore non è sola ad essere mutata nel panorama dei consumi: di riflesso, le città stesse hanno improntato le loro scelte e intensificato i propri impegni nel definire politiche urbane atte a strizzare l'occhio al turista tramite operazioni di (re)branding urbano riconfigurando, contestualmente, i propri spazi. I cittadini stessi hanno poi autoalimentato, in termini più o meno consapevoli, la propagazione di immagini e luoghi turistici mediante la vetrina dei social network, canale di accesso che ha contribuito all'ascesa del numero globale di turisti illustrando una sequenza di immagini evocative ed esperienze autentiche. Airbnb, parallelamente ad una crescita esponenziale della mobilità degli individui, si è posto come un vero e proprio trampolino di lancio sia per l'incremento dei turisti, sia per quanto concerne l'amplificazione dell'economia di condivisione che inquadra il cittadino come potenziale imprenditore di successo. Tali cambiamenti si possono rintracciare nelle testimonianze riportate per diverse città europee, e si ritrovano dall'analisi condotta sulle tre città italiane di Torino, Firenze e Bologna, accomunate da dinamiche analoghe seppur con numeri e sfumature distinte. In breve, mediante un quadro di sintesi comparativo si può affermare che il dato rilevato di presenze e arrivi turistici registra numeri mai osservati prima d'ora, con un numero di strutture ricettive extralberghiere che, facendo da contraltare, hanno raggiunto e superato in termini assoluti le strutture ricettive alberghiere. Per quanto concerne gli annunci di Airbnb e la loro dispersione geografica si denota una costante attrazione centripeta che sancisce una forte predominanza e attrattività dei centri storici rispetto alle zone e quartieri limitrofi. Alla marcata selettività spaziale si

aggiunge un altro aspetto comune alle tre realtà urbane italiane, in netto contrasto con la filosofia battezzata dall'economia della cooperazione, di cui l'azienda californiana si fa portavoce, ovvero l'importanza dei legami di fiducia e dei principi di condivisione garantiti da Airbnb mediante le *stanze condivise*. In tal senso Airbnb non è granché riuscita a fare breccia nella sua comunità di *guest*: l'intento di rendere le *stanze condivise* un luogo comune a molti, dove i valori di condivisione e i legami più autentici erano il cuore dell'esperienza e dell'identità locale, si è scontrato con un predominio della domanda di case o interi appartamenti. Proprio in riferimento a quest'ultime si solleva il dibattito che raffronta gli interessi e i bisogni degli abitanti con i desideri e le aspettative dei turisti: se Airbnb, nel suo ruolo da intermediatore digitale e da orchestratore di rete fra *host* e *guest*, volge il suo sguardo e i propri interessi nei confronti della comunità turistica, lo stesso non possono permettersi di fare le città e le loro amministrazioni, quantomeno non prendendo in considerazione la questione abitativa. Se da un lato ci si domanda se effettivamente il turismo possa essere considerato come il nostro petrolio, il rovescio della medaglia mostra invece i costi sociali indotti dall'*overtourism* sugli abitanti di diversi Paesi europei: l'eco delle rimostranze che, infatti, si è riverberato in più città ha spinto le amministrazioni locali ad intraprendere strategie più o meno stringenti agendo in seno ad un senso di tutela della propria cittadinanza e del diritto alla città. L'ultima, e più risonante, iniziativa in ordine cronologico proviene dal sindaco di Barcellona Jaume Collboni il 21 Giugno 2024, il quale ha probabilmente sancito uno spartiacque significativo nella vita di Airbnb e dell'*overtourism*: lo stop al rinnovo di licenze per appartamenti turistici, approvato dal parlamento catalano, farà sì che dal 2029 nessuna casa potrà più essere messa sul mercato degli affitti per vacanze. La ragione di tale misura scaturisce da una forte crisi abitativa: negli ultimi dieci anni, gli affitti nella capitale catalana sono aumentati del 68%, mentre i prezzi degli immobili in vendita sono saliti quasi del 40 per cento.²⁰⁵ La strategia perseguita da Barcellona tenta di imporre un deciso freno a quel processo di gentrificazione digitale che Airbnb ha in parte contribuito ad inasprire, allontanando i residenti dai quartieri della loro stessa città. Tuttavia, come già descritto nel corpo dell'elaborato, Barcellona non è la prima a tentare di invertire la rotta, ma sono oramai diversi anni che organizzazioni, sindaci e amministrazioni adottano approcci e misure per limitare e contrastare il fenomeno degli affitti brevi. Lo sconvolgimento degli equilibri urbani portato da Airbnb è senz'altro evidente e le città hanno la responsabilità, in nome di un interesse pubblico, di coordinarne e pianificarne il carattere adattivo e dinamico. Ciò si traduce contestualmente

²⁰⁵ Bloomberg: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2024-06-21/barcelona-plans-to-ban-all-short-term-rentals-for-tourists-from-2029>.

nell'avvalersi di strumenti informativi geografici al fine di mappare la sua capillarità e, mediante indagini analitiche e letture spaziali, di coglierne le specificità rapportandole con le *circostanze abitative*, espressione caratteristica di ciascuna città. L'alternativa di un *do nothing scenario* alimenta la logica di città merce, i cui effetti collaterali si traducono in un progressivo sgretolamento dell'identità locale e del senso di comunità legato al luogo.

Se al tempo della società dei consumi, l'individuo consumista vive l'emozione della conquista e del distacco in un tempo transitorio e fugace ed è, inoltre, spinto dal bisogno di mercificare sé stesso per rendersi prodotto più attraente sul mercato, in modo opposto, oggi, la città deve essere in grado di anteporre alla sua logica di marketing urbano l'interesse collettivo dei suoi abitanti, limitando la messa a profitto dei propri spazi urbani e del proprio patrimonio culturale ed edilizio. Tutto ciò non significa promuovere un "turismo di qualità", secondo un'ideologia che racchiude una visione classista e garantisce l'accesso ai propri spazi urbani univocamente a chi ricade nella categoria del turista benestante, ma significa guardare al turismo, ai suoi numeri e alle sue caratteristiche, tramite una lettura integrata e comprensiva, come fenomeno in mutuo rapporto di influenza con l'abitare.

11. Bibliografia

- Amaro S. et al., 2018, *'Millenials Intentions to book on Airbnb'*, *Current Issues in Tourism*. 1-15, University of Viseu, Viseu.
- Arndell L., 2018, *Assessing the Merits of Post-Fordism from a Gendered IPE Approach*, E-International Relations, University of Bristol, Bristol.
- Atkinson R. et Bridge G., 2005, Introduction. In: Atkinson R and Bridge G (eds), *'Gentrification in a global context. The new urban colonialism'*, London and New York: Routledge, pp. 1-17.
- Aubert N., 2003, *'Le culte de l'urgence. La société malade du temps'*, Flammarion, Paris.
- Banca d'Italia, 2008, *'Relazione annuale'*, Roma.
- Barbon N., 1696, *'A Discourse on coining the new money lighter. In answer to Mr. Locke's Considerations'*, Londra, pp. 2-3.
- Baudrillard J., 2010, *'La società dei consumi'*, Il Mulino, Bologna.
- Bauman Z., 1999, *La società dell'incertezza*, Il Mulino, Bologna.
- Baumann Z., 2010, *Consumo, dunque sono*, Laterza, Roma-Bari.
- Bay Area Council Economic Institute, 2013, *'The Economic Impact of San Francisco Hotels'*, San Francisco.
- Beauregard RA, 1986, *'The chaos and complexity of gentrification'*, in Smith N. and Williams P. (eds), *'Gentrification of the City'*, Book Section, London: Allen and Unwin, pp. 35-55.
- Becker G.S., 1965, *'A Theory of the allocation of time'* in "The Economic Journal", n. 75.
- Bondonio P. et Guala C., 2012, *'Gran Torino: come una città industriale può diventare una meta turistica'*, Roma: Carocci.
- Botsman R. et Rogers R., 2010, *What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption*, Harper Business, New York.
- Bertman S., 1998, *'Hyperculture. The Human Cost of Speed, Praeger'*, Westport (CO)-London.
- Calvino I., 1972, *Le città invisibili*, Einaudi, Torino.
- Camagni R., 2012, *'La città del presente, le città del futuro: rendita e ricapitalizzazione'*, Politecnico di Milano, Milano.

- Campbell C., 2004, *I shop therefore I Know that I am: the Metaphysical Basis of Modern Consumerism*, ResearchGate, York.
- Chamoso P., Gonzalez-Briones A., Rodriguez S., Corchado J.M., 2018, *Tendencies of Technologies and Platforms in Smart Cities: A State-of-the-Art Review*, University of Salamanca, Salamanca.
- Cho S. et Al., 2019. '*Leveraging Consumption Intention with Identity Information on Sharing Economy Platforms*', Journal of Computer Information Systems 59.
- Christophers B., 2020, Class, '*Assets and Work in Rentier Capitalism*', Uppsala University, Uppsala.
- Christophers B., 2020, '*What is rent?*', Dialogues in Human Geography, 10(1), 73-75.
- Cocola-Gant A, 2018, '*O capitalismo imobiliario e a crise de habitacao em Lisboa*', Monde Diplomatique, Parigi.
- Cocola-Gant A., 2018, '*Struggling with the leisure class: Tourism, gentrification and displacement*', PhD diss. School of Geography and Planning Cardiff University, Cardiff.
- Cullen G., 1961, '*Townscape*', Architectural Press, London.
- D'Apice C., 1981, '*L'arcipelago dei consumi. Consumi e redditi delle famiglie in Italia dal dopoguerra ad oggi*', De Donato, Bari, pp.57-74, pp. 95-98.
- Davidson N.M. et Infranca J.J., 2016, '*The Sharing Economy as an Urban Phenomenon*', Fordham University, 34,2, article 1, New York.
- Esposito A., 2020, '*Il capitalismo di piattaforma: un problema di rendita*' in Pizzo B., '*Vivere o morire di rendita*', Donzelli Editore, Roma, pp. 115-129.
- Farha L., 2017, '*Report of the Special Rapporteur on adequate housing as a component of the right to an adequate standard of living, and on the right to non-discrimination in this context*', United Nations Human Rights Council, Ginevra.
- Filandri M. et Al., 2020, *Casa dolce Casa? Italia un paese di proprietari*, Il Mulino, Bologna.
- Fuller H. et Michel B., 2014, '*Stop Being a Tourist! New Dynamics of Urban Tourism in Berlin-Kreuzberg*' International Journal of Urban and Regional Research 38, no.4, Berlin.
- Gainsforth S., 2019, '*AirBnB città merce. Storie di resistenza alla gentrificazione digitale*', DeriveApprodi, Comunità Concrete, Roma.
- Gallagher L., 2018, '*The Airbnb Story: How Three Ordinary Guys Disrupted an Industry, Made Billions... and Created Plenty of Controversy*'. Mariner Books.

- Gansky L., 2010, *The Mesh: Why the Future of Business Is Sharing*, New York, NY: Portfolio.
- Gentili A. et Al., 2018, '*Indagine sul mercato degli alloggi in locazione nel comune di Bologna*', Universitas Mercatorum, Roma
- Gil J., 2018, "*Jornada de periodismo de datos y datos abiertos 2018*", Lecture Medialab Prado, Madrid.
- Glass R., 1964, '*Introduction: Aspects of change*', in: Centre for Urban Studies (ed.), *London: Aspects of Change*, London: MacGibbon and Kee, pp. i–xix.
- Gotham KF, 2005, '*Tourism gentrification: The case of New Orleans' vieux carre (French Quarter)*, *Urban Studies* 42(7): 1099–1121.
- Gramsci A., 1975, '*Quaderni dal carcere*', Einaudi Editore, Torino; in Harvey D., '*La crisi della modernità*', Il Saggiatore, Milano.
- Grit A. et Lynch P., 2011, '*An Analysis of the Development of Home Exchange Organisations.*' *Research in Hospitality Management*, 1 (1): pp. 19–24.
- Gundle S., 2006, *Spettacolo e merce. Consumi, industria culturale e mass media, in Il secolo dei consumi. Dinamiche sociali nell'Europa del Novecento*, Carocci, Roma.
- Guttentag D., 2015, '*Airbnb: Disruptive Innovation and the Rise of an Informal Tourism Accommodation Sector*' *Current Issues in Tourism* 18, no.12: pp. 1192–1217.
- Hackworth J. et Smith N., 2002, '*The Changing State of Gentrification*', Royal Dutch Geographical Society, New York.
- Harvey D., 1990, '*La crisi della modernità*', Il Saggiatore, Milano.
- D. Harvey, 1998, '*L'esperienza urbana*', Il Saggiatore, Milano.
- Holton R.J. et Turner B.S., 1989, '*Max Weber on Economy and Society*', Roulledge, London and New York.
- Howard B., 2015, *We-Commerce: How to Create, Collaborate, and Succeed in the Sharing Economy*. New York, NY: Perigee Books.
- Huete, R. et Mantecón, A., 2018, '*El auge de la turismofobia ¿hipótesis de investigación o ruido ideológico? Pasos. Revista De Turismo Y Patrimonio Cultural*, 16(1), Università di Alicante, Alicante.
- Kirkpatrick, S. et Tarasuk, V., 2011, *Housing Circumstances are Associated with Household Food Access among Low Income Urban Families*, in *Journal of Urban Health*, 2, pp. 284-296.

- Latouche S., 2013, Benvenuto Lectures - “Usa e getta. Le follie dell’obsolescenza programmata”, Università degli studi di Genova, Genova.
- Latour B. in *Soziale Welt*, 1996, pp. 369-381, Nomos Verlagsgesellschaft mbH.
- Lees L. et Al., 2008, *Gentrification*. London and New York: Routledge.
- Lees L. et Al., 2013, ‘*Gentrification*’, Taylor and Francis, New York.
- Ley D., 1996, ‘*The new middle class and the remaking of the central city*’. Oxford: Oxford University Press.
- Le Trosne G., 1846, ‘*De Vntèrèt Social*’, in ‘*Physiocrates*’, ed. Daire, Parigi.
- Locke J., 1691, *Some Considerations on the Consequences of the Lowering of Interest*, in *Works*, ed. Londra, 1777, vol. II.
- Lynch K., 1960, *The image of the City*, MIT, Boston.
- Maione G., 2003, ‘*Spesa pubblica o consumi privati? Verso una reinterpretazione dell’economia italiana postbellica*’, “*Italia contemporanea*”, n. 231, Milano.
- Maitland R., 2010, ‘*Everyday Life as a Creative Experience in Cities*’ *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research* 4, no. 3, University of Westminster, London.
- Marglin S.A. et Schor J.B., 1990, ‘*The Golden Age of Capitalism: Reinterpreting the Postwar Experience*’, Clarendon, Oxford.
- MIT, 2004, ‘*Aggiornamento comuni ad alta tensione abitativa*’, Opere Pubbliche e Trasporti, Roma.
- OMI, 2021, ‘*Statistiche catastali*’, Divisione Servizi, Agenzia delle Entrate, Roma.
- OMI, 2023, ‘*Nota metodologica: Locazioni immobiliari – Statistiche OMI*’, Divisione Servizi, Agenzia delle Entrate, Roma.
- Park R.E., Burgess E.W., McKenzie R.D., 1925, *The City*, University of Chicago Press, Chicago.
- Picascia S. et Al., 2017, ‘*The airification of cities*’, AESOP;
- Pellegrini L., Zanderighi L., 2005, *Le Famiglie come imprese e I consumi in Italia*, Egea, Milano.
- Petty W., 1667, ‘*A treatise of taxes and contributions*’ in Marx K., ‘*Il Capitale*’, Editori Riuniti, Roma.

- Piore M. et Sabel C., 1984, *'The second industrial divide'*, New York.
- Pizzo B, 2020, *'Vivere o morire di rendita'*, Donzelli Editore, Roma.
- Rifkin, J., 2001, *L'era dell'accesso, La rivoluzione della new economy*, Mondadori, Milano.
- Rossi U., 2003, *La città molteplice: il processo di cambiamento urbano nel centro storico di Napoli*, Archivio di studi urbani e regionali, n.77.
- S. Fainstein S. et Judd R.D., 1999, *'The Tourist City'*, Yale University Press, New York, p.4.
- Scarpellini E., 2008, *'L'Italia dei consumi'*, Laterza, Roma-Bari.
- Schuckert et Al., 2018. *The co-creation of host–guest relationships via couchsurfing: A qualitative study in Tourism recreation research*, 43 (2), pp. 220–234.
- Scott A.J. et Storper M.J., 1992, *"Pathways to Regionalism and Industrial Development"*, Routledge, London.
- Scott M. Stringer, 2018, *'The Impact of Airbnb on NYC Rents'*, Bureau of Budget, New York.
- Semi G., 2015, *'Gentrification: Tutte le città come Disneyland?'*, Il Mulino, Bologna.
- Slater D., 1997, *Consumer Culture and Modernity*, Polity, Cambridge.
- Stearns P., 2001, *Consumerism in World History: The Global Transformation of Desire*, ix, London.
- Stors N. et Kagermeier A., 2015, *'Motives for Using Airbnb in Metropolitan Tourism—Why Do People Sleep in the Bed of a Stranger?'* Regions Magazine 299, no.1, Università di Trier, Trier.
- Tapscott D. et Williams A.D., 2006, *Wikinomics: How Mass Collaborations Changes Everything*. New York, NY: Portfolio.
- Tocci W., 2009, *'L'insostenibile ascesa della rendita urbana'* in *'Democrazia e diritto'*, Trimestrale dell'Associazione CRS, fascicolo 1/2009, Franco Angeli.
- Tonnies F., 1979, *Comunità e società*, Edizioni di Comunità, Milano.
- Trentmann F., 2004, *'Beyond Consumerism: New Historical Perspectives on Consumption'*, Journal of Contemporary History, SAGE Publications, London.
- UNWTO, 2018, *'Tourism Highlights'*, UNWTO, Madrid.
- UNWTO, 2020, *'World Tourism Barometer'*, 18:1, 1–48. UNWTO, Madrid.

- Urry J., 1990, *Lo sguardo del turista: il tempo libero e il viaggio nelle società contemporanee*, Seam, Roma;
- Wirth L., 1938, *Urbanism as a way of life*, The American Journal of Sociology, Vol. 44, N. 1.
- World Bank Group, 2018. '*Tourism and the Sharing Economy: Policy & Potential of Sustainable P2P Accommodation.*', DC: World Bank, Washington.
- Zanini F., Lando F., Bellio. M., 2008, '*Effects of Tourism on Venice: Commercial Changes Over 30 Years*', SSRN Electronic Journal.
- Zanini F., Lando F. et Bellio M., 2008, '*Effects of Tourism on Venice: Commercial Changes Over 30 Years*', University Ca' Foscari of Venice, Dept. of Economics Research Paper, Venezia.
- Zukin S., 1991, *Landscapes of Power: From Detroit to Disney World*, University of California Press, Berkeley.
- Zukin S., 1997, *Urban Lifestyles: Diversity and Standardisation in Spaces of Consumption*, CUNY, New York.
- Zvolska L., 2015, "*Sustainability Potentials of the Sharing Economy: The case of accommodation sharing platforms.*", MA diss., Singapore University, Singapore.

12. Sitografia

- Agenzia delle Entrate:
<https://www.agenziaentrate.gov.it/portale/it/web/guest/schede/comunicazioni/contratti-di-locazione-breve/>
ultima consultazione 19-04-2024.
- Airbnb, Press: <https://press.airbnb.com/app/uploads/2017/08/4-Million-Listings-Announcement-1.pdf>;
ultima consultazione 16-02-2024.
- Airbnb: <https://www.airbnb.it/help/article/5#section-heading-3-0>
ultima consultazione 22-04-2024.
- Bove E., 2020, 'Note per un quadro di riferimento' in Critica Urbana, La Coruña:
<https://criticaurbana.com/turismo-notas-para-un-marco-general>;
ultima consultazione 19-04-2024.
- Assaeroporti: <https://assaeroporti.com/serie-storiche/>.
ultima consultazione 13-06-2024.
- Bloomberg: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2024-06-21/barcelona-plans-to-ban-all-short-term-rentals-for-tourists-from-2029>.
ultima consultazione 26-06-2024
- Camilletti A., 2019, 'Negozzi, il centro si svuota: persi 265 esercizi commerciali in cinque anni', "Il messaggero":
https://www.ilmessaggero.it/roma/news/roma_negozzi_chiusi_centro-4359837.html;
ultima consultazione 05-05-2024.
- Christensen C., "Key Concepts": <https://claytonchristensen.com/key-concepts/>;
ultima consultazione 26-04-2024.
- CMB – Città Metropolitana di Bologna:
https://www.cittametropolitana.bo.it/turismo/Per_gli_operatori/Statistica;
ultima consultazione 13-06-2024.
- CMF – Città Metropolitana di Firenze:
<http://dati.cittametropolitana.fi.it/dataset/movimenti-turistici-e-consistenza-delle-strutture-ricettive-2022-citta-metropolitana-di-firenze/resource/8ebf3f02-e907-4c05-8922-387ddcb8810e>;
ultima consultazione 30-05-2024.
- Corriere Fiorentino:
https://corrierefiorentino.corriere.it/notizie/cronaca/24_marzo_03/turismo-insostenibile-firenze-e-ultima-in-italia-nel-rapporto-tra-airbnb-e-residenti-f127a41c-022b-419d-8b0e-2355e137bxlk.shtml;
ultima consultazione 28-05-2024.

- C&C, 2023, *SB 584 - A Look into California's Laborforce Housing and Short-Term Rental Tax Law*: <https://www.ccrentalpro.com/sb-584-a-look-into-california-s-laborforce-housing-and-short-term-rental-tax-law>;
ultima consultazione 12-04-2024.
- Dati Eurostat, 2024, *Distribution of population by tenure status, type of household and income group - EU-SILC survey*: https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/ilc_lvho02/default/table?lang=en;
ultima consultazione 28-03-2024.
- Demetra: <https://demetra.regione.emilia-romagna.it/al/articolo?urn=er:assemblealegislativa:legge:2004;16>.
ultima consultazione 13-06-2024.
- Eurostat: [House or flat – owning or renting \(europa.eu\)](https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/ilc_lvho02/default/table?lang=en);
ultima consultazione 28-03-2024.
- Fergusson A., 2017, *“Is Airbnb Safe? We Analyzed 1021 Horror Stories to Find Out”*: <https://www.asherfergusson.com/airbnb/>;
ultima consultazione 29-04-2024.
- Forbes: <https://forbes.it/2023/11/24/airbnb-prepara-laggiornamento-piu-grande-di-tutti-i-tempi/>;
ultima consultazione 1-05-2024.
- Gebbia J., 2016, *‘How we design for trust’*: [Joe Gebbia: How Airbnb designs for trust | TED Talk](https://www.ted.com/talks/joe-gebbia-how-airbnb-designs-for-trust);
ultima consultazione 27-04-2024.
- Gerdeman D., 2018, *‘The Airbnb effect: cheaper rooms for travelers, less revenue for hotels’*, in Forbes: <https://www.forbes.com/sites/hbsworkingknowledge/2018/02/27/the-airbnb-effect-cheaper-rooms-for-travelers-less-revenue-for-hotels/>;
ultima consultazione 03-05-2024.
- Geron T., 2012, *‘Airbnb Had \$56 Million Impact On San Francisco: Study’*: <https://www.forbes.com/sites/tomiogeron/2012/11/09/study-airbnb-had-56-million-impact-on-san-francisco/>;
ultima consultazione 03-03-2024.
- Hinsliff G., 2018, <https://www.theguardian.com/commentisfree/2018/aug/31/airbnb-sharing-economy-cities-barcelona-inequality-locals>;
ultima consultazione 28-04-2024.

- Huysen A., 1984, 'Mapping the Postmodern' *New German Critique*, no. 33 pp. 5–52.
<https://doi.org/10.2307/488352>;
ultima consultazione 29-11-2023.
- Il Post, 2020: <https://www.ilpost.it/2020/12/12/airbnb-borsa-brian-chesky/>;
ultima consultazione 25-05-2024.
- Il Post, 2022: <https://www.ilpost.it/2022/09/18/case-studenti-bologna-airbnb/>;
ultima consultazione 06-06-2024.
- Le Gallerie degli Uffizi: <https://www.uffizi.it/news/gallerie-degli-uffizi-un-2023-da-record-per-presenze-e-incassi>;
ultima consultazione 29-05-2024.
- Locazioni Brevi in Piemonte:
<https://www.locazionibrevi.net/regioni/piemonte/affittibrevipiemonte.html#:~:text=178%2F2020%2C%20art.,in%20materia%20di%20affitti%20brevi%22.;>
ultima consultazione 30-05-2024.
- Mappa Roma, 2019: <https://www.mapparoma.info/mappe/mapparoma27-airbnb-roma/>;
ultima consultazione 06-05-2024.
- Martinelli L., 2019, 'Città merce e spazi urbani per pochi: così AirBnB ha trasformato l'abitare', *Altreconomia*: <https://altreconomia.it/airbnb-citta-merce/>;
ultima consultazione 04-05-2024.
- Mazzucato M., Ryan-Collins J. and Gouzoulis, G., 2020, *Theorising and mapping modern economic rents*, UCL Institute for Innovation and Public Purpose, Working Paper Series (IIPP WP 2020-13). Available at: <https://www.ucl.ac.uk/bartlett/public-purpose/wp2020-13>;
ultima consultazione 05-05-2024.
- Mind the Graph: <https://mindthegraph.com/blog/it/cose-il-ragionamento-deduttivo-copia/>;
ultima consultazione 03-03-2024;
- Mura di Bologna: <https://www.originebologna.com/strade/mura-della-citta-wip/>.
ultima consultazione 12-06-2024.
- New York City Comptroller Scott M. Stringer, 2018, 'The Impact of Airbnb on NYC Rents', Bureau of Budget: https://comptroller.nyc.gov/wp-content/uploads/documents/AirBnB_050318.pdf;
ultima consultazione 04-05-2024.
- PwC. 2016. 'Sharing or paring? Growth of the sharing economy.'
<https://www.pwc.com/hu/en/kiadvanyok/assets/pdf/sharing-economy-en.pdf>;
ultima consultazione 18-03-2024.

- Rainews: <https://www.rainews.it/tgr/toscana/articoli/2023/10/finenze-vieta-nuovi-airbnb-in-area-unesco-9a8e3625-110d-4323-b863-8cb5bdbb5f67.html>;
ultima consultazione 28-05-2024;
- Regione Piemonte, 2024: [Record di turisti in Piemonte nel 2023 | Regione Piemonte | Piemonteinforma | Regione Piemonte](#);
ultima consultazione 25-05-2024;
- Sharing Economy: “*Perché la sharing economy, da Uber a Airbnb, non piace più alla Borsa? - Corriere.it*”; ultima consultazione: 22-01-2024.
- Sideri M., 2023, “*Perché la sharing economy, da Uber a Airbnb, non piace più alla Borsa?* ”, Il Corriere; ultima consultazione: 15-03-2024.
- Simmel G., 1903, ‘*Le metropoli e la vita dello spirito*’: <http://www.leoneg.it/archivio/simmel%20-%20le%20metropoli%20e%20la%20vita%20dello%20spirito.pdf>;
ultima consultazione 12-01-2024.
- Sistema Piemonte, 2024:
http://www.sistemapiemonte.it/turismo/otrf/statistiche_turismo/home.shtml;
ultima consultazione 29-05-2024;
- Sistema Ratio: <https://www.ratio.it/contratto-di-locazione-ad-uso-abitativo/>
ultima consultazione 02-04-2024.
- Teknoring, 2011: <https://www.teknoring.com/wikitecnica/urbanistica/townscape/>;
ultima consultazione 01-05-2024;
- TheMapReport, 2022: <https://www.themapreport.com/2022/05/03/lancet-ecco-quali-paesi-sono-responsabili-del-cambiamento-climatico/#%20>;
ultima consultazione 31-10-2023.
- The World Bank: <https://www.worldbank.org/en/topic/urbandevelopment/overview#1>;
ultima consultazione: 24-01-2024.
- Treccani, Il Capitale: https://www.treccani.it/enciclopedia/capitale_%28Enciclopedia-delle-scienze-sociali%29/;
ultima consultazione 13-10-2023.
- Treccani, Fordismo: [https://www.treccani.it/enciclopedia/fordismo_\(Dizionario-di-Economia-e-Finanza\)/](https://www.treccani.it/enciclopedia/fordismo_(Dizionario-di-Economia-e-Finanza)/);
ultima consultazione 26-11-2023.
- Treccani, Terza Italia:
https://www.treccani.it/magazine/chiasmo/diritto_e_societa/Crisi/la_terza_italia_sssgl.html;
ultima consultazione 20-11-2023.

- Thomas Cook: <https://www.thomascook.com/about-us>;
ultima consultazione 10-05-2024.
- United Nations Population Fund, 2007, *State of world population*:
https://www.unfpa.org/sites/default/files/pub-pdf/695_filename_sowp2007_eng.pdf;
ultima consultazione 02-02-2024.
- We are social: <https://wearesocial.com/it/blog/2023/01/digital-2023-i-dati-globali/#:~:text=Ci%20sono%205%2C16%20miliardi,popolazione%20mondiale%20%C3%A8%20ora%20online>;
ultima consultazione 29-01-2024.

RINGRAZIAMENTI

Innanzitutto desidero ringraziare Nadia Caruso e Silvia Crivello in qualità di relatrici del lavoro di tesi per la loro supervisione e dedizione che hanno dimostrato durante l'intero percorso di produzione dell'elaborato. I preziosi contributi e spunti di riflessione emersi durante gli incontri sono confluiti all'interno del lavoro finale. Il loro supporto è stato fondamentale non solo nella stesura della tesi ma anche nella strutturazione del percorso stesso.

Un ringraziamento al centro interdipartimentale FULL del Politecnico di Torino per aver condiviso i dati senza i quali le analisi e le considerazioni avanzate non avrebbero avuto luogo.

Un immenso grazie alla mia famiglia, a mio padre e mia madre che dal principio hanno battuto questo cammino universitario accanto me con la sola pretesa di starmi accanto seguendo la mia traiettoria e sostenendomi con poche parole e un'infinità di piccoli gesti quotidiani, silenziosi ma sempre presenti. A te mamma, alla cura dei dettagli che hai saputo trasmettermi, e a te papà, ai valori del sacrificio e della costanza che mi hai tramandato.

Naturalmente desidero dire grazie a mia sorella, funambola con sé stessa, fondamenta per la mia persona in tutti questi anni. La tua presenza e la tua capacità di sgretolare le mie incertezze mi hanno ricordato ancora una volta la fortuna che ho nell'averti accanto.

In ultimo, ci terrei a dedicare un pensiero ad amici e amiche che mi sono stati accanto durante il percorso universitario. Vi ringrazio per aver fatto parte di questo mio percorso di vita e averlo colorato con innumerevoli emozioni e momenti che custodirò e porterò con me come bei ricordi. Voi, come me, e più di tutti, avete compreso l'esperienza del percorso. Vi ringrazio per l'appoggio diretto che avete dimostrato, per le parole di conforto che avete speso nei frangenti di difficoltà, per le ore trascorse insieme nelle biblioteche e per aver influito nel mio percorso anche quando non lo credevate. L'essere accomunati dalla stessa prospettiva e vedervi raggiungere i vostri traguardi mi rendeva felice, ognuno a modo suo muoveva i suoi passi in avanti, con passione e dedizione, e se oggi concludo questo tragitto della mia vita, lo devo anche a voi.