



UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI PADOVA

DIPARTIMENTO DI SCIENZE ECONOMICHE ED AZIENDALI

"M.FANNO"

**CORSO DI LAUREA IN SCIENZE DELL'ECONOMIA E DELLA
GESTIONE AZIENDALE**

PROVA FINALE

**L'IMPATTO DI AIRBNB SUL MERCATO LOCATIVO E
TURISTICO**

RELATORE: MANENTI FABIO

LAUREANDO: CAMAZZOLA FRANCESCO

MATRICOLA N. 1160640

ANNO ACCADEMICO 2019 – 2020

INDICE

1. INTRODUZIONE

2. MERCATO LOCATIVO

2.1 Introduzione

2.2 Esternalità positive

2.3 Redditività degli affitti

2.4 Cambiamenti nel mercato immobiliare

2.4.1 Effetti sugli affitti a lungo termine

2.4.2 Effetti sul valore delle abitazioni

2.5 Altre conseguenze di Airbnb

3. MERCATO TURISTICO

3.1 Introduzione

3.2 Offerta: un confronto tra Airbnb e hotel

3.3 Esternalità negative sul settore alberghiero

3.3.1 Cambiamenti nelle scelte dei turisti

3.3.2 Variazioni negli indicatori economici degli hotel

3.4 La reazione degli hotel

4. REGOLAMENTAZIONE

4.1 Una visione teorica

4.2 Alcuni tentativi di intervento pubblico

4.3 Fallimento della regolamentazione?

5. EFFETTI DELLA PANDEMIA

6. CONCLUSIONE

7. BIBLIOGRAFIA

8. SITOGRAFIA

1. INTRODUZIONE

Nell'era del digitale che stiamo vivendo sono numerose le iniziative che si sono fatte strada verso il successo e che hanno guadagnato in breve tempo un ampio potere di mercato nel settore in cui operano fino a diventare quelle che oggi rientrano nella categoria dei giganti del web. Nel settore del turismo è nata Airbnb, una piattaforma di sharing economy che consente a dei proprietari di immobili di locare le loro proprietà nel breve termine, incontrando così la domanda proveniente dai vacanzieri che hanno bisogno di un alloggio. Il sito di short term housing è stato aperto nell'ottobre 2007 da Brian Chesky, Joe Gebbia e Nathan Blecharczyk, tre amici che, non essendo in grado di pagare l'affitto, hanno avuto l'idea di ospitare alcune persone interessate a partecipare a una conferenza che si sarebbe svolta in quel periodo a San Francisco. Nel gennaio 2009 venne avviata la società e iniziò la rapida ascesa fino a diventare un colosso mondiale delle prenotazioni online, essendo presente con oltre 7 milioni di annunci in più di 100 mila città divise in 220 Paesi. Con il suo avvento sono numerosi gli effetti che ne sono conseguiti sulla società e sulle attività economiche già presenti nel settore del turismo.

Nel primo capitolo analizziamo le conseguenze che l'attività della piattaforma ha portato sulla società. In particolare vedremo che la locazione a breve termine è più redditizia rispetto all'affitto tradizionale. Questo induce i proprietari di abitazioni a spostare la propria offerta verso il breve termine, riducendo così quella per il lungo periodo. La riduzione dell'offerta comporta l'aumento del prezzo (canone d'affitto e anche prezzi degli immobili) per i residenti locali, che sono quindi costretti ad una scelta: impiegare una maggiore percentuale del proprio reddito per sostenere le spese dell'abitazione oppure spostarsi verso le zone più periferiche in cui presumibilmente si può trovare un prezzo minore. Dalla seconda opzione si genera la gentrification, un fenomeno che consiste nello svuotamento dei centri delle città dalla popolazione locale che lascia spazio a una maggiore presenza di turisti in transito.

Nel secondo capitolo invece spostiamo l'attenzione sulle conseguenze subite dagli incumbent, le imprese che erano già sul mercato prima dell'avvento di Airbnb. Nello specifico vediamo che si è creata una competizione tra la piattaforma e i più tradizionali hotel, con cambiamenti nelle scelte dei turisti. Questo si riflette in minori guadagni per gli alberghi, dovuti all'applicazione di minori prezzi e assistendo anche a minori tassi di riempimento delle proprie camere. Un fattore a vantaggio di Airbnb è la capacità di adattarsi ai picchi della domanda. Se da un lato, almeno nel breve periodo, gli hotel non hanno la possibilità di espandere la propria offerta, dall'altro la piattaforma riesce a soddisfare la domanda. Infatti in un periodo di picco della domanda (come può essere il periodo delle Olimpiadi), i prezzi saranno alti e di

conseguenza saranno maggiori i potenziali guadagni, inducendo tanti proprietari a ricavare uno spazio da affittare.

Nel terzo capitolo affrontiamo il tema della regolamentazione. Viste le conseguenze discusse nei primi due capitoli su società e imprese già operanti nel settore, gli attori economici che hanno subito questi danni hanno esercitato notevoli pressioni sugli organi governativi dei Paesi e delle singole città per ottenere una limitazione nell'attività di Airbnb e contenere le esternalità negative subite. La regolamentazione si è concentrata sul mettere un freno alla disponibilità degli affitti a breve termine. Infatti la procedura più diffusa è stata l'imposizione di un tetto massimo di notti prenotabili durante l'anno per uno stesso appartamento. Questo a mio parere può risolvere il problema ma allo stesso tempo può crearne degli altri in capo a soggetti diversi, non aumentando quindi il benessere sociale con certezza.

Infine una breve considerazione degli effetti provocati dalla pandemia sulla società californiana. In generale, come sappiamo, il turismo è stato il settore più colpito a livello mondiale. La quarantena obbligatoria adottata in quasi tutto il mondo ha costretto le persone a rimandare le proprie vacanze o ad annullare le prenotazioni già effettuate. Anche Airbnb, avendo come attori fondamentali del proprio business i turisti, ha sofferto perdite importanti a causa del lockdown e ha optato per un drastico taglio dei costi.

Per affrontare i primi due capitoli dell'elaborato mi sono affidato principalmente a un'analisi della letteratura, approfondendo alcune ricerche e studi quantitativi (i quali hanno utilizzato vari modelli econometrici) condotti in diverse città del mondo. I dati ottenuti da questi studi permetteranno di capire quale effettivamente sia stato l'impatto economico di Airbnb. Per quanto riguarda invece il capitolo sulla regolamentazione ho fatto riferimento alla teoria economica appresa durante i tre anni del corso di laurea applicata a un fenomeno pratico.

2. MERCATO LOCATIVO

2.1 Introduzione

In questo capitolo affrontiamo un'analisi dell'impatto di Airbnb sul mercato immobiliare nelle città. In particolare vedremo come l'arrivo della piattaforma e il contemporaneo aumento di domanda di alloggio a breve termine abbiano cambiato le decisioni economiche dei residenti locali delle città analizzate. Proprietari e cittadini hanno rivisto le proprie scelte, i primi orientandosi verso un maggior profitto, i secondi vedendosi costretti a spostare la propria residenza per diminuire i costi. Come accennato poc'anzi, la domanda di abitazioni a breve

termine è aumentata in maniera costante negli ultimi anni. Causa di questo è l'aumento del turismo mondiale che si è verificato in particolare nell'ultimo decennio, in cui abbiamo assistito a un costante incremento del fenomeno (a titolo esemplificativo New York ha registrato un aumento di anno in anno per gli ultimi 10 anni consecutivi). I turisti possono scegliere tra varie opzioni come hotel, bed&breakfast e piattaforme di home-sharing (come Airbnb), le quali permettono ai proprietari di immobili di affittare a breve termine le seconde case inutilizzate o anche stanze nella propria abitazione principale. La problematica legata all'espansione dell'utilizzo di Airbnb da parte dei turisti risiede nel fatto che la capacità costruttiva è ormai satura (intendendo con capacità costruttiva la possibilità di creare nuovi palazzi da destinare ad uso abitativo) e di conseguenza l'offerta di unità abitative da locare nel breve o lungo termine è inelastica. Dato il fatto che, come vedremo, la redditività per gli affitti brevi è di gran lunga superiore all'affitto "tradizionale", i proprietari di immobili spostano la loro offerta al breve termine (destinata per l'appunto ai turisti), diminuendo così l'offerta per la locazione residenziale destinata invece alla popolazione locale. Per la legge della domanda e dell'offerta, una diminuzione dell'offerta genera un rialzo dei prezzi. In questo caso vedremo che le evidenze empiriche ci suggeriscono che aumentano sia il canone d'affitto mensile richiesto dai locatori, sia il valore (quindi il prezzo) degli immobili. Un altro fattore che enfatizza il passaggio da lungo a breve termine è la facilità con cui un proprietario può diventare host, dato che registrarsi e pubblicare un annuncio sulla piattaforma è gratuito, salvo ovviamente il rispetto di alcune norme di base a garanzia sia dell'inquilino che dell'affittuario. Vedremo anche come l'espansione di Airbnb stia centralizzando la maggioranza dei profitti nelle mani di pochi host in alcune grandi città, italiane e non.

2.2 Esternalità positive

Nonostante l'aumento generale dei prezzi legati alla locazione a lungo termine, la diffusione di Airbnb ha portato con sé anche dei benefici. Se da un lato la residenza locale ha subito degli effetti negativi, dall'altro c'è chi ne ha potuto trarre vantaggio, i proprietari. Questi infatti hanno potuto sfruttare la piattaforma, che non fa altro che diminuire i costi di transazione, facilitando l'incontro tra domanda e offerta, per ottenere un'integrazione al reddito e alcuni ne hanno fatto un vero e proprio lavoro. Chiaramente i multi-proprietari sono avvantaggiati in questo, avendo più unità da affittare e di conseguenza una maggiore possibilità di guadagno (si verifica una sempre maggiore concentrazione dei profitti nelle mani degli host che dispongono di molte proprietà).

Un secondo aspetto positivo da considerare riguarda i turisti che si trovano a scegliere tra varie opzioni di alloggio. La crescita di offerta dell'home sharing ha contribuito a creare una

competizione di prezzi tra l'affitto a breve e il settore alberghiero, con ragguardevoli benefici per i viaggiatori che quindi riescono a risparmiare in quella che è una delle principali fonti di costo di una vacanza. A ciò si collega il fatto che, evitando ingenti spese per l'alloggio in relazione al budget disponibile, i vacanzieri spendono maggiormente in altri ambiti che giovano all'economia locale, quali ristorazione e servizi per il turismo incrementando quindi il benessere sociale.

Un ulteriore beneficio derivante da Airbnb è il coinvolgimento di località prima non molto considerate. Ad esempio a New York, secondo uno studio di Coles et al., (2017), la locazione a breve termine ha consentito l'interessamento di quartieri più lontani dal centro (come distanza dall'Empire State Building) che hanno una minore concentrazione di hotel. Infatti nel 2016 quasi due terzi degli hotel erano localizzati a Manhattan, contro una percentuale del 54% delle prenotazioni su Airbnb, a dimostrazione che lo short-term housing ha permesso anche ai quartieri meno nobili della città di poter trarne un beneficio economico. Parlando però di guadagni degli host, per la Grande Mela occorre ancora fare una distinzione tra i diversi quartieri. Nello specifico la redditività di questa attività aumenta con la distanza dal centro. Questo fatto lo si può notare dal break-even point, inteso come numero di notti l'anno da affittare a breve per avere lo stesso profitto del lungo termine. Gli autori hanno infatti osservato che, prendendo in considerazione Manhattan e Brooklyn nel 2016, il numero di notti di break-even è rispettivamente di 237 e 187. Questo significa che un appartamento a Manhattan deve essere locato 50 notti in più all'anno, rispetto a un appartamento simile a Brooklyn, per guadagnare la stessa cifra di un affitto a lungo termine. Questa discrepanza è apparentemente fuori logica. Infatti si è soliti pensare che il centro città, in particolare New York, sia la fonte di maggior profitto per qualsiasi iniziativa economica. Qui però entra in gioco la disponibilità a pagare dei residenti locali, la quale aumenta con la vicinanza al centro. Un affitto a lungo termine sarà quindi più profittevole a Manhattan rispetto a Brooklyn e questo spiega la differenza di 50 notti per l'indice di break-even.

2.3 Redditività degli affitti

L'attività sulla piattaforma consente agli host di ammortizzare i costi delle seconde case di proprietà e ottenere una integrazione al reddito primario. Chiaramente questo avverrebbe anche con una locazione tradizionale ma i guadagni riguardanti la stessa tipologia di abitazione variano notevolmente tra le due opzioni di affitto. Inoltre il breve termine consente ai proprietari di mantenere sempre il controllo dell'abitazione e di rientrarne in possesso in tempi brevi, si hanno pagamenti certi e si evita il rischio di morosità dell'affittuario.

Come detto in precedenza, la redditività degli affitti a breve termine è maggiore rispetto al lungo periodo. Si osserva bene questo fenomeno a Bologna. Secondo uno studio condotto da Gentili et al., (2017) sul mercato locativo nella città felsinea, l'incasso annuale medio dagli affitti è così distribuito¹:

Incasso annuale medio netto per tipologia di abitazione				
	0 camere	1 camera	2 camere	3+ camere
Incasso annuale medio (€) Airbnb	11415	14162	17036	30317
Incasso annuale medio (€) canone concordato	3675	4122	4515	6068

Dai dati di questa tabella notiamo come ci sia un ampio divario tra le due tipologie di locazione. Ai fini di questa classificazione i monolocali rientrano nella categoria “0 camere”, i bilocali in “1 camera”, trilocali in “2 camere” e abitazioni con 4 o più vani rientrano nella categoria “3+ camere”. Notiamo come un proprietario di un’abitazione con 3 o più camere che affitti l’immobile a breve termine su Airbnb, guadagni 5 volte tanto rispetto a una locazione a canone concordato. Peraltro una disparità che risulta a condizioni non simmetriche: prima di tutto l’incasso da Airbnb è stato calcolato considerando un tasso di riempimento mediano che, per Bologna, corrisponde a circa 223 giorni l’anno; in secondo luogo alle due tipologie di locazione sono già state tolte le imposte, che però hanno due aliquote diverse. Infatti per il canone concordato è prevista una cedolare secca del 10%, mentre per la locazione tramite Airbnb quest’ultima sale al 21%. Questa analisi evidenzia come un proprietario che si trovi nella condizione di dover decidere in che mercato entrare abbia un forte incentivo a optare per il breve termine. In aggiunta, oltre alla redditività nettamente più alta, non esistono barriere all’entrata e l’host ha la piena facoltà di disattivare e riattivare l’annuncio, mantenendo così il pieno controllo della sua proprietà.

2.4 Cambiamenti nel mercato immobiliare

Vediamo ora come in alcune città l’entrata di Airbnb abbia innalzato i canoni d’affitto tradizionali e il prezzo delle case stesse a causa della riduzione dell’offerta citata in precedenza.

¹ [Fonte dati](#): Gentili et al., 2017. Indagine sul mercato degli alloggi in locazione nel comune di Bologna. Fondazione di ricerca Istituto Carlo Cattaneo.

Diversi studi hanno condotto un'analisi quantitativa di questo legame causa-effetto e hanno trovato una conferma a questa tendenza.

2.4.1 Effetti sugli affitti a lungo termine

Airbnb rende più facile l'affitto a breve, riducendo di conseguenza la disponibilità di immobili per il lungo termine, destinati alla popolazione del posto. Questo dovrebbe risultare in un aumento del prezzo della locazione tradizionale, aumentando il costo della vita in quella determinata città in cui si verifica il fenomeno. Un'interessante analisi, riguardante la città di Barcellona, è proposta da Segù Mariona (2018). Il focus di questo studio è l'impatto che Airbnb ha avuto sui canoni d'affitto a lungo termine. Prima di testare l'effetto della diffusione della piattaforma, gli autori hanno osservato che la redditività del breve termine è anche qui superiore al lungo (in media un proprietario deve affittare a breve la sua abitazione per 138 giorni all'anno per guadagnare tanto quanto l'affitto tradizionale). Questo, come già detto, spinge naturalmente i proprietari a ridurre la propria offerta per il lungo termine, a cui si è combinato un incremento della domanda. La città di Barcellona infatti ha visto anche aumentare l'afflusso di turisti (principali attori della domanda a breve), che negli ultimi 25 anni è quasi quintuplicato. Airbnb è cresciuta molto nella città catalana, infatti ad oggi è la quinta città più popolare al mondo per la piattaforma. Da qui quindi l'effetto teorico è che una riduzione dell'offerta a lungo e il contemporaneo aumento della domanda a breve portino un incremento del prezzo, in questo caso del canone d'affitto tradizionale.

La prima preoccupazione degli autori è stata di trovare una corretta misurazione della densità di Airbnb nella città. Questa è calcolata come rapporto tra annunci presenti sulla piattaforma e totale delle unità abitative. Nel 2015 questo rapporto era pari a circa 1,76% (14539 annunci su un totale di 823709 unità abitative). Successivamente viene costruita una regressione logaritmico-lineare del canone d'affitto sulla variabile di Airbnb e alcune variabili di controllo. La relazione tra la densità di Airbnb e il canone d'affitto tradizionale (per metro quadrato) potrebbe però soffrire di problemi di endogeneità: infatti una variabile come il quartiere in cui si trova l'abitazione potrebbe influenzare entrambe causando un problema di variabili omesse. Lo strumento utilizzato in questo caso per risolvere l'endogeneità è rappresentato dalla distanza dalla spiaggia. Apparentemente questa variabile non sembra essere esogena. L'intuizione è che se da una parte indubbiamente la vicinanza alla spiaggia è un plus per un turista (quindi un proprietario di un'abitazione vicino alla spiaggia è maggiormente indotto a diventare un host Airbnb), dall'altra non è così per i residenti locali, anzi. Infatti la spiaggia, per gran parte del ventesimo secolo, è stata una discarica a cielo aperto, influenzando negativamente la residenza locale. Guardando alla distribuzione dei redditi, la gente più ricca oggi vive nella parte opposta

della città rispetto alla spiaggia, confermando che i residenti locali non valutano positivamente la vicinanza al mare. La distanza dal mare però è una variabile geografica che non varia con il tempo. Per ovviare a questo problema gli autori hanno costruito una variabile che è data dal prodotto tra la distanza dalla spiaggia e il numero di turisti in arrivo nella città. Avremo così una variabile che muta nel tempo e nello spazio. Un ulteriore problema è dato dal fatto che alcuni quartieri vicini alla spiaggia sono anche vicini al centro e quindi di norma maggiormente inclini ad avere canoni d'affitto più elevati. la soluzione trovata è quella di introdurre una nuova variabile binaria, con valore 1 se il quartiere dell'abitazione rientra tra il 25% dei quartieri più vicini al centro e 0 altrimenti. Viene prima testato se lo strumento selezionato è effettivamente esogeno come supposto e poi viene verificato l'effetto della densità di annunci di Airbnb sul livello dei canoni d'affitto tradizionali.

I risultati ottenuti indicano innanzitutto che lo strumento è affidabile (test $F > 10$). Usando diversi modi di misurare la distanza dalla spiaggia l'effetto sembra stabile visto che il coefficiente si aggira sempre attorno a 0,04. Essendo una relazione logaritmico-lineare e la variabile esplicativa sia di per sé una percentuale, concludiamo che un aumento dell'1% sulla densità di Airbnb provochi un rialzo del 4% sui canoni d'affitto tradizionali. Anche se sembra un dato insignificante, teniamo presente che dal 2015 al 2018 il numero di annunci è salito a 18531, un aumento del 27% che si riflette in un incremento della densità di Airbnb dello 0,49%, passando così a 2,25% (assumendo invariato il numero di unità abitative totali). Considerando i risultati ottenuti è presumibile che il canone d'affitto per metro quadrato sia aumentato di circa il 2% nel giro di soli 3 anni, un dato sicuramente non positivo per i residenti locali e gli studenti che stiano cercando una sistemazione stabile.

2.4.2 Effetti sul valore delle abitazioni

Oltre al canone d'affitto, si è notato che anche il prezzo degli immobili è salito negli ultimi anni. Nonostante questo possa essere un fenomeno causato da molteplici fattori, anche la proliferazione di Airbnb potrebbe aver contribuito ad accentuare questo fenomeno.

Un altro studio, condotto da Sheppard e Udell (2018), ha invece analizzato l'effetto sui prezzi delle abitazioni e quindi sul valore delle proprietà a New York. L'idea di base è che la presenza di Airbnb, che risponde a un costante aumento della domanda di alloggio, nelle vicinanze di una proprietà in vendita ne causi un aumento di prezzo. Il modello esaminato vede come variabile dipendente il logaritmo del prezzo di vendita e come variabili esplicative una serie di variabili di controllo (anno di vendita, caratteristiche del quartiere e del palazzo in cui si trova la casa) e una variabile di maggior interesse che misura l'attività di Airbnb nei dintorni della

casa in vendita. L'attività di Airbnb è data dal numero di annunci attivi sulla piattaforma, considerando un annuncio attivo dalla prima recensione avuta e che da quel momento sia sempre rimasto attivo. Inoltre l'attività di Airbnb è stata calcolata in 5 zone diverse, corrispondenti a un raggio di 150, 300, 500, 1000 e 2000 metri dall'abitazione in vendita. La possibile endogeneità (data da variabili omesse che quindi porterebbero ad avere una correlazione tra la misura dell'attività di Airbnb e il termine d'errore) viene superata analiticamente usando errori standard robusti e poi avendo dati a partire dal 2003, antecedenti quindi la costituzione di Airbnb avvenuta nel 2008 (peraltro fino al 2010 non ha avuto molto mercato a New York).

Le stime effettuate indicano che l'impatto di Airbnb (usando diverse misure quali numero di alloggi, numero di recensioni, numero di stanze e numero di affitti) è sempre positivo e statisticamente significativo. Considerando la specificazione in cui Airbnb è considerata in base al totale degli alloggi, un raddoppio del numero di annunci causa un aumento del 6,46% nel prezzo di vendita delle case.

Stimando invece il modello usando i vari raggi d'azione elencati in precedenza, i risultati indicano che l'effetto è sempre positivo e significativo, anche se la grandezza del coefficiente è inversamente proporzionale alla distanza considerata. In generale abbiamo un incremento del prezzo di un'abitazione che varia dall'11% per il raggio di 150 metri al 6% considerando un raggio di due chilometri dall'abitazione in vendita.

2.5 Altre conseguenze di Airbnb

Abbiamo visto come l'arrivo sul mercato di Airbnb abbia comportato conseguenze negative per i residenti locali che stiano cercando una sistemazione, visto che si ritrovano a dover pagare di più sia nel caso scelgano l'affitto sia che decidano di comprare casa. A questo problema i cittadini hanno dovuto porre rimedio trasferendosi verso la periferia per trovare prezzi più accessibili, lasciando così strada libera al proliferare di Airbnb e piattaforme simili, causando una gentrificazione delle città. Anche le città italiane stanno assistendo a questo fenomeno di svuotamento del centro dalla gente locale e una sempre maggiore presenza di turisti. Per fare qualche esempio a Roma le case del centro storico affittate su Airbnb corrispondono all'8% del totale mentre sale al 18% a Firenze per arrivare a Matera che vede una casa su 4 disponibile sulla piattaforma. Un'altra conseguenza è la centralizzazione degli host. Infatti pochi proprietari dispongono di una larga quota di mercato che consente loro di catturare un'alta percentuale della domanda. Questo fenomeno si è registrato ovunque. In Italia per esempio, considerando la città di Milano, il 75% degli host nel 2016 ha guadagnato meno di 5 mila euro, a fronte di un

solo host che nello stesso anno ha superato i 500 mila euro. All'estero la situazione si ripresenta simile, a Londra infatti una sola persona detiene 881 proprietà su un totale di circa 57 mila annunci (1,5% circa della quota di mercato) che gli hanno permesso nel 2016 di incassare oltre 15 milioni di dollari. Vedremo più avanti come alcuni Paesi stiano cercando di porre dei limiti alla diffusione della piattaforma e di regolamentarne l'utilizzo.

3. MERCATO TURISTICO

3.1 Introduzione

Airbnb ha influenzato non solo le decisioni economiche dei proprietari di abitazioni e dei residenti locali, ma anche quelle dei turisti per quanto riguarda il tipo di alloggio in cui trascorrere la propria vacanza. Infatti la sistemazione con Airbnb e una camera di un hotel non possono considerarsi dei beni perfetti sostituti la prima gode di alcuni servizi che gli hotel non forniscono. La cucina, l'occorrente per preparare i pasti in casa e l'eventuale convivenza con residenti locali, nel caso si tratti di una abitazione condivisa con il proprietario, potrebbero rappresentare un plus per alcuni turisti che vogliano immedesimarsi e toccare con mano la vita quotidiana della città che stanno visitando. Una discreta percentuale di turisti giunti in Italia ha affermato che, senza Airbnb, non avrebbe raggiunto il nostro Paese o, perlomeno, si sarebbe fermata per un tempo più breve. 3 turisti su 4 invece sono propensi a fare ritorno in Italia grazie alla buona esperienza vissuta. La proliferazione della piattaforma quindi potrebbe aver sviato la clientela dagli hotel verso lo short-term housing, determinando quindi un effetto negativo sulle strutture alberghiere, peggiorando le loro performance economiche, in termini di ricavi, prezzi per stanza e tasso di occupazione. In particolare vedremo che questo impatto è maggiore nelle città in cui gli hotel sono vincolati fisicamente (ovvero nelle città in cui l'offerta di questi è inelastica) e in alta stagione, periodi nei quali l'afflusso di turisti è più elevato rispetto alla media annuale. Inoltre gli effetti negativi sono eterogenei tra le varie tipologie di hotel, con alcune categorie che riescono meglio di altre a mantenere la propria quota di mercato, non soccombendo di fronte agli elevati costi fissi e a un calo dell'occupazione delle stanze e del loro prezzo. A questo gli hotel hanno cercato di reagire portando alla luce dei governi il problema, secondo gli imprenditori alberghieri infatti la piattaforma opererebbe una concorrenza sleale perché non sottoposta alla stessa tassazione e alla stessa rigida regolamentazione degli hotel in materia di sicurezza. Questi fattori sono comunque cambiati, infatti vari stati hanno, in misure e modi diversi, posto un freno ad Airbnb introducendo alcune norme per ridurne l'utilizzo. Vedremo meglio questo aspetto nel prossimo capitolo.

3.2 Offerta: un confronto tra Airbnb e hotel

Dal lato dell'offerta le due opzioni appaiono diverse tra loro. Infatti gli hotel possono garantire un'offerta stabile ma al tempo stesso inelastica alla domanda, mentre Airbnb teoricamente dovrebbe essere in grado di rispondere in modo più flessibile alle fluttuazioni della domanda. Questo perché se da un lato gli hotel hanno vincoli strutturali avendo a disposizione sempre lo stesso numero di stanze in ogni periodo, dall'altro chiunque sulla carta potrebbe diventare un host Airbnb. Sfruttando così la capacità abitativa inutilizzata, un proprietario potrebbe pubblicare un annuncio per la sua seconda casa, per una abitazione e/o una stanza condivisa. Su larga scala capiamo quindi come Airbnb sia nettamente in vantaggio rispetto agli hotel nel soddisfare eventuali picchi della domanda dati dall'alta stagione o da eventi eccezionali durante l'anno.

Uno studio condotto da Farronato e Fradkin (2018), propone un'analisi quantitativa dell'elasticità dell'offerta delle due tipologie di alloggio alla domanda. Il modello utilizzato prende in considerazione 50 grandi città degli USA. L'offerta di stanze è posta come variabile dipendente, spiegata dalla capacità dell'offerta e dal prezzo medio di prenotazione. L'equazione viene stimata separatamente per gli hotel e per Airbnb. Nel caso di quest'ultima, la relazione soffre di problemi di endogeneità, in quanto la decisione di pubblicare un annuncio sulla piattaforma è più probabile che avvenga in periodi di alta domanda in cui verosimilmente il prezzo è più alto, causando un problema di simultaneità. Per gli hotel invece il problema non si pone in quanto, come detto, la capacità è fissa (almeno nel breve periodo). Per superare l'endogeneità viene usato uno strumento che calcola il numero di viaggiatori in aereo in arrivo nella città in un dato mese.

I risultati ottenuti confermano l'ipotesi che in alta stagione, un periodo in cui i prezzi sono alti, l'elasticità di Airbnb è maggiore di quella degli hotel. Infatti il coefficiente legato alla variabile del prezzo nel modello si attesta ad un valore di 1,07 per gli hotel e 2,16 per Airbnb. Avendo stimato un modello log-log, deduciamo che un incremento dell'1% del prezzo fa aumentare il numero di stanze disponibili del 2,2% contro l'1,1 degli hotel. Questa osservazione implica che l'home sharing è nettamente più reattivo alle fluttuazioni della domanda perciò sono necessari piccole variazioni di prezzo per aumentare o diminuire l'offerta di alloggi. Un'altra conclusione degli autori riguarda il fatto che presumibilmente alcuni host saranno propensi a pubblicare il proprio annuncio solo in periodi di alta domanda quindi di alti prezzi, causando quindi un danno economico agli hotel, che proprio in questi periodi producono la maggior parte del fatturato e riescono ad avere un margine più ampio tra ricavi e costi.

3.3 Esternalità negative sul settore alberghiero

Airbnb fa davvero concorrenza agli hotel? Come sono cambiate le performance degli hotel esistenti dall'arrivo sul mercato dello short-term housing? Quali sono le prospettive per il futuro continuando di questo passo? Una delle critiche rivolte alla piattaforma sta nel fatto che si è rivelata una vera e propria attività commerciale e non una semplice integrazione al reddito per una famiglia tipo. Infatti una notevole percentuale degli annunci è pubblicata da persone che amministrano più alloggi contemporaneamente e, nella maggior parte dei casi, riguardano intere case altrimenti disabitate e quindi disponibili per tutto l'anno. A tutti gli effetti, viste queste considerazioni, si può parlare di una concorrenza vera e propria.

3.3.1 Cambiamenti nelle scelte dei turisti

Airbnb sta catturando la domanda di vari tipi di viaggiatori, aumentando la propria quota di mercato a discapito del più tradizionale settore alberghiero. Infatti un sondaggio di Morgan Stanley (2016) su un campione di 4000 consumatori in USA, Francia, Regno Unito e Germania, ha stimato che il numero di viaggiatori che utilizzano Airbnb è aumentato dal 2015 al 2016 con un'ulteriore previsione di aumento per il 2017, sia tra i turisti veri e propri sia tra chi viaggia per lavoro. Da un 12% di utilizzo di Airbnb nel 2015, la previsione per il 2017 era del 25% per i vacanzieri, mentre per trasferte lavorative la percentuale passa dal 12 al 23%. Questo sondaggio inoltre ha cercato di analizzare quali fossero le sistemazioni sostituite e quindi quelle più colpite. Ne è risultato che la categoria nettamente più danneggiata è proprio quella degli hotel, seguita dai bed&breakfast. Il 49% degli intervistati ha infatti dichiarato che l'alternativa più valida se non ci fosse stato Airbnb sarebbero stati gli hotel. Osserviamo quindi come sia plausibile la preoccupazione degli imprenditori alberghieri sulla concorrenza della compagnia californiana.

3.3.2 Variazioni negli indicatori economici degli hotel

La capillarità con cui si diffonde l'affitto a breve termine di Airbnb dipende dalla concentrazione e dai prezzi degli hotel in una particolare zona della città. Maggiori prezzi indicano maggiori potenziali profitti e quindi l'offerta di Airbnb tenderà ad aumentare, andando a competere direttamente con le categorie di hotel che non riescono a creare un rapporto di fiducia con la clientela. Ad esempio gli economy hotel hanno subito un impatto notevole dall'arrivo della sharing economy, non riuscendo a far fronte agli elevati costi fissi e alle tasse dovute in relazione ai ricavi. Anche il settore luxury ha risentito dell'impatto in modo analogo agli hotel economici. Una ricerca condotta da Dogru et al., (2018) sulle performance degli hotel

in 10 città² statunitensi in cui sia hotel che Airbnb hanno un mercato di grandi dimensioni. Gli autori hanno studiato l'effetto dello short-term housing su alcune variabili di performance degli hotel, quali ricavi medi per stanza mensili, tariffe giornaliere medie e tasso medio di occupazione. L'aspetto interessante di questo studio è dato dal fatto che, oltre ad una visione d'insieme, il modello è stato analizzato anche dividendo gli hotel per categorie di business, dal segmento economy a quello di lusso. Le variabili esplicative sono anche qui una misura dell'offerta di Airbnb misurata come numero di annunci creati dalla fondazione della piattaforma e variabili di controllo quali l'offerta di stanze d'hotel e il numero di passeggeri in arrivo negli aeroporti delle città considerate.

Riguardo i ricavi medi mensili la regressione stimata (senza categorizzazione degli hotel) indica un coefficiente pari a -0,02 sulla variabile esplicativa legata all'offerta di Airbnb. Essendo un modello log-log, si deduce che un aumento di un punto percentuale del numero di annunci si riflette in una diminuzione dello 0,02% dei ricavi. Risultato apparentemente insignificante se preso alla lettera ma che cambia notevolmente se contestualizzato con la rapida e continua crescita che ha caratterizzato Airbnb. Secondo i dati raccolti dagli autori infatti la piattaforma ha ben più che raddoppiato il numero di annunci ogni anno dal 2010 al 2017. Un incremento degli annunci del 100% si traduce in una diminuzione media del 2% (con un range tra 1 e 4%) dei ricavi degli hotel per diversi anni consecutivi. Questi coefficienti hanno un significato economico molto importante. Per New York, una diminuzione dei ricavi tra l'1 e il 4% significa, in termini assoluti, una riduzione che va da 2,2 a 8,8\$ di ricavi per stanza che, nel solo 2016, avrebbero portato una perdita di ricavi totale tra 90 e 360 milioni di dollari. In generale le stime indicano un effetto negativo in tutti i tre indicatori economici considerati.

La questione più interessante però riguarda la specificazione nelle varie categorie in cui sono state divise le strutture alberghiere. Infatti i segmenti più colpiti sembrano essere quello economy e quello luxury, entrambi con coefficiente che passa a -0,04, mentre gli hotel di fascia media e quelli indipendenti sembrano reggere il confronto, seppure l'effetto negativo sia comunque significativo. Gli hotel di fascia bassa sembrano soffrire il confronto con Airbnb per il rapporto qualità-prezzo, a parità di tariffa infatti i consumatori valutano superiore la qualità offerta dalla piattaforma e sono quindi portati a optare per questa. Per il segmento del lusso invece è Airbnb che ha fatto passi in avanti variando la propria gamma di "prodotti", offrendo esperienze singolari ai propri consumatori, come ville, case galleggianti e abitazioni di alto design che avranno naturalmente un prezzo elevato e destinate ad ospiti esigenti. Dall'altra

² Nello specifico le città sono Boston, Chicago, Denver, Houston, Los Angeles, Miami, Nashville, New York, San Francisco e Seattle.

parte gli utenti degli hotel di fascia media non hanno avuto bisogno di cambiare tipologia di alloggio in quanto l'offerta è abbastanza simile e così anche il prezzo. Per quanto riguarda gli hotel indipendenti invece la spiegazione data dagli autori sta nell'autenticità dell'esperienza. Così come un alloggio Airbnb, anche un soggiorno in un hotel di questo tipo viene percepito dal consumatore come una immedesimazione nella vita di tutti i giorni della città, avendo contatti con la gente locale e vivendo la loro quotidianità.

3.4 La reazione degli hotel

Alla prorompente crescita della sharing economy le risposte degli hotel sono mutate nel tempo. Infatti Airbnb nei primi anni di vita e di ingresso nel mercato veniva vista come un servizio per una nicchia di mercato, servendo un nuovo tipo di clientela con esigenze diverse dal cliente di un hotel, argomento sostenuto da Airbnb stessa. Alcune di queste strutture alberghiere hanno ancora questa visione e sono convinte che serva una risposta competitiva indiretta, condotta tramite una propria modernizzazione piuttosto che con una regolamentazione di Airbnb. Infatti secondo degli albergatori intervistati in Finlandia, sono gli hotel che devono rispondere attuando quattro principali azioni: rafforzamento del brand volto a creare una identità specifica e aumentare l'attrattività; differenziazione del prodotto, aprendosi ad offrire alcune comodità per soggiorni più lunghi, ad esempio un angolo cottura; adattamento al digitale, attraverso l'uso di social media e infine una maggiore attenzione sui valori e sui benefici trasmessi dai propri prodotti. Queste osservazioni sono però dovute al fatto che a Helsinki, luogo del sondaggio, l'impatto di Airbnb non è stato significativo a differenza di altre città del mondo. Diversamente da quanto abbiamo visto in precedenza, nella capitale finlandese, anche in periodi di crescita della domanda di alloggi Airbnb, gli hotel hanno comunque registrato un incremento dei prezzi, dei ricavi e del tasso di occupazione, segnali che la competizione della sharing economy non è così agguerrita.

Una categoria di hotel ha potuto "unirsi" ad Airbnb piuttosto che combatterla. Si tratta di boutique hotel e bed and breakfast che possono offrire un'esperienza di soggiorno "unica". La società ha aperto la possibilità a questa categoria di hotel di pubblicare un annuncio sul sito, senza però snaturare l'identità del proprio brand costituita dall'obiettivo di offrire ai propri clienti un servizio per l'appunto unico, con l'obiettivo di "far sentire ogni guest come se fosse a casa propria in ogni parte del mondo".

Dall'altro lato, col passare degli anni e osservando la rapida crescita realizzata dalla società, molti hotel hanno visto diminuire l'afflusso e di conseguenza i guadagni e hanno reagito ponendo l'attenzione dei governi su quello che era diventato un "hotel illegale" (Dogru, 2018).

I governi hanno accolto in misure diverse le proteste ponendo dei limiti ad Airbnb, come vedremo nel prossimo capitolo.

4. REGOLAMENTAZIONE

4.1 Una visione teorica

Airbnb ha dato il via ad un nuovo sistema di viaggiare che prima non esisteva. Come ogni nuova tecnologia ha i suoi pro (elencati prima nella sezione “Esterneità positive”) e i suoi contro che si sostanziano in maggiori costi sociali per terze parti che non utilizzano direttamente la piattaforma. Primo costo è quello per i cittadini che cercano un’abitazione, come abbiamo visto i prezzi sono aumentati e, secondo l’Economic Policy Institute, anche più rapidamente dell’indice dei prezzi al consumo, segno di una inflazione elevata e di una effettiva riduzione dell’offerta. Questo comporta una distorsione per i residenti e una fonte di stress economico dovuta all’incrementare della percentuale del reddito da destinare alla casa. Un secondo costo sempre sulle spalle dei cittadini è legato alla presenza dei turisti che portano disturbi alla quiete dei vicini, in particolare nel caso di proprietari assenti. In questa situazione infatti l’host non deve sopportare questo costo e non avrà incentivi a far sì che i suoi inquilini siano rispettosi del vicinato, per esempio evitando di fare rumori durante le ore notturne e/o la presenza di molte persone nell’abitazione. Un ulteriore costo è quello sopportato dagli hotel che hanno visto diminuire il proprio fatturato come spiegato nel capitolo precedente a causa della concorrenza sul prezzo che hanno dovuto attuare. Anche sul fronte della tassazione Airbnb ha danneggiato le economie di vari paesi. Negli Stati Uniti ad esempio la società ha stilato alcuni tax-agreement che però secondo Bucks (2017), non sono altro che dei documenti che la società scrive che non garantiscono la corretta raccolta delle tasse ma che invece non permettono la verifica dei propri pagamenti. Nel 2016 è stato stimato che il non corretto pagamento delle tasse di soggiorno sia costato oltre 400 milioni di euro negli Stati Uniti, di cui 110 milioni riferibili solo alla città di New York.

Sempre secondo l’Economic Policy Institute i costi sociali generati dalla piattaforma di home sharing sulle spalle di alcuni superano i benefici che altri hanno potuto conseguire. Questa è, secondo la teoria economica, una situazione di fallimento del mercato, in quanto non perviene spontaneamente a una allocazione efficiente delle risorse. Per il principio della compensazione potenziale gli individui che sopportano dei costi potrebbero aumentare il proprio benessere ed essere in grado di compensare le perdite che altri subirebbero. Riduciamo la questione a due soli individui rappresentativi delle due categorie: un host (beneficiario) e un vicino di casa (danneggiato). Essendo che il costo sociale sopportato dal vicino è maggiore del beneficio

goduto dall'host, in uno scenario senza Airbnb il primo potrebbe potenzialmente compensare il secondo per la "perdita" (mancato guadagno) ed avere comunque margine per un miglioramento del proprio benessere. Siamo quindi in una situazione in cui l'host sarebbe indifferente tra la presenza o meno di Airbnb, mentre il secondo avrebbe una maggiore utilità nella situazione di assenza della piattaforma. La soluzione finale sarebbe un miglioramento paretiano, un individuo aumenta il proprio benessere senza comportare una perdita di utilità nell'altro individuo presente nella transazione. La scelta dell'host impone dei costi per il vicino (vedasi come disturbo portato dagli inquilini) che non vengono risarciti. Poiché l'host non sostiene il costo dell'esternalità analogamente al vicino, la quantità di attività "utilizzata" sarà superiore al livello socialmente efficiente. Il costo marginale privato non incorpora il costo marginale esterno, quindi la quantità di equilibrio sarà maggiore rispetto alla quantità che risulterebbe considerando il costo marginale sociale. Ne deriva che è auspicabile un intervento da parte dello Stato che dovrebbe creare delle condizioni affinché vengano corrette le situazioni che impediscono al mercato di pervenire ad un'allocazione efficiente. Un esempio potrebbe essere l'applicazione di una tassazione sulla quantità "prodotta", un "prezzo" che dovrebbe fare in modo che gli agenti (host) trovino conveniente abbassare il livello di attività verso la soluzione socialmente efficiente.

4.2 Alcuni tentativi di intervento pubblico

Molti Paesi hanno cercato di arginare le esternalità negative prodotte dallo short-term housing adottando varie misure diverse tra loro che vanno ad arginare principalmente l'attività degli host. A mio parere questa è una regolamentazione sbagliata che, cercando di risolvere delle inefficienze, ne può potenzialmente creare delle altre. Nella prossima sezione analizziamo meglio questo aspetto.

I governi di due città già analizzate in precedenza hanno cercato una via per la regolamentazione. La prima a procedere in ordine di tempo è stata Barcellona, che ha imposto a tutti gli host una registrazione presso il Registro del turismo della Catalogna, una misura volta a rendere noti i dati dei proprietari che pubblicano annunci su Airbnb. Inoltre è stata resa necessaria una licenza per gli host per poter affittare su Airbnb, la quale però viene negata in aree della città già sature di alloggi per turisti. Nel maggio 2018 la città ha imposto la cancellazione di oltre 2500 annunci che erano stati colti ad operare senza la licenza obbligatoria e infine ha multato la società per un totale di 630 mila euro per aver permesso la pubblicazione di annunci privi della licenza. Queste sono misure che, multe a parte, colpiscono gli host ma che non implicano un costo vero e proprio da sostenere come invece è avvenuto nella maggior parte delle altre città che hanno intrapreso la via della regolamentazione. A New York infatti le

misure adottate sono più stringenti. Anche qui troviamo un obbligo per la società californiana di fornire alla città i dati relativi a locatori, appartamenti, durata del soggiorno, costi di affitto e tipologia di alloggio. Per porre rimedio al fatto che i proprietari scegliessero il breve termine, è stata introdotta una nuova legge che impedisce l'affitto lampo. Infatti da febbraio 2019 non si potrà più affittare un appartamento per un tempo inferiore ai 30 giorni, con multe a partire da 1500 dollari per i trasgressori. Con questa legge il Consiglio comunale della Grande Mela intende frenare il trend che vede gli immobili che potrebbero essere utili ai residenti finire per essere occupati esclusivamente come soggiorni vacanze. La reazione della società non si è fatta attendere, accusando il sindaco de Blasio di aver ceduto in questo modo al sindacato Hotel Trades Council, sostenitore di alcuni politici del Consiglio comunale della città. La capitale che invece ha adottato le regolamentazioni più rigide è Amsterdam, la quale ha previsto nuovamente un'autorizzazione per poter operare senza la quale a partire da agosto 2020 i trasgressori saranno passibili di una multa fino a 20 mila euro. La condizione più stringente che è stata imposta riguarda però il numero di notti l'anno che sono affittabili tramite un annuncio sulla piattaforma. Questo limite è stato fissato a 60 notti l'anno e chi volesse superare questa imposizione è tenuto a trasformare la propria attività in una iniziativa commerciale, per esempio un bed&breakfast. Una misura di questo tipo è stata la più diffusa in tutto il mondo, adottata con sfaccettature diverse in molte grandi città. Berlino, Londra, Parigi e andando verso oriente nel Paese del Sol Levante fino ad arrivare anche alla città in cui è nata la società di home sharing. La politica italiana per ora non ha intrapreso questa strada ma invece, dal 2017 con il governo Gentiloni, ha optato per una tassazione delle entrate da locazioni a breve termine (contratti d'affitto inferiori ai 30 giorni). I proventi derivanti dall'home sharing possono essere sommati alle altre entrate ed essere quindi soggetti all'usuale aliquota IRPEF tra il 23 e il 43%. Alternativamente, solo per persone fisiche che operano come host non professionisti, si può applicare una cedolare secca del 21% esclusivamente per i ricavi provenienti dall'affitto, la quale però, a differenza dell'IRPEF, non consente alcuna detrazione delle spese, ad esempio quelle di ristrutturazione. Con l'opzione della cedolare secca il decreto 50/2017 che l'ha istituita ha anche previsto che, in caso di presenza di intermediari immobiliari (come lo è Airbnb), questi debbano operare come sostituti d'imposta versando alla fonte la ritenuta del 21%, effettuare la relativa certificazione e conservare i dati dei pagamenti. A questo però Airbnb si è opposta, presentando ricorso presso il Consiglio di Stato, che a sua volta ha rinviato la questione alla Corte di Giustizia dell'Unione Europea, la quale dovrà deliberare se l'obbligo di ritenuta per i portali di intermediazione sia o meno illegittimo.

4.3 Fallimento della regolamentazione?

In presenza di un fallimento di mercato come abbiamo detto è auspicabile un intervento da parte dello Stato volto a correggere le inefficienze. Nella sezione precedente abbiamo discusso alcuni tipi di interventi che sono stati adottati in situazioni reali. Ma è sempre vero che una regolamentazione porta dei benefici? Secondo la teoria economica no, essendoci la possibilità di un “fallimento” dello Stato. Questo si verifica quando, nel tentativo di correggere le distorsioni createsi in precedenza, l'intervento dell'operatore pubblico allontani ulteriormente l'economia dall'allocatione efficiente oppure nel caso in cui, come secondo me potrebbe avvenire nel caso di Airbnb, crei delle nuove inefficienze. Le misure imposte che abbiamo analizzato in precedenza non sono efficienti. Fissare un tetto limite di notti prenotabili durante l'anno ha certamente effetto sulla piattaforma, ma il soggetto più colpito è senza dubbio l'host e nel medio-lungo termine il turista. Il primo infatti vede svanire l'opportunità di maggiori entrate ed è costretto in alcuni casi a lasciare l'abitazione inutilizzata, dovendo sopportare un costo fisso non recuperabile. Il secondo invece, visto che l'offerta a breve è stata diminuita forzatamente, si vedrà costretto a pagare un prezzo maggiore. Oppure, nel caso ancora peggiore per l'economia locale, a ridurre la “quantità” scambiata, riassumibile in vacanze più brevi oppure con un cambio di destinazione. A ciò quindi si collega una perdita di benessere per i settori legati al turismo, come potrebbe essere quello della ristorazione. A mio parere, una regolamentazione di questo tipo risolve delle esternalità ma ne crea delle altre in capo ad agenti economici diversi. Sono misure che penalizzano il piccolo attore ma che non riescono ad avere effetti sulla società intermediaria. È interessante andare ad analizzare le modalità con cui opera Airbnb nel territorio italiano. Risulta che, come la maggior parte dei giganti del web, ci sia una società satellite, Airbnb Italia srl. Questa è interamente controllata dalla Airbnb Holdings Llc, la quale ha sede nel Delaware, paradiso fiscale negli Stati Uniti. per quanto riguarda i contratti in Europa invece Airbnb ha reso noto che sono stipulati con la società Airbnb Ireland per l'utilizzo del sito e con Airbnb Payments UK per quanto riguarda i pagamenti. Quindi al momento di un pagamento di un turista in Italia questo non transita mai per il nostro paese ma va direttamente alle due società citate. Ne è la prova il fatto che Airbnb Italia abbia un fatturato di soli 3,5 milioni di euro nel 2018 e 6,5 milioni di tasse pagate (dovute per la maggior parte ad esercizi precedenti). Fino al 2017 la società ha versato al Fisco italiano in media meno di 100 mila euro l'anno e, considerando il volume d'affari, si comprende come non sia una somma veritiera. Sebbene tutto questo sia legale e non risulti che la società evada il Fisco, è su questo punto che, a mio parere, si dovrebbero concentrare i governi dei paesi per attuare una regolamentazione. Si è parlato in tempi recenti di una web tax, volta a tassare i colossi dell'online che, avendo sede legale in paesi cosiddetti “paradisi fiscali”, riescono a fare utili

straordinari senza quasi pagare alcuna tassa nei paesi in cui operano di più. Trovo che sia controproducente limitare l'attività del piccolo per due motivi. Il primo è quello spiegato in precedenza, un limite alle notti prenotabili produrrebbe sì un beneficio per i residenti locali ma allo stesso tempo un maggiore costo per proprietari e turisti. In secondo luogo stiamo parlando di un'innovazione tecnologica nell'era digitale. Questo credo che non sia un fenomeno da limitare ma che debba essere visto come una nuova competizione presente sul mercato che debba dar luogo a dei conseguenti adattamenti da parte degli hotel per poter rimanere nel mercato. Una sorte di visione darwiniana, dove sopravvive soltanto il più forte o chi si sa adattare ed evolvere in base alle circostanze provenienti dall'esterno.

5. EFFETTI DELLA PANDEMIA

Negli ultimi mesi abbiamo assistito a una crisi sanitaria ed economica che ha coinvolto tutto il mondo a causa della pandemia da Covid-19. Uno dei settori maggiormente colpiti è stato il settore turistico che si stima perderà tra i 250 e i 400 miliardi di euro nell'anno in corso, con un calo di almeno il 30% rispetto al 2019. In questo settore troviamo anche Airbnb, che ha subito quella che è stata definita da Brian Chesky, il ceo della compagnia, "la più grande crisi della nostra storia". Sono numerosi gli effetti negativi che la società ha conseguito a causa della pandemia, con i turisti in lockdown costretti a cancellare le prenotazioni che sono quindi crollate di oltre il 90% nei paesi più colpiti. Le previsioni di conti in rosso per la società, con una stima dei ricavi più che dimezzata per il 2020 rispetto all'anno precedente, ha costretto la compagnia californiana a tagliare drasticamente i costi. Inoltre sono state bloccate le nuove assunzioni e ridotte le spese in pubblicità e marketing per un valore di circa 800 milioni di dollari. Dall'11 maggio scorso infatti è stata ridotta del 25% la forza lavoro, 1900 dipendenti sono stati licenziati su un totale di 7500 in tutto il mondo permettendo un risparmio stimato in 400-500 milioni di dollari l'anno. Ai dipendenti licenziati l'azienda ha comunque garantito una serie di ammortizzatori sociali, ad esempio un'assicurazione sanitaria di 12 mesi.

Anche gli host hanno subito delle ingenti perdite dalla cancellazione delle prenotazioni. Lo scorso marzo l'azienda ha ottenuto un finanziamento da 1 miliardo di dollari da parte della società Silver Lake, da destinare anche a un sostegno ai proprietari che hanno visto azzerarsi un'importante fonte di reddito. La politica adottata da Airbnb consiste infatti nel rimborso del 25% le disdette gratuite subite dagli host su prenotazioni effettuate entro il 14 marzo e relative a soggiorni fino al 31 maggio.

La crisi ha colpito la società in quello che doveva essere l'anno migliore della sua storia. Per il 2020 era prevista lo sbarco a Wall Street attraverso una quotazione diretta. A causa della pandemia però la quotazione è stata inevitabilmente rimandata almeno al 2021 e la valutazione di mercato è scesa del 25% secondo il Financial Times, passando da 35 a 26 miliardi di dollari. Il consiglio d'amministrazione sta inoltre rivedendo la strategia di entrata in borsa. Infatti il management sta rivalutando la possibilità di un'IPO che, seppur più costosa per la società rispetto alla quotazione diretta, permetterebbe la raccolta di nuovo capitale per sostenere il proprio business.

Per quanto riguarda la ripresa post-pandemia, Airbnb sta studiando un protocollo sanitario di prevenzione del contagio che prevede l'uso dei noti dispositivi di protezione individuale, disinfettanti e una finestra di almeno 24 ore tra una prenotazione e l'altra. L'adesione da parte degli host non è obbligatoria ma i proprietari che non dovessero adottare il protocollo saranno penalizzati: non avranno una certificazione sulla piattaforma e inoltre l'alloggio dovrà rimanere vuoto per 72 ore, invece che 24, tra una partenza e un nuovo arrivo. Chi invece seguirà le indicazioni fornite avrà un contrassegno sul proprio annuncio che segnalerà al possibile cliente un comportamento positivo da parte dell'host e attento alla sicurezza dei propri ospiti. Le ricerche di alloggi online sono riprese, stando alle parole di Giacomo Trovato, ad di Airbnb Italia. L'offerta dovrà adeguarsi alle mutate richieste da parte delle persone che probabilmente vorranno godersi la vacanza senza esporsi a contatti con altri. Un indicatore fornito da Trovato riguarda i filtri applicati nella ricerca. Se prima la connessione ad internet era la più richiesta, ora si trova terza dietro la presenza di una piscina e la possibilità di portare animali. Queste ricerche sono presumibilmente compatibili con una clientela la cui soluzione ottimale sia una sistemazione isolata. Sono aumentate le ricerche per gli affitti oltre il mese di permanenza, a cui Airbnb sta lavorando per offrire una tariffa scontata per i periodi di soggiorno più lunghi, per poter catturare quel segmento di clientela che cercherà di combinare la vacanza con la possibilità di smart working.

Lo stesso Chesky prevede questo cambio di necessità nei clienti. Se un singolo appartamento può essere un luogo in cui le persone si sentono più al sicuro solo con la propria famiglia, una stanza in hotel o bed&breakfast invece sarà più plausibilmente vista con diffidenza a causa dei possibili incontri con altri nuclei familiari. Un sondaggio negli Stati Uniti condotto nello scorso marzo ha prodotto risultati che possono far tirare un sospiro di sollievo alla società californiana. La fiducia che la gente ripone nella piattaforma riguardo le azioni che verranno intraprese nei mesi a venire è ai livelli delle maggiori catene alberghiere al mondo, Hilton e Marriott (in media un intervistato su due è fiducioso di tutti e tre i brand). Il 74% degli intervistati inoltre ha

dichiarato che si sentirebbe più a suo agio presso un alloggio con la sola presenza della propria famiglia contro un 24% che si riterrebbe più tranquillo in un hotel con altre persone.

6. CONCLUSIONE

I diversi studi analizzati hanno trovato una conferma alle ipotesi per cui Airbnb produrrebbe risultati negativi su vari attori economici. È indubbio che la piattaforma sia entrata in competizione con le strutture ricettive preesistenti e che probabilmente abbia guadagnato anche una più alta quota di mercato rispetto alle stesse. Dall'altro lato è anche vero però che Airbnb ha sfruttato a proprio favore l'era del digitale, essendo nata appunto in questo contesto, affacciandosi al mercato durante un periodo di progresso tecnologico e ha saputo modernizzarsi per rispondere meglio alle esigenze della clientela. Le strutture alberghiere da questo punto di vista a mio parere non hanno fatto lo stesso, o perlomeno non in modo sufficiente.

Da un altro punto di vista però sono numerosi anche i soggetti che ne hanno tratto beneficio, a partire dai consumatori che possono godere di un vantaggio in termini di costi, riducendo quindi le spese sostenute per la vacanza. Inoltre abbiamo visto che la locazione a breve termine è più profittevole, tramutandosi così in maggiori introiti per i proprietari di immobili.

Per quanto riguarda il mercato della locazione credo che la gentrification sia stata una conseguenza fisiologica dell'avvento di Airbnb. Coloro che non hanno più la possibilità di permettersi un affitto vicino al centro sono ovviamente costretti a spostarsi verso la periferia. La regolamentazione adottata finora dai Paesi nel mondo penso sia inefficace in quanto colpisce il piccolo e non il grande.

Chiaramente con l'arrivo di Airbnb alcuni ci hanno guadagnato e alcuni ci hanno perso, ma questo avviene in qualsiasi attività, sono semplicemente le conseguenze del libero mercato.

7. BIBLIOGRAFIA

Gentili, A., Tassinari, F., Zoboli, A., (2017). *Indagine sul mercato degli alloggi in locazione nel comune di Bologna*. Fondazione di ricerca Istituto Carlo Cattaneo. Disponibile su <http://www.cattaneo.org/wp-content/uploads/2018/04/Indagine-sul-mercato-degli-alloggi-in-locazione-Bo.pdf>

Dogru, T., Suess, C., Mody, M., (2018). *Adding evidence: quantifying Airbnb's disruptive on ten key hotel markets*. Disponibile su: <https://www.researchgate.net/publication/329000105>

Sheppard, S., Udell, A., (2018), *Do Airbnb properties affect house prices?*. Disponibile su <https://www.aeaweb.org/conference/2018/preliminary/paper/sna9Y7s3>

Zervas, G., Proserpio, D., Byers, J. W., (ultima revisione novembre 2016), *The rise of the sharing economy: estimating the impact of Airbnb on the hotel industry*. Disponibile su <http://people.bu.edu/zg/publications/airbnb.pdf>

Savolainen, J., (2018). *Hotel industry competitive responses against Airbnb*. Working paper, disponibile su <https://aaltodoc.aalto.fi/handle/123456789/32552>

Segù, M., (2018). *Do short-term rent platforms affect rents? Evidence from Airbnb in Barcelona*. Disponibile su https://mpra.ub.uni-muenchen.de/84369/1/MPRA_paper_84369.pdf

Coles, P., Egedal, M., Gould, E. I., Li, X., Sundararajan, A., (2017), *Airbnb usage across New York City neighborhoods*. Disponibile su https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3048397

Barron, K., Kung, E., Proserpio, D., (2017). *The sharing economy and housing affordability: evidence from Airbnb*. Disponibile su <https://www.aeaweb.org/conference/2018/preliminary/paper/ykYrh4Gd>

Farronato Chiara, Fradkin Andrey, (febbraio 2018), *The welfare effects of peer entry in the accomodation market: the case of Airbnb*. Disponibile su <https://www.nber.org/papers/w24361>

Li, X., (2018). *Which neighborhoods join the sharing economy and why? The case of short-term rental market in New York City*. Disponibile su <https://www.aeaweb.org/conference/2019/preliminary/paper/r3z6nbi2>

8. SITOGRAFIA

Millionaire.it, (6 maggio 2020). *Airbnb licenzia 1900 persone, il 25% dei dipendenti: “È la crisi peggiore della nostra storia”*.

Tratto da: <https://www.millionaire.it/airbnb-licenzia-1900-persone-il-25-dei-dipendenti-e-la-crisi-peggiore-della-nostra-storia/>

Corriere della Sera, (4 maggio 2020). *Airbnb, pronto un «Protocollo di Pulizia» anti-coronavirus: minimo 24 ore tra una prenotazione e l'altra*

Tratto da: https://www.corriere.it/tecnologia/20_maggio_04/airbnb-pronto-protocollo-pulizia-anti-coronavirus-minimo-24-ore-una-prenotazione-l-altra-2de5b770-8b9d-11ea-b0cd-a1732823ac8b.shtml

IlSole24Ore, (17 settembre 2019). *Il boom di Airbnb spacca il mercato degli affitti: locazioni lunghe in crisi*

Tratto da: https://www.ilsole24ore.com/art/il-boom-airbnb-spacca-mercato-affitti-locazioni-lunghe-crisi-ACXJNzj?refresh_ce=1

Wired.it, (4 marzo 2020). *La quotazione di Airbnb è a rischio rinvio a causa del coronavirus*

Tratto da: <https://www.wired.it/economia/business/2020/03/04/airbnb-coronavirus/>

InfoData IlSole24Ore, (30 agosto 2017). *Venezia, l'Italia e il mondo secondo i dati di Airbnb. Le mappe*

Tratto da: <https://www.infodata.ilsole24ore.com/2017/08/30/venezia-litalia-mondo-secondo-dati-airbnb-le-mappe/>

Cityandstateny.com, (2 giugno 2019). *Airbnb's New York City legal battles*

Tratto da: <https://www.cityandstateny.com/articles/policy/technology/airbnbs-new-york-city-legal-battles.html>

Thomapost.amsterdam, (22 maggio 2018). *Airbnb in Amsterdam: what is allowed and what is not allowed?*

Tratto da: <https://thomapost.amsterdam/en/2018/05/22/airbnb-in-amsterdam-what-is-allowed-and-what-is-not-allowed/>

IlSole24Ore, (1 settembre 2016). *Airbnb, gli affari milionari passano per l'Irlanda. In Italia solo 46mila euro di tasse*

Tratto da: <https://st.ilsole24ore.com/art/mondo/2016-08-31/airbnb-affari-milionari-passano-l-irlanda-italia-solo-46mila-euro-tasse-103722.shtml?uuid=AD3hefCB>

Econopoly IlSole24Ore, (29 marzo 2018). *Mi ospiti nel tuo appartamento? Gli effetti di AirBnB sulla città turistica*

Tratto da: <https://www.econopoly.ilsole24ore.com/2018/03/29/airbnb-effetti-citta-turistica/>

Travelandleisure.com, (9 novembre 2017). *How One Man Made \$15 Million As an Airbnb Host Last Year*

Tratto da: <https://www.travelandleisure.com/hotels-resorts/vacation-rentals/london-man-made-15-million-from-airbnb>

IlSole24Ore, (20 febbraio 2018). *Dietro il boom degli affitti brevi: quanto rende il modello Airbnb*

Tratto da: <https://www.ilsole24ore.com/art/dietro-boom-affitti-brevi-quanto-rende-modello-airbnb-AEcU8g0D>

Citylab.com, (6 giugno 2018). *Barcelona finds a way to control its Airbnb Market*

Tratto da: <https://www.citylab.com/life/2018/06/barcelona-finds-a-way-to-control-its-airbnb-market/562187/>

Citylab.com, (29 maggio 2019). *Here's how much Airbnb is lowering hotel prices and occupancy*

Tratto da: <https://www.citylab.com/life/2019/05/heres-how-much-airbnb-is-lowering-hotel-prices-and-occupancy/590485/>

TheNewYorkTimes, (16 aprile 2017). *Inside the Hotel Industry's Plan to Combat Airbnb*

Tratto da: <https://www.nytimes.com/2017/04/16/technology/inside-the-hotel-industrys-plan-to-combat-airbnb.html>

Forbes, (27 febbraio 2018). *The Airbnb effect: cheaper rooms for travelers, less revenue for hotels*

Tratto da: <https://www.forbes.com/sites/hbsworkingknowledge/2018/02/27/the-airbnb-effect-cheaper-rooms-for-travelers-less-revenue-for-hotels/#39600278d672>

Altreconomia.it, (9 maggio 2018). *Airbnb: è scontro tra il colosso degli affitti online e le città europee*

Tratto da: <https://altreconomia.it/unfairbnb/>

Hotelnerds.it, (28 giugno 2019). *La crescita di Airbnb influisce sul fatturato degli hotel?*

Tratto da: <https://www.hotelnerds.it/la-crescita-di-airbnb-influisce-sul-fatturato-degli-hotel/>

Economic Policy Institute, (30 gennaio 2019). *The economic costs and benefits of Airbnb*

Tratto da: <https://www.epi.org/publication/the-economic-costs-and-benefits-of-airbnb-no-reason-for-local-policymakers-to-let-airbnb-bypass-tax-or-regulatory-obligations/>