

## Economia della condivisione e ospitalità: il caso di Airbnb nelle aree urbane in Italia

### *Hospitality and sharing economy: the case of Airbnb among Italian urban areas*

DANTE DI MATTEO, STEFANO SALORIANI

Politecnico di Milano; dante.dimatteo@polimi.it

#### Riassunto

La recente diffusione delle pratiche di consumo collaborativo nel mercato dell'ospitalità, meglio identificate sotto il paradigma della *sharing economy*, costituisce un'opportunità rilevante per la creazione di economie alternative spesso non regolamentate, decentralate, neoliberali e sostenibili. Se, da un lato, l'economia tra pari (P2P) è in grado di alleggerire e facilitare i meccanismi di gestione dell'ospitalità, sia per i prestatori di servizi sia per i fruitori, mediante l'impiego di piattaforme digitali dinamiche e intuitive, è anche evidente come il suo largo utilizzo in ambito urbano ne imponga una più decisa regolamentazione per ciò che concerne gli affitti ad uso turistico. Ne deriva una sostanziale ridefinizione dell'assetto dei centri città, potenzialmente beneficiari di nuovi spazi del consumo e di nuove economie urbane. L'approccio cartografico di questo studio intende indagare l'ampiezza spaziale raggiunta in alcune tra le principali città italiane da parte di Airbnb, la piattaforma leader mondiale nella condivisione dei servizi per l'ospitalità, mediante l'utilizzo dei *big data* forniti dal relativo *provider open data* (*insideairbnb.com*). Inoltre, esplorando l'area urbana di Milano come caso di studio, si rilevano due evidenze: nelle principali aree d'accesso alla città esiste una decisa sovrapposizione tra l'offerta turistica tradizionale e i *patterns* localizzativi di Airbnb, mentre nelle aree più decentrate, ma comunque interessate da una domanda turistica stagionalizzata, gli Airbnb esibiscono complementarità rispetto all'offerta alberghiera.

#### Parole chiave

Geografia urbana, Economia della condivisione, Airbnb

#### Abstract

*The recent spread of collaborative consumption practices in the hospitality industry, better identified under the sharing economy paradigm, represents a significant opportunity to create alternative, often unregulated, decentralised, neoliberal and sustainable economies. If, on the one hand, the peer-to-peer economy (P2P) can lighten and facilitate the mechanisms of hospitality management both for service providers and for users using dynamic and intuitive digital platforms, it is also evident that its widespread diffusion in the urban environments imposes a stronger regulation as regards rentals for tourist uses. The result is a substantial redefinition of the structure of city centres, potentially recipients of new consumption spaces and new urban economies. The cartographic approach here proposed aims to investigate the spatial extent achieved in some of the major Italian cities by Airbnb, the world's leading platform of services sharing for hospitality, using big data provided by its open data provider (*insideairbnb.com*). Moreover, by exploiting the Milan urban area as case study, two findings emerge: towards the main city access areas there is a marked overlap between the traditional tourism offer and the Airbnb location patterns; otherwise, in the most decentralised areas, but still interested by a deseasonalised tourism demand, Airbnb exhibits complementarity effects against the hotel industry.*

#### Keywords

Urban geography, Sharing economy, Airbnb

*I paragrafi 1, 2, 3, 4 e 5 sono da attribuire a Dante Di Matteo, il paragrafo 4.1 a Stefano Saloriani. Il corredo cartografico è opera di Stefano Saloriani.*

## 1. Introduzione<sup>1</sup>

Le pratiche di consumo collaborativo, economia collaborativa o più in generale, come meglio suggerisce il risultato di uno studio bibliometrico (Ertz, Leblanc-Proulx, 2018), 'economia della condivisione' (*sharing economy*), sono entrate nella prassi quotidiana relativa all'acquisizione di beni e servizi e suscitano un interesse crescente in segmenti di ricerca per lo più eterogenei. Il settore del turismo è senz'altro tra quelli più coinvolti nelle cosiddette 'economie tra pari' (P2P), anche grazie alla nascita di piattaforme digitali in grado di mettere in collegamento i fornitori e gli utilizzatori di servizi legati al mondo dell'ospitalità. Airbnb, a distanza di circa 10 anni dalla sua fondazione (2008), è riconosciuto come il più grande portale per la condivisione di servizi per l'alloggio e la sua presenza si rileva sempre più robusta in un crescente numero di località in tutto il mondo. Accanto ad una serie di benefici che questa modalità innovativa di fare turismo è in grado di apportare per le destinazioni e gli individui interessati (incremento dei flussi turistici, aumento del reddito pro capite familiare, competitività a livello di prezzi) viene a crearsi, inevitabilmente, un insieme di dissimili problematicità e potenziali 'minacce' per l'ambiente urbano e per i sistemi economici a più parti coinvolti (aumen-

to del turismo 'nero', creazione di mercati alternativi non regolamentati, aumento della pressione turistica). Si rende necessario, pertanto, un approfondimento circa le potenzialità e i limiti della *sharing economy* nel settore dell'ospitalità e questo studio – mediante l'ausilio di una cartografia esplorativa – si propone di rintracciare gli schemi localizzativi di Airbnb all'interno di sei principali città italiane (Milano, Venezia, Firenze, Bologna, Roma e Napoli).

L'articolazione del contributo pertanto è organizzata come segue: il paragrafo 2 illustra gli attributi peculiari della *sharing economy*, i settori all'interno dei quali trova maggiore diffusione e una serie di punti di forza e di debolezza per le economie urbane e regionali; il paragrafo 3 propone una sintesi circa la piattaforma digitale di Airbnb, descrivendone il funzionamento, le caratteristiche degli attori coinvolti e i principali impatti rilevati dalla letteratura per il territorio e per gli utilizzatori; il paragrafo 4 mostra la concentrazione di Airbnb in sei città italiane attraverso l'utilizzo di mappe di concentrazione e – nel focus sulla città di Milano – sovrappone l'offerta alberghiera tradizionale all'offerta di Airbnb, evidenziandone i tratti salienti ed i principali quartieri coinvolti; il quinto e ultimo paragrafo propone spunti di riflessione conclusivi e traccia una possibile agenda di ricerca futura sul fenomeno di Airbnb in Italia.

<sup>1</sup> La concettualizzazione di questo contributo è avvenuta in un momento da considerarsi ormai antecedente all'era Covid-19. Nell'eterogeneità di settori coinvolti a più parti tra le conseguenze di natura economica e sociale della pandemia, il turismo – soprattutto quello urbano – rappresenta uno degli assi più danneggiati dalle disposizioni che hanno limitato (e che continueranno a limitare fino al termine dell'emergenza, a varie intensità) la possibilità di circolare tra Paesi, regioni, o addirittura tra comuni, per motivi di puro svago e/o ricreazione. In questo quadro, lo stesso Ceo di Airbnb (Brian Chesky), ha evidenziato nel maggio 2020 come questa crisi abbia avuto dei risvolti – per certi versi – drammatici per l'organizzazione cui fa capo e per molti dei suoi dipendenti. Tuttavia, le previsioni di un atteso 'rimbalzo' (anche per il settore del turismo) auspicato a partire dal 2021, insieme alle rinnovate abitudini degli utilizzatori/visitatori – i quali si presume possano tendere a preferire con maggiore intensità alloggi privati in affitto rispetto alle grandi strutture dell'accoglienza – lasciano intravedere dei segnali incoraggianti per l'economia della condivisione in chiave turistica, che è l'oggetto di questo caso studio.

Su tali basi, si è ritenuto opportuno non adeguare il contributo alla nuova dimensione Covid-19, poiché la presa in considerazione di taluni aspetti collegati alla pandemia avrebbe comportato un ripensamento radicale del manoscritto e dei suoi obiettivi.

## 2. *Sharing economy*: il quadro teorico

Nonostante l'iniziale scetticismo verso i primi modelli digitali di condivisione – dovuto in larga misura all'impossibilità di 'toccare con mano' o visualizzare *in situ* il prodotto o servizio ricercato se non nel momento stesso della sua produzione/erogazione, moltiplicandone gli effetti ritentivi nel settore dell'ospitalità poiché in presenza di 'inseparabilità' nella fase simultanea di erogazione/consumo del servizio turistico (Kotler *et Al.*, 2017, pp. 55-76) – il fenomeno della *sharing economy* ha ben presto attirato grande attenzione tra gli utenti digitali di tutto il mondo, i quali, mediante comode piattaforme virtuali, hanno la possibilità di entrare in contatto diretto con i fornitori (privati) di servizi ed acquisirne – a titolo di prenotazione e acquisto futuro – il diritto ad usufruirne in luoghi e tempi prestabiliti. È così che de-

terminati *assets* sottoutilizzati si sono ritrovati al centro di un mercato (ormai) globale con alla base il concetto di 'condivisione', mercato all'interno del quale non hanno tardato a determinarsi gerarchie multiple di organizzazioni operanti in settori sempre più diversificati, anche provocando – talvolta – conflitti con la concorrenza locale e le autorità di regolamentazione (Parente, Geleilate, 2018, p. 52).

Le ragioni alla base di un'affermazione su così vasta scala sono molteplici. Periodi ciclici di congiuntura economica negativa e aumenti generalizzati dei livelli di disoccupazione hanno spinto a riconsiderare la possibilità di rendere utilizzabili beni mobili o immobili altresì inattivi (Parente, Geleilate, cit.), i quali, in combinazione con una serie di fattori di spinta (diffusione della tecnologia e dei dispositivi mobili, utilizzo di internet, aumento della consapevolezza sulla sostenibilità, ecc.) hanno dato slancio all'ideazione di nuovi modelli di reddito creativi (Mariotti *et Al.*, 2017). Dal punto di vista sociale, invece, se originariamente si riteneva il paradigma della condivisione un'esclusiva limitata alle persone di fiducia rientranti nella sfera di amici, parenti e conoscenti, la proliferazione di piattaforme online fornite di schemi di valutazione e reputazione degli utenti (recensioni) ha permesso di ridurre la propensione allo scetticismo e il rischio percepito verso lo 'sconosciuto' e, pertanto, ha favorito una condivisione più sicura e attraente – ad esempio – della propria casa, della propria automobile o finanche la possibilità di mangiare un cibo preparato da un cuoco mai visto prima presso la propria abitazione (Frenken, Schor, 2017, p. 4). Tuttavia, è proprio in funzione della possibilità di assorbire grandi volumi di dati da parte delle piattaforme di condivisione che un'ampia letteratura ha iniziato a rilevarne le potenziali pericolosità, alimentando il dibattito relativo alla 'discriminazione digitale', che – in maniera semplicistica – può essere definita come la possibilità di scegliere (e selezionare) i propri potenziali clienti/fruitori sulla base di determinate caratteristiche personali (razza, orientamento religioso, preferenze sessuali, aspetto fisico), argomento per il quale è stata oggetto di discussione proprio la piattaforma di Airbnb (Cheng, Foley, 2018, p. 95-96).

Ad ogni modo, secondo una visione ampiamente riconosciuta dalla letteratura, l'economia della condivisione può essere considerata come un fenomeno di

'innovazione dirompente' (Laurell, Sandström, 2018, pp. 340-341) o di 'innovazione discontinua' (Weber *et Al.*, 2019) che interessa prevalentemente i settori dell'ospitalità e del trasporto/mobilità individuale, ma che è anche in fase di allargamento verso altri settori, quali – ad esempio – i servizi *on demand*, moda e abbigliamento, consegna di cibo a domicilio (Geissinger *et Al.*, 2018). Il forte potere di 'perturbazione digitale' di cui gode la *sharing economy* la pone, pertanto, come elemento di discontinuità all'interno di settori industriali già ampiamente consolidati (Geissinger *et Al.*, cit.), attraverso un'offerta diversificata che si frappona, concettualmente, nel *continuum* tra la fase della 'pura condivisione' (momento iniziale esclusivamente empatico, sociale, inclusivo e slegato da logiche monetarie) e quella dello 'scambio', dove l'incontro tra le parti produce una transazione effettiva mediante mutuo accordo (Habibi *et Al.*, 2017).

Nel definire gli aspetti che rafforzano o indeboliscono la spinta della *sharing economy*, Martin (2016) individua sei postulati: da un lato, essa si presenta come un'opportunità economica (monetizzazione derivante da *assets* sottoutilizzati), una nuova forma di consumo sostenibile (basata sull'accesso e non sul possesso degli *assets*) e un possibile percorso verso economie decentrate e più eque (possibilità di indebolire i regimi capitalistici di produzione/consumo e favorire il rafforzamento sociale attraverso il metodo P2P); d'altro canto, l'economia della condivisione può costituire il presupposto per la creazione di mercati non regolamentati (concorrenza sleale, evasione fiscale), di nuove economie neoliberali (per governare reti così ampie si rende necessaria la costituzione di società sovraordinate, come accade nel caso di Airbnb e Uber) e di modelli di innovazione non coerenti (ciò che potrebbe rappresentare un beneficio per molti può facilmente diventare una prerogativa di pochi attori del 'regime').

In definitiva, l'economia della condivisione è da intendersi come un meccanismo complesso di relazioni tra utenti che producono beni o erogano servizi a favore di altri utenti ('economia tra pari', P2P), il più delle volte sconosciuti, che si basa sul principio della condivisione e che opera sotto l'ombrello dei grandi attori dell'intermediazione tra le parti (Pais, 2012), piattaforme (aziende) divenute leader mondiali nello *sharing*,

come Airbnb nel settore dell'ospitalità e Uber nel settore dei trasporti/mobilità individuale (o, a cascata, una serie di alternative di minori dimensioni, come – rispettivamente e a titolo di esempio – Fairbnb e BlaBlaCar).

### 3. Airbnb: definizione, stato dell'arte, impatti

Airbnb è la più grande piattaforma digitale per i servizi di *home sharing* e nel 2018, a distanza di 10 anni dalla sua fondazione, era presente in oltre 65.000 città di 191 Paesi nel mondo, con circa 3 milioni di utenti attivi ed un valore economico stimato in 31 miliardi di dollari (Blal *et Al.*, 2018, p. 85).

Diffusosi a partire dai grandi centri, Airbnb ha presto sperimentato una larga espansione anche verso le città minori e le località periferiche. Attraverso pochi semplici passaggi, necessari per completare la procedura di registrazione (e verifica dei dati personali), gli utenti, appena 'sbarcati' sulla piattaforma, hanno subito la possibilità di offrire o cercare un soggiorno (a breve o anche a lungo termine) in tutte le destinazioni nel mondo coperte dal servizio. La piattaforma consente due soluzioni possibili per l'alloggio: l'affitto dell'intero appartamento (di solito monolocali, bilocali, loft o mansarde nelle città maggiori; prevalentemente ville o case isolate nelle località minori o periferiche) oppure l'affitto a stanze (singole o condivise; in questo caso accade spesso che le stanze non adibite a locazione siano occupate dallo stesso proprietario o dai suoi famigliari). È possibile verificare la disponibilità per le date d'interesse attraverso il calendario predisposto dal gestore della struttura (spesso, ma non sempre, corrispondente al proprietario della stessa, detto *host*) e, al momento della richiesta di prenotazione, il profilo del potenziale utilizzatore viene messo in condivisione con il gestore, che può decidere se confermare o rifiutare la proposta ricevuta. A quel punto, il gestore può richiedere alcune informazioni aggiuntive di carattere generale all'utente (ad esempio, orario presunto di arrivo, numero di bagagli, esigenza di ascensore, presenza di neonati e/o animali, preferenze per la colazione (qualora prevista), ecc.) per verificare l'esistenza delle condizioni necessarie per concludere l'accordo (compatibilmente con le proprie richieste e disponibilità orarie) e, in caso di esito positivo a margine della conversazione, viene approvata la tran-

sazione per il pagamento parziale o totale dell'importo dovuto, con emissione di fattura istantanea da parte del sistema.

Questo meccanismo ha dunque preso piede in un numero sempre più ampio di località centrali e periferiche e, pertanto, i dati precedentemente esposti sono da considerarsi in continua e rapida evoluzione. L'elevazione a *best practice* della *sharing economy* da parte di Airbnb ha presto attirato l'interesse di studiosi provenienti da varie discipline, favorendo l'avanzamento di una letteratura giovane ed effervescente sul tema, che osserva il fenomeno da diverse angolazioni. Numerosi sono gli studi che si concentrano sulle caratteristiche comportamentali (Priporas *et Al.*, 2017; Chen, Xie, 2017) motivazionali (Liang *et Al.*, 2018) e psicografiche (Fagerstrøm *et Al.*, 2017) dei consumatori, sulle loro reazioni rispetto ai diversi tipi di stimoli pubblicitari promossi dai *marketers* di Airbnb (Liu, Mattila, 2017), sull'impatto delle recensioni online sul loro sentimento di fiducia percepita (Cheng *et Al.*, 2019), ma anche sulle strategie di gestione (Gibbs *et Al.*, 2018; Lutz, Newlands, 2018) e di prezzo (Kwok, Xie, 2018) poste in essere da parte dei gestori.

Altri lavori esplorano la percezione dei residenti verso la presenza di Airbnb nella propria località, trovando risultati positivi e in parziale contrasto con la propaganda anti-Airbnb di una parte dei media (Mody *et Al.*, 2019, p. 200), mentre, per ciò che concerne l'impatto reale o potenziale di Airbnb sull'offerta alberghiera tradizionale, la letteratura non converge ancora in una direzione univoca, dividendosi tra chi sostiene che la presenza di Airbnb non rappresenti un 'inquinante' per le prestazioni dell'industria dell'ospitalità (Blal *et Al.*, 2018) ma che contribuisca, piuttosto, a favorire valutazioni – in particolare da parte degli hotel di dimensioni medio-piccole – utili ad eseguire aggiustamenti e/o migliorie in previsione di una concorrenza ancor più massiccia di Airbnb in un futuro non troppo lontano (Varma *et Al.*, 2016), oppure tra chi sostiene che la presenza di Airbnb costituisca una reale minaccia per l'industria alberghiera, soprattutto con riferimento al ricavo medio per stanze disponibili, al livello delle tariffe giornaliere e al tasso di occupazione degli hotel (Dogru *et Al.*, 2019, p. 30), indicatori che parrebbero essere impattati negativamente in forza della presenza di alloggi Airbnb (Xie, Kwok, 2017).

Un aspetto molto interessante da rilevare a proposito degli effetti di Airbnb sui consumatori è relativo agli attributi chiave che influenzano il giudizio degli utilizzatori: malgrado il servizio abbia preso il largo, fondamentalmente, in virtù del buon livello di competitività offerto dal punto di vista del prezzo (Fang *et Al.*, 2016), uno studio pilota condotto sulla città di Sydney, che utilizza come metodo di analisi il *text mining* e la *sentiment analysis* sui dati forniti da Airbnb (Cheng, Jin, 2019), rivela che i tre elementi che contribuiscono – più di tutti – a generare sensazioni positive nei soggiornanti sono da ricondurre all'ambiente (*location*), ai servizi (*amenities*) e al gestore (*host*), mentre tra gli attributi che generano sensazioni negative si annovera prevalentemente il rumore percepito (*noise*). È importante sottolineare, dunque, il ruolo fondamentale del gestore nella creazione di memorie positive nei confronti degli ospiti, dal quale dipende in larga misura il peso della recensione finale degli utenti, molto sensibili alle attenzioni ricevute da parte del «padrone di casa». A tal proposito, uno studio di Gunter (2018) interviene a definire le caratteristiche che un *host* dovrebbe possedere al fine di diventare (o mantenersi) un *superhost*, ovvero: cercare di mantenere nel tempo recensioni positive, proporre un criterio affidabile e flessibile nei confronti della politica di cancellazione e possedere un'alta reattività verso le richieste degli utenti durante la prima fase di condivisione delle informazioni sulla piattaforma.

Venendo alle finalità di questo articolo, si rileva ancora una certa carenza di studi volti ad indagare le principali cause della diffusione di alloggi Airbnb e come essi contribuiscano al ridisegno dei quartieri centrali e periferici delle città maggiormente interessate dal fenomeno. Ciò che sappiamo, dal punto di vista macroeconomico, è che la presenza di Airbnb aumenta laddove la destinazione possieda un buon livello di sviluppo tecnologico, dove il livello del reddito pro capite e del tasso di occupazione non siano elevatissimi (come affermato in precedenza, ciò spinge al riutilizzo di beni in disuso), dove esista una cultura del turismo già avanzata e un'industria del turismo che – in qualche modo – già funzioni e, infine, dove il tasso di cambio nominale della moneta in uso sia tendenzialmente inferiore rispetto al dollaro (Heo, Blengini, 2019, p. 48); quest'ultimo aspetto lascia presagire che economie governate

da regimi di cambio fisso presumibilmente sperimenteranno una più lenta adozione di alloggi Airbnb rispetto ad economie regolate da cambi flessibili.

Dal punto di vista della localizzazione spaziale nelle aree urbane, uno studio condotto sulla città di Barcellona (Gutiérrez *et Al.*, 2017) rivela che gli alloggi Airbnb tendono a distribuirsi maggiormente in prossimità dell'area concentrica attorno al centro città (Plaça de Catalunya) a differenza degli hotel, i quali si localizzano con maggiore densità attorno all'asse delle Ramblas-Paseo de Gràcia (rispettivamente, la zona della città vecchia – ovvero Ciutat Vella – e la zona di Eixample), questo perché la presenza di Airbnb è fortemente correlata all'esistenza di aree residenziali vaste; inoltre, gli Airbnb – molto più che gli hotel – tendono a localizzarsi in prossimità dei maggiori punti di interesse turistico della città (Sagrada Família, Barri Gòtic, Casa Milà ovvero La Pedrera di Antoni Gaudí) mentre la localizzazione diminuisce all'aumentare della distanza dal centro o dall'area della spiaggia (Barceloneta); infine, la presenza di uffici o attività commerciali non appare correlata con gli schemi localizzativi di alloggi Airbnb.

#### 4. Geografia degli Airbnb in 6 città italiane

Attraverso il portale *open data* messo a disposizione da Airbnb (<http://insideairbnb.com>) è possibile estrarre alcune informazioni rilevanti circa la tipologia di alloggio e le principali prestazioni delle strutture listate in molteplici città per le quali vengono divulgati i dati (esse sono in continuo aggiornamento e ampliamento: la maggior parte delle città presenti fa capo agli Stati Uniti, ma sono disponibili anche numerose città di vari Paesi europei e asiatici; in misura minore Canada, America Latina e Africa).

Per ciò che concerne le 6 città italiane, oggetto del caso di studio qui proposto, si riporta il numero di case o appartamenti interi, il numero di stanze singole e condivise, il numero di notti stimate di permanenza all'anno e il relativo tasso di occupazione stimato delle strutture, il prezzo medio per notte e la stima del fatturato mensile. Come evinto in Tabella 1, con quasi 30.000 strutture, Roma è la città italiana con il maggior numero di alloggi Airbnb all'ottobre del 2019, seguita da Milano



TABELLA 1 – Quadro di sintesi Airbnb nelle città oggetto di indagine. Fonte: elaborazione degli autori su base Insideairbnb, dati aggiornati a ottobre 2019

Città	Tipologia di alloggio			Attività			
	Appartamenti interi o case N° e (%)	Stanze singole N° e (%)	Stanze condivise N° e (%)	N° notti/anno di permanenza (stimate)	Tasso % di occupazione (stimato)	Prezzo medio in € per notte	Fatturato mensile in € stimato
Milano	12.809 (72,5)	4.500 (25,5)	350 (2)	70/365	19,3	112	444
Venezia	6.478 (76,5)	1.927 (22,7)	64 (0,8)	114/365	31,3	137	1.057
Firenze	8.640 (76,7)	2.566 (22,8)	56 (0,5)	110/365	30,2	100	739
Bologna	2.333 (65,9)	1.139 (32,1)	70 (2)	104/365	28,4	76	537
Roma	18.843 (64,0)	10.368 (35,2)	225 (0,8)	89/365	24,4	98	614
Napoli	4.223 (58,9)	2.897 (40,4)	49 (0,7)	82/365	22,6	68	376

(17.659), Firenze (11.262), Venezia (8.469), Napoli (7.169) e Bologna (3.542). Con riferimento alla tipologia di alloggio, case o interi appartamenti rappresentano la modalità di affitto più diffusa tra le città considerate, con percentuali che vanno dal 64% (Roma) al 76,7% (Firenze) del totale delle strutture, mentre è più bassa la percentuale di stanze singole (dal 22,7% di Venezia al 35,2% di Roma) e piuttosto esigua la percentuale di stanze condivise (valori che si aggirano tra lo 0,5% e il 2%); tra i casi elencati, la città di Napoli, invece, presenta una distribuzione più bilanciata tra le strutture affittate per intero e le stanze singole (58,9% *vs* 40,4%).

Dal punto di vista delle prestazioni degli Airbnb, trattandosi di beni immobili privati posti in condivisione, essi sono da considerarsi potenzialmente sfruttabili lungo tutto l'arco dell'anno e, pertanto, il numero di notti stimate di permanenza e il tasso stimato di occupazione degli alloggi viene considerato sul totale di 365 giorni. Le migliori prestazioni arrivano da Venezia (114 notti/anno e tasso stimato del 31,3%), Firenze (110 notti/anno e 30,2%) e Bologna (104 notti/anno e 28,4%); valori più bassi per Roma (89 notti/anno e 24,4%) e Napoli (82 notti/anno e 22,6%), mentre è la città di Milano quella che registra il minor tasso di utilizzo annuale delle strutture (70 notti/anno e 19,3% di occupazione stimata). Venezia è la città più 'cara' per ciò che concerne il prezzo medio per notte trascorsa (137€), seguita da Milano (112€), Firenze (100€) e Roma (98€),

mentre è discretamente più contenuto il prezzo per le città di Bologna (76€) e Napoli (68€). A questo punto, incrociando i dati relativi ai precedenti indicatori, ne deriva che Venezia è la città potenzialmente più 'remunerativa' per gli alloggi Airbnb, con un fatturato stimato mensile di oltre 1.000€ per i gestori, con un distacco piuttosto importante rispetto a tutte le altre città (dai 739€/mese di Firenze ai 376€/mese di Napoli).

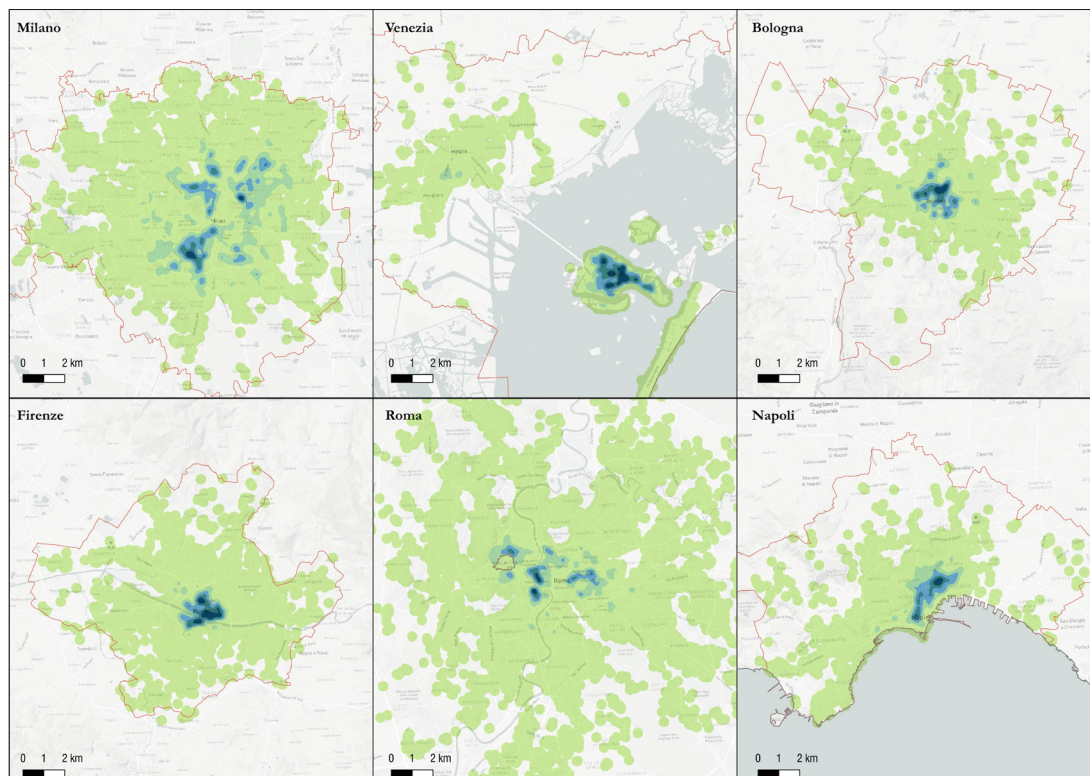
Con riferimento alla distribuzione degli alloggi nello spazio urbano, la mappa di concentrazione di cui alla Fig. 1 permette di individuare i principali schemi localizzativi per le città in questione. Se, nel caso di Venezia, Firenze e Bologna, la densità di localizzazione segue le suggestioni proposte dalla letteratura, vedendo una concentrazione piuttosto marcata attorno alle aree del centro città, nel caso di Milano, Roma e Napoli si evincono modelli localizzativi sparsi, spesso concentrati in più aree o quartieri del perimetro urbano.

A Venezia – ad esempio – la quasi totalità degli alloggi (circa l'80%) si concentra nelle aree maggiormente 'turistiche' della città, in corrispondenza delle Isole e – più in particolare – nei quartieri di Cannareggio e Castello (con le densità più elevate), oltre che nei restanti quartieri centrali di San Marco, San Polo, Santa Croce e Dorsoduro (densità minori, ma comunque robuste).

Anche nel caso di Firenze, la maggior parte degli alloggi Airbnb si distribuisce a ridosso del solo quartiere del Centro Storico (72% circa del totale), così come

FIGURA 1  
Patterns  
localizzativi di  
Airbnb in 6 città  
italiane

FORNTE:  
elaborazione di  
Stefano Saloriani  
su dati  
Insideairbnb



a Bologna, dove la densità più elevata si riscontra nei quartieri centrali di Porto-Saragozza e di Santo Stefano (circa il 66% del totale).

Al contrario, la città di Milano presenta una distribuzione molto più 'granulare' degli Airbnb, con tre clusterizzazioni evidenti ed una sorpresa: se i quartieri a sud-ovest del primo 'cerchio' a partire dal centro (Duomo, Ticinese, Navigli, Tortona) presentano buone densità localizzative, così come i quartieri a nord-ovest del primo 'cerchio' (sempre a partire dal centro, ovvero Brera, Sarpi, Isola), la concentrazione più elevata si osserva in prossimità dell'area a nord-est del secondo 'cerchio' (Buenos Aires, Loreto); appare evidente, in questo caso, come la multipolarità dello spazio milanese favorisca l'emergere di più centri di localizzazione di strutture Airbnb (approfondimenti sul caso di Milano sono forniti nel sottoparagrafo successivo).

Nella città di Roma, invece, a partire dalla massima concentrazione in prossimità del Centro Storico (con circa il 50% delle strutture) le altre principali clu-

sterizzazioni si delineano più facilmente se osservate in fascia 'settoriale' appena oltre il raggio del centro, con particolare riferimento alle aree di San Giovanni/Cinecittà, Parioli/Nomentano, Monteverde e Prenestino/Centocelle.

A Napoli infine, dove l'area più densa di Airbnb è relativa al quartiere centrale di San Lorenzo (e ai quartieri adiacenti di Pendino e San Giuseppe), si evince una ulteriore clusterizzazione in prossimità dell'arco litoraneo del lungomare Caracciolo (Chiaia, San Ferdinando).

In tutti i casi, appare piuttosto evidente che la localizzazione degli Airbnb nelle città maggiori segua i canoni evidenziati dalla letteratura di riferimento: laddove sono presenti i principali punti di interesse turistico/storico/commerciale della città – e in presenza di aree residenziali vaste – vanno a collocarsi le più dense agglomerazioni di strutture Airbnb, le quali, in linea di massima, sono anche quelle che offrono i prezzi più alti se confrontate alle altre tipologie di localizzazione sparsa e senza soluzione di continuità.

#### 4.1. Airbnb a Milano: sovrapposizione o complementarità?

Come anticipato poc'anzi, la distribuzione degli Airbnb nella città di Milano appare in maniera del tutto granulare e policentrica, come meglio si evince dalla Fig. 2. Il maggior numero di alloggi Airbnb si trova nei Nuclei di identità locale (NIL)<sup>2</sup> a più alta densità abitativa, dove si ravvisano anche alte percentuali di stranieri residenti, numerosi edifici dedicati ad un mix funzionale, spazi e servizi pubblici, nonché una buona accessibilità alla rete del trasporto pubblico.

Ne consegue che, con tutta probabilità, l'attrattività di questi spazi possa correlarsi ai più comuni fattori localizzativi delle attività in ambito urbano, quali: buon accesso a servizi e attività di tipo turistico ma anche di tipo business, presenza di bar e ristoranti, negozi, attività culturali e di intrattenimento e – più in generale – una buona qualità urbana (Mariotti *et Al.*, 2017).

In particolare, nella zona corrispondente al NIL Buenos Aires-Venezia si ravvisano 1.416 strutture, rivelandosi questa, in tal modo, la zona con la più alta concentrazione di Airbnb a Milano. Ciò è probabilmente dovuto all'ampiezza del tessuto residenziale, ma anche

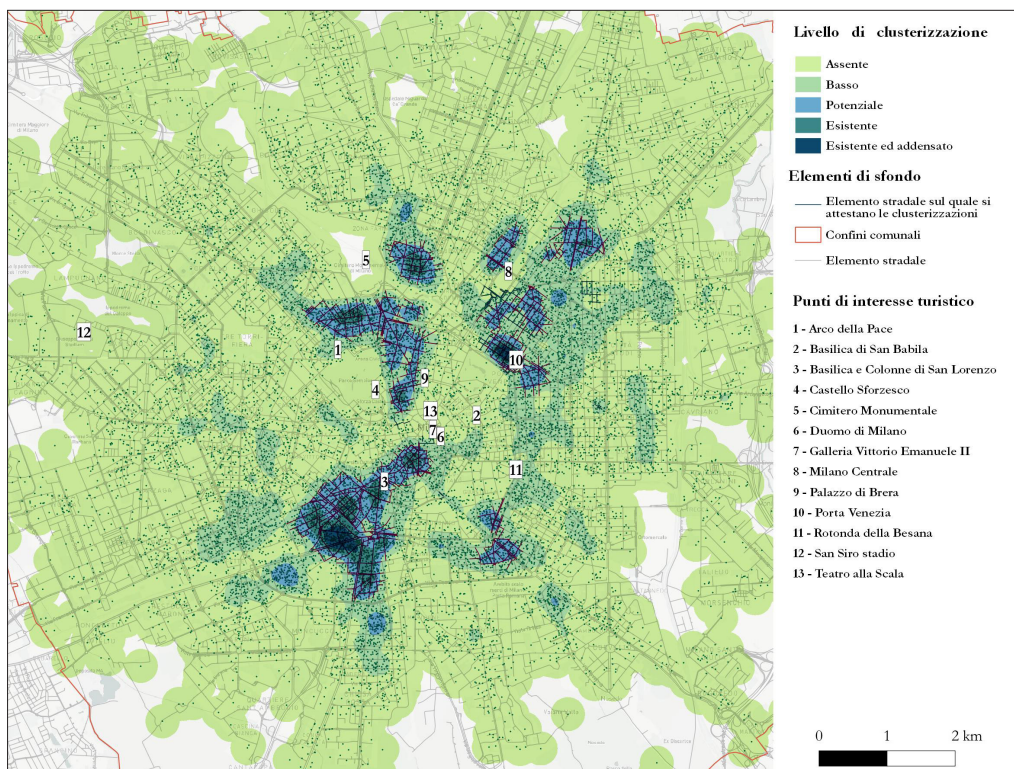


FIGURA 2  
Clusterizzazione spaziale degli Airbnb a Milano

FONTE:  
elaborazione di  
Stefano Saloriani  
su dati Insideairbnb

<sup>2</sup> Nel Piano dei servizi (all'interno del più ampio Piano di governo del territorio – PGT – del 2012) il territorio comunale è stato suddiviso in 88 aree, ovvero 'quartieri urbani' corrispondenti ai NIL (Nuclei di identità locale). Tali classificazioni sono state eseguite in funzione di utilità statistiche e programmatiche. Maggiori informazioni a proposito si rinvengono su: <https://www.pgt.comune.milano.it/psschede-dei-nil-nuclei-di-identita-locale/nuclei-di-identita-locale-nil>.



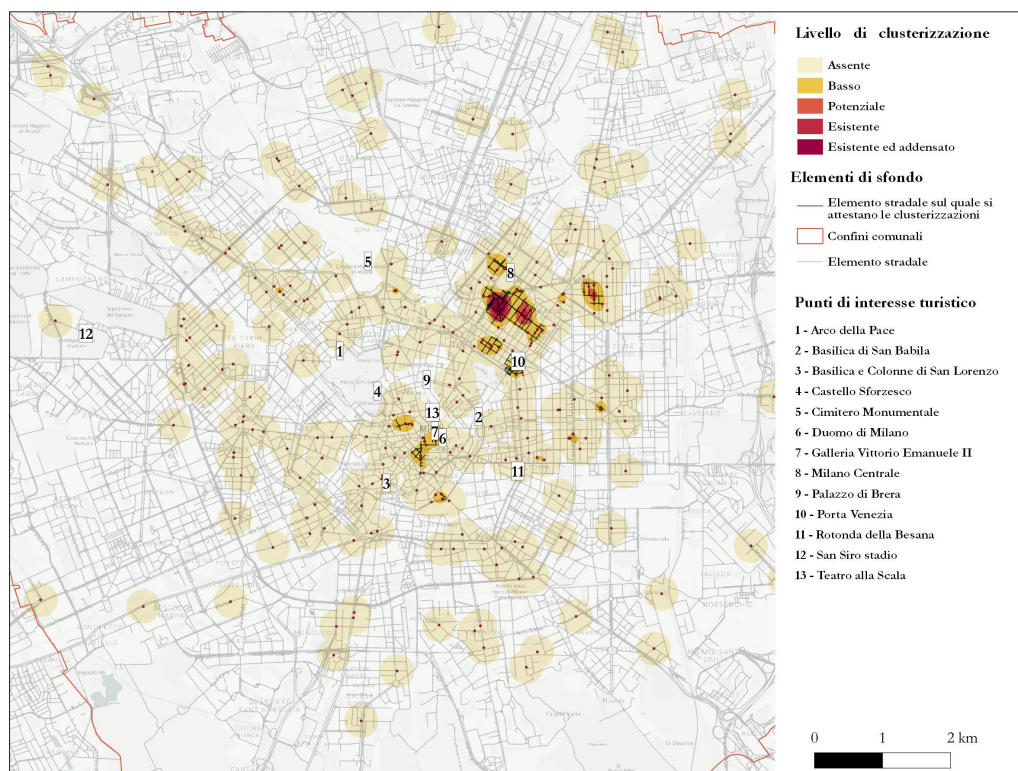


FIGURA 3  
Clusterizzazione  
spaziale degli hotel  
a Milano

FONTE:  
elaborazione di  
Stefano Saloriani  
su dati di  
Regione Lombardia

alla vicinanza con la linea metropolitana, oltre che alla stazione centrale. Tuttavia, se si prende in considerazione la somma degli Airbnb compresi nei NIL Navigli e Ticinese (1.803 strutture) si scopre che l'area per eccellenza della *movida* cittadina, cuore pulsante degli eventi durante il Fuorisalone<sup>3</sup> e sede delle principali attività legate alla moda e al *design*, è anche la zona che vanta l'offerta più consistente di alloggi Airbnb.

Altre zone importanti sono quelle di Porta Romana (la quale appare piuttosto simile alla zona di Buenos Aires, per via di una serie di caratteristiche legate all'impronta residenziale e alla presenza di attività di vario genere – ad esempio, Fondazione Prada – che richiamano visitatori e utilizzatori di diversa estrazione) e quelle di Sarpi, Brera e Isola.

<sup>3</sup> Si fa riferimento ad una serie di manifestazioni aventi luogo contemporaneamente in molteplici aree di Milano durante il Salone Internazionale del Mobile (aprile). Esso, assieme al cosiddetto 'Fuorisalone', definisce la 'Milano Design Week'.

Per venire alle finalità di questo contributo, è necessario – a questo punto – mappare le strutture alberghiere (Fig. 3). Come nella maggior parte delle città metropolitane, la concentrazione più visibile di hotel ha luogo in prossimità dei principali punti di accesso alla città, ovvero la stazione centrale (e in particolare lungo Via Napo Torriani e Via Vitruvio). Si rilevano, inoltre, ulteriori significative agglomerazioni nelle aree più centrali e 'turistiche', quali Piazza Duomo e Piazza Cordusio. In corrispondenza di queste ultime, si rileva una presenza molto più modesta di alloggi Airbnb, soprattutto in funzione della diversità di destinazione d'uso di molti edifici ivi situati, altresì utilizzati in prevalenza come uffici o come strutture volte all'erogazione di servizi per la collettività (musei, municipi, ecc.).

Attraverso la sovrapposizione dei livelli di clusterizzazione di entrambe le tipologie di strutture (Fig. 4) si ha evidenza di come gli Airbnb vadano a costituire, in prevalenza, un effetto di complementarità rispetto all'offerta tradizionale alberghiera, in termini localizzativi.

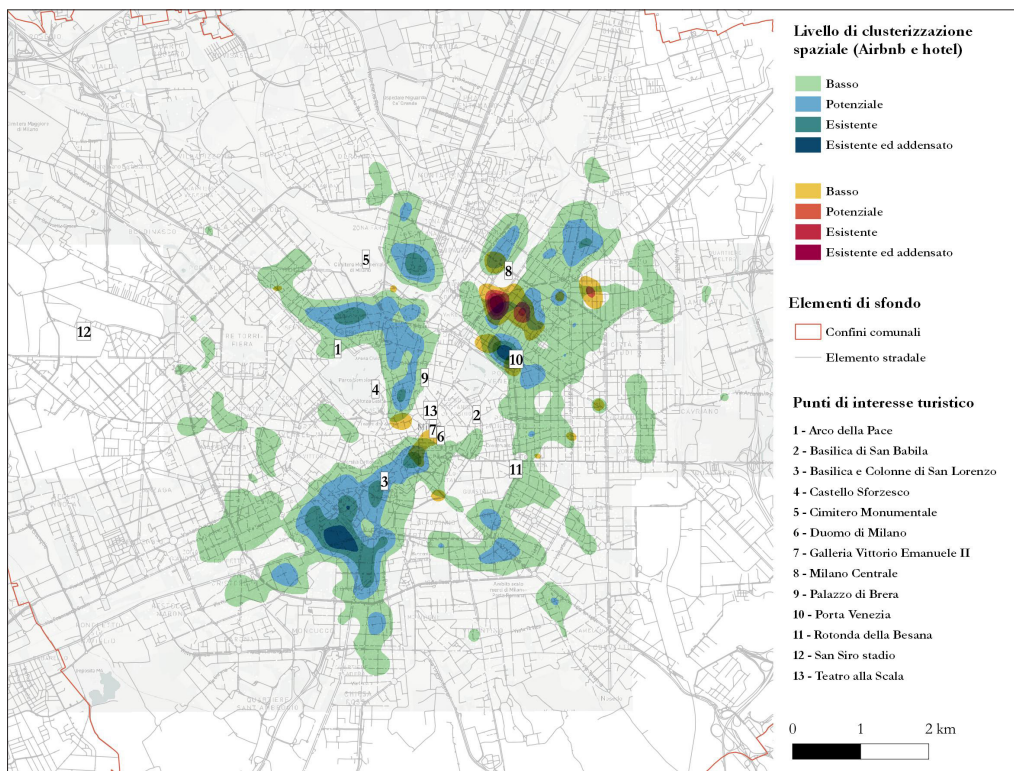


FIGURA 4  
Sovrapposizione dei livelli di clusterizzazione spaziale di Airbnb e hotel a Milano

FONTE:  
elaborazione di Stefano Saloriani su dati Insideairbnb e di Regione Lombardia

Mentre gli hotel sono in grado di soddisfare una domanda che richiede per lo più spazi centrali ed esclusivi, gli Airbnb vanno a 'presidiare' alcune zone – come quella dei Navigli o di Sarpi – dove la localizzazione di strutture alberghiere è del tutto meno percepita, ma che comunque necessitano di ulteriori strutture per l'alloggio, per via della domanda fortemente destagionalizzata dei flussi turistici a Milano (fiere internazionali, saloni, manifestazioni di tipo eterogeneo lungo tutto l'arco dell'anno, ecc.). Si hanno, tuttavia, anche casi di decisa sovrapposizione tra le due tipologie di alloggio, come nelle aree di Loreto, Stazione Centrale e Porta Venezia, le quali, oltre che porte di ingresso alla città e pertanto dotate dei più densi collegamenti verso tutte le altre aree urbane per via della ramificata circolazione dei mezzi di trasporto pubblico, configurano anche aree a marcata centralità per altri fenomeni urbani di lungo corso, quale – ad esempio – lo shopping nel caso di Corso Buenos Aires.

In definitiva, e in linea con una ancora parziale letteratura di riferimento (Blal *et Al.*, 2018), questo appro-

fondimento condotto sulla città di Milano non rileva una potenziale conflittualità tra le strutture tradizionali per l'alloggio e gli Airbnb. Per quanto attiene, seppur limitatamente, ad un approccio di tipo cartografico come quello qui proposto, risulta che gli Airbnb riescano a 'coprire' determinati spazi di pertinenza ibrida, non di certo propriamente a trazione alberghiera. Tale evidenza suggerisce che gli Airbnb, grazie alla copertura più ampia del tessuto urbano e all'aumento della capacità ricettiva globale che tale localizzazione comporta, possano essere considerati come un 'alimentatore' del turismo urbano, senza inficiare – o entrare in concorrenza con – il mercato dell'ospitalità alberghiera.

## 5. Riflessioni conclusive e prospettivi futuri di ricerca

Si è visto come la *sharing economy* sia entrata a far parte delle economie di mercato in maniera del tutto

dirompente nell'arco dell'ultima decade, soprattutto grazie allo sviluppo di tecnologie innovative che permettono l'utilizzo, semplice e intuitivo, di strumenti adatti a gestirne il funzionamento. Il turismo ne rappresenta senza dubbio uno dei maggiori mercati di interesse, principalmente in funzione del fatto che i beni sottoutilizzati – 'a portata di mano' – più immediati e adatti all'utilizzo in condivisione siano esattamente le proprietà immobiliari. A trainare il settore dell'ospitalità verso i nuovi orizzonti della 'condivisione' dei servizi per il turismo è stata la piattaforma di Airbnb, che, grazie alla sua progressiva e capillare diffusione nelle località di tutto il mondo, abbraccia un numero sempre crescente di utilizzatori, sia dal punto di vista dell'offerta che sul versante della domanda. Sembra trattarsi, apparentemente, di un fenomeno inarrestabile, che necessita tuttavia di maggiori approfondimenti, in particolare per ciò che concerne il profilo squisitamente giuridico, al fine di risolvere attuali e potenziali conflitti con la vigente giurisdizione in materia di locazione ad uso turistico delle abitazioni private. D'altro canto, gli studi relativi agli aspetti sociali ed economici del fenomeno non mancano e sono in crescente aumento nella letteratura internazionale, mentre si ravvisano ancora pochi contributi che indagano le trasformazioni dei quartieri centrali e periferici delle città a seguito dell'entrata di Airbnb. A tal proposito, questo contributo era teso ad esplorare le principali dinamiche localizzative ed alcuni dati di sintesi delle strutture Airbnb in 6 maggiori città

italiane, focalizzando il caso di Milano per individuare intersezioni e complementarità tra l'offerta turistica tradizionale alberghiera e quella innovativa, sostenuta dalla più famosa piattaforma di condivisione dei servizi per il turismo.

A questo punto, assumendo che Airbnb possa effettivamente mettere in discussione il settore dell'ospitalità dal punto di vista del mercato immobiliare (Horn, Merante, 2017), così come esso paia essere in grado di stimolare positivamente l'occupazione nell'industria del turismo in vista dei flussi più ampi derivanti da una domanda elastica e piuttosto sensibile al prezzo (Fang *et Al.*, 2016, p. 266), futuri studi sono chiamati a misurare empiricamente l'impatto di Airbnb sul reddito di individui e famiglie. Più in particolare, sono necessarie ricerche che utilizzino metodologie controfattuali per verificare se la presenza di Airbnb in una determinata area abbia effettivamente generato un impatto sull'economia del territorio, ponendo come unità di controllo le aree dove Airbnb non è ancora presente. Appare evidente che, in tale ipotesi di ricerca, il livello amministrativo più adatto per condurre un'analisi di questo genere sia quello comunale, che permetterebbe di ottenere risultati con un'ottima validità interna (tuttavia da ripetere di area in area, a causa della bassa validità esterna del metodo controfattuale) e in grado di suggerire ai *policy-makers* se Airbnb rappresenti una 'minaccia' da contrastare o un'opportunità reale di crescita da considerare a pieno titolo nelle politiche di sviluppo delle località non solo centrali.

## Bibliografia

- Blal I., Singal L., Templin J. (2018), "Airbnb's effect on hotel sales growth", *International Journal of Hospitality Management*, 73, pp. 85-92.
- Chen Y., Xie K. (2017), "Consumer valuation of Airbnb listings: a hedonic pricing approach", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(9), pp. 2405-2424.
- Cheng M., Foley C. (2018), "The sharing economy and digital discrimination: The case of Airbnb", *International Journal of Hospitality Management*, 70, pp. 95-98.
- Cheng M., Jin X. (2019), "What do Airbnb users care about? An analysis of online review comments", *International Journal of Hospitality Management*, 76, pp. 58-70.
- Cheng X., Fu S., Sun J., Bilgihan A., Okumus F. (2019), "An investigation on online reviews in sharing economy driven hospitality platforms: A viewpoint of trust", *Tourism Management*, 71, pp. 366-377.
- Dogru T., Mody M., Suess C. (2019), "Adding evidence to the debate: Quantifying Airbnb's disruptive impact on ten key hotel markets", *Tourism Management*, 72, pp. 27-38.
- Ertz M., Leblanc-Proulx F. (2018), "Sustainability in the collaborative economy: A bibliometric analysis reveals emerging interest", *Journal of Cleaner Production*, 196, pp. 1073-1085.
- Fagerström A., Pawar S., Sigurdsson V., Foxall G. R., Yani-de-Soriano M. (2017), "That personal profile image might jeopardize your rental opportunity! On the relative impact of the seller's facial expressions upon buying behavior on Airbnb™", *Computers in Human Behavior*, 72, pp. 123-131.
- Fang B., Ye Q., Law R. (2016), "Effect of sharing economy on tourism industry employment", *Annals of Tourism Research*, 57, pp. 264-267.
- Frenken K., Schor J. (2017), "Putting the sharing economy into perspective", *Environmental Innovation and Societal Transitions*, 23, pp. 3-10.
- Geissinger A., Laurell C., Sandström C. (2018), "Digital Disruption beyond Uber and Airbnb—Tracking the long tail of the sharing economy", *Technological Forecasting & Social Change*, doi.org/10.1016/j.techfore.2018.06.012.
- Gibbs C., Guttentag D., Gretzel U., Yao L., Morton J. (2018), "Use of dynamic pricing strategies by Airbnb hosts", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30(1), pp. 2-20.
- Gunter U. (2018), "What makes an Airbnb host a superhost? Empirical evidence from San Francisco and the Bay Area", *Tourism Management*, 66, pp. 26-37.
- Gutiérrez J., García-Palomares J. C., Romanillos G., Salas-Olmedo M. H. (2017), "The eruption of Airbnb in tourist cities: Comparing spatial patterns of hotels and peer-to-peer accommodation in Barcelona", *Tourism Management*, 62, pp. 278-291.
- Habibi M. R., Davidson A., Laroche M. (2017), "What managers should know about the sharing economy", *Business Horizons*, 60, pp. 113-121.
- Heo C. Y., Blengini I. (2019), "A macroeconomic perspective on Airbnb's global presence", *International Journal of Hospitality Management*, 78, 47-49.
- Horn K., Merante M. (2017), "Is home sharing driving up rents? Evidence from Airbnb in Boston", *Journal of Housing Economics*, 38, pp. 14-24.
- Kotler P., Bowen J. T., Makens J. C., Baloglu S. (2017), *Marketing for Hospitality and Tourism*, Seventh Edition, Pearson, Harlow, pp. 55-76.
- Kwok L., Xie K. L. (2018), "Pricing strategies on Airbnb: Are multi-unit hosts revenue pros?", *International Journal of Hospitality Management*, 82, pp. 252-259.
- Laurell C., Sandström C. (2018), "Comparing coverage of disruptive change in social and traditional media: Evidence from the sharing economy", *Technological Forecasting & Social Change*, 129, pp. 339-344.



- Liang L. J., Choi H. C., Joppe M. (2018), "Exploring the relationship between satisfaction, trust and switching intention, repurchase intention in the context of Airbnb", *International Journal of Hospitality Management*, 69, pp. 41-48.
- Liu S. Q., Mattila A. S. (2017), "Airbnb: Online targeted advertising, sense of power, and consumer decisions", *International Journal of Hospitality Management*, 60, pp. 33-41.
- Lutz C., Newlands G. (2018), "Consumer segmentation within the sharing economy: The case of Airbnb", *Journal of Business Research*, 88, pp. 187-196.
- Mariotti I., Pacchi C., Di Vita S. (2017), "Co-working Spaces in Milan: Location Patterns and Urban Effects", *Journal of Urban Technology*, 24, pp. 47-66.
- Martin C. J. (2016), "The sharing economy: A pathway to sustainability or a nightmarish form of neoliberal capitalism?", *Ecological Economics*, 121, pp. 159-169.
- Mody M., Suess C., Dogru T. (2019), "Not in my backyard? Is the anti-Airbnb discourse truly warranted?", *Annals of Tourism Research*, 74, pp. 198-203.
- Pais I. (2012), *La rete che lavora. Mestieri e professioni nell'era digitale*, Egea, Milano.
- Parente R. C., Geleilate J.-M. G. (2018), "The Sharing Economy Globalization Phenomenon: A Research Agenda", *Journal of International Management*, 24, pp. 52-64.
- Priporas C.-V., Stylos N., Vedanthachari L. N., Santiwatana P. (2017), "Service quality, satisfaction, and customer loyalty in Airbnb accommodation in Thailand", *International Journal of Tourism Research*, 19, pp. 693-704.
- Varma A., Jukic N., Pestek A., Shultz C. J., Nestorov S. (2016), "Airbnb: Exciting innovation or passing fad?", *Tourism Management Perspectives*, 20, pp. 228-237.
- Weber F., Lehmann J., Graf-Vlachy L., König A. (2019), "Institution-Infused Sensemaking of Discontinuous Innovations: The Case of the Sharing Economy", *Journal of Product Innovation Management*, 5, pp. 632-660.
- Xie K. L., Kwok L. (2017), "The effects of Airbnb's price positioning on hotel performance", *International Journal of Hospitality Management*, 67, pp. 174-184.