



UNIVERSITÀ POLITECNICA DELLE MARCHE
FACOLTÀ DI ECONOMIA “GIORGIO FUÀ”

Corso di Laurea triennale in

Economia Aziendale

SHARING ECONOMY – IL CASO AIRBNB

SHARING ECONOMY – AIRBNB CASE

Relatore:

Prof. Cesari Mariano

Rapporto Finale di:

Capocasa Roberta Chiara

Anno Accademico 2019/2020

INDICE

INTRODUZIONE	3
1.LA SHARING ECONOMY	
1.1 Che cos'è e come funziona la Sharing Economy.....	5
1.2 Quali sono i vantaggi della Sharing Economy	8
1.3 Alcuni esempi noti dell'economia della condivisione	11
2. IL CASO AIRBNB.....	
2.1 Introduzione ad Airbnb.....	13
2.2 Differenze tra Airbnb e hotel	16
2.3 Fattori che influenzano la dimensione e l'utilizzo di Airbnb.....	19
2.4 Effetti di Airbnb sugli hotel, sui consumatori e sugli host	23
CONCLUSIONE.....	27
BIBLIOGRAFIA	29

INTRODUZIONE

Il tema centrale della prova finale sarà l'analisi della sharing economy, l'economia della condivisione, quel sistema per scambiare beni, servizi e competenze, tanto di moda nei nostri giorni. È ormai da qualche anno che si sente parlare di sharing economy, ride-sharing e home-sharing. Il fulcro della sharing economy è la trasformazione delle risorse sottoutilizzate in risorse produttive. L'obiettivo di questo lavoro di tesi è analizzare il fenomeno della sharing economy principalmente tramite il caso della piattaforma online Airbnb, che rappresenta la piattaforma di home-sharing per eccellenza, tramite l'utilizzo di dati, interviste e ricerche, è stato possibile studiare i fattori che hanno reso possibile il sorgere di questi nuovi mercati, le conseguenze sociali, economiche e politiche nonché le relative soluzioni.

La struttura di questo lavoro è suddivisa in due capitoli: il primo porrà l'attenzione appunto sulla sharing economy in generale, spiegando che cos'è, come funziona, ma soprattutto perché negli ultimi tempi sta favorendo la nascita di nuovi modelli di business. Si evidenzieranno i suoi vantaggi e si parlerà di alcuni degli esempi più noti come il car sharing, l'house sharing, il social shopping, il crowdfunding e il food sharing.

L'intuizione della sharing economy è stata quella di sfruttare le nuove tecnologie, come smartphone, GPS, sistemi di pagamento senza attrito, identificazione e meccanismi di feedback, per consentire alla collettività che possiede i giusti asset di rendere disponibili quei beni e servizi al di fuori dell'industria formale.

Nel secondo capitolo verrà affrontato il caso di Airbnb, un portale online che mette in contatto persone in cerca di un alloggio o di una camera per brevi periodi, con persone che dispongono di uno spazio extra da affittare, generalmente privati.

Approfondiremo meglio che cos'è, quali sono i fattori che influenzano la dimensione e l'utilizzo di questo portale online e infine analizzeremo le maggiori differenze con gli hotel, esaminando gli effetti sui consumatori e sugli host.

1.LA SHARING ECONOMY

1.1 Che cos'è e come funziona la Sharing Economy

La crisi economica degli ultimi anni ha messo in discussione la validità di alcuni modelli di business tradizionali e ha favorito lo sviluppo di strutture economiche fondate sulla condivisione.

L'economia collaborativa (sharing economy) è un modo di distribuire beni e servizi diverso dal solito modello di società che assume dipendenti e vende prodotti ai consumatori. Nella sharing economy, le persone "condividono" beni mobili e immobili come ad esempio la propria auto o la propria casa con altri soggetti in modo *peer-to-peer*.

Il termine ha origine nel 1978 e fu coniato da Marcus Felson e Joe L. Spaeth nel loro articolo "*Community Structure and Collaborative Consumption: A routine activity approach*" pubblicato nel *American Behavioral Scientist*.

Da un punto di vista sociale l'aspetto innovativo della sharing economy risiede nel fatto che permette di svincolare la valorizzazione del lavoro individuale dai concetti tradizionali di margine del profitto e di utile. In tal modo non è più l'impresa il centro di produzione, ma è l'uomo che valorizza il proprio tempo al di là di schemi fissi e prestabiliti di lavoro. Chi opta per questo sistema economico considera la collaborazione una dimensione naturale.

La sharing economy è una nuova modalità di mercato in cui le relazioni tra i soggetti sono basate su meccanismi di fiducia e reputazione. Grazie alla tecnologia e alla rete internet le transazioni che avvengono sul mercato tradizionale vengono facilitate, offrendo ai consumatori vantaggi in termini di prezzo e di accesso ai beni e servizi desiderati.

La crisi occupazionale ha creato condizioni favorevoli per la diffusione di questo nuovo modello di consumo, che apre nuove opportunità di crescita, occupazione e imprenditorialità fondate su uno sviluppo sostenibile economicamente, socialmente e sotto l'aspetto ambientale e che rende i cittadini partecipi e attivi nella comunità, così da influenzare il cambiamento sociale, ma soprattutto economico.

I due principali tipi di imprese sono:

- i modelli di business commerciali in cui un'azienda fornisce (a pagamento) un'app mobile che fornitori e clienti utilizzano per acquistare e vendere beni o servizi;
- le iniziative, generalmente basate sul concetto di librerie di prestito di libri, in cui beni e servizi sono forniti gratuitamente o tramite abbonamento.

Le parti coinvolte nello scambio sono:

- i prestatori di servizi, che possono essere sia privati sia professionisti che offrono e condividono beni risorse e competenze;
- gli utenti, cioè coloro che sfruttano le risorse messe a disposizione;
- le piattaforme di collaborazione, che fungono da intermediari mettendo in comunicazione i prestatori e gli utenti, così in questo modo vengono così agevolate le transazioni.

Nella sharing economy i beni e le risorse oggetto di condivisione appartengono agli individui, mentre la piattaforma opera come intermediario.

I tre tratti distintivi principali di questa economia collaborativa sono:

- la condivisione, cioè utilizzare comunemente una risorsa;
- la relazione orizzontale tra le persone o gli organizzazioni;
- la presenza di una piattaforma tecnologica, in cui le relazioni digitali vengono gestite e promosse grazie alla fiducia generata da sistemi di reputazione digitale rating.

La sharing economy è caratterizzata dal contatto diretto tra domanda ed offerta, attraverso siti web o app: un posto in cui dormire, un passaggio in macchina, un arnese da lavoro e molto altro.

Iscrivendosi ad una community, si può trovare un autista con cui condividere l'auto oppure una camera per una vacanza.

Grazie allo sviluppo dei social network si sono sviluppate ogni giorno di più delle piattaforme (online) grazie alle quali si facilita l'incontro tra gli utenti e la diffusione dell'economia dello sviluppo.

La sharing economy è resa possibile soprattutto dal progresso tecnologico, grazie alla condivisione digitale di beni e servizi, così da diventare imprescindibile dalla tecnologia.

1.2 Quali sono i vantaggi della Sharing Economy

L'economia condivisa cresce sempre di più con i suoi innegabili vantaggi di risparmio, sostenibilità e di un ritorno a una vita più a misura d'uomo.

Essa permette di mettersi in gioco come consumatore-produttore, di rappresentare un modo per riutilizzare oggetti, dividerli con altri, piuttosto che utilizzarli una sola volta e di conseguenza pratica la sostenibilità ambientale.

Permette di personalizzare i servizi rendendoli accessibili a tutti: quasi tutti i settori del mercato, infatti, sono interessati dall'economia collaborativa, come trasporti e turismo, ma anche l'alimentare e la cultura.

I vantaggi della sharing economy includono la riduzione degli impatti ambientali negativi attraverso la riduzione della quantità di beni che devono essere prodotti, riducendo in questo modo l'inquinamento del settore.

Riciclando e prendendo in prestito, non solo si rafforza la comunità, ma si riducono anche i costi per i consumatori, fornendo loro l'accesso a beni che non possono permettersi di acquistare o che non hanno alcun interesse nell'uso a lungo termine.

La qualità del servizio fornito è sicuramente maggiore, grazie ai sistemi di rating forniti dalle società coinvolte nella sharing economy, come anche maggiore è la flessibilità delle ore di lavoro e dei salari per gli appaltatori indipendenti di questo tipo di economia.

Grazie alla monetizzazione di risorse inutilizzate, come l'affitto di una stanza degli ospiti o la fornitura di servizi ad altri, come diventare un autista con Uber, le persone stanno diventando sempre più dei lavoratori indipendenti.

Avere un lavoro autonomo comporta inoltre delle migliori opportunità di lavoro, ma anche una maggiore flessibilità per i lavoratori, dato che gli individui in questo modo possono scegliere il momento e il luogo del loro lavoro.

Le persone, inoltre, posso pianificare il loro lavoro e mantenere anche più lavori se necessario.

Secondo un articolo di Margarita Hakobyan, il lavoro freelance può essere utile anche per le piccole imprese. Durante le prime fasi di sviluppo, molte piccole aziende non possono permettersi o non hanno bisogno di dipartimenti a tempo pieno, ma piuttosto richiedono un lavoro specializzato per un determinato progetto o per un breve periodo di tempo. Con i lavoratori indipendenti che offrono i loro servizi nell'economia della condivisione, le aziende sono in grado di risparmiare denaro sui costi del lavoro a lungo termine e aumentare le entrate marginali delle loro operazioni.

Il ricercatore Christopher Koopman, autore di uno studio condotto dagli economisti della George Mason University, ha affermato che l'economia collaborativa "consente alle persone di prendere il capitale inattivo e trasformarle in fonti di reddito". Ha dichiarato: "Le persone stanno prendendo camere da letto di riserva, automobili, strumenti che non stanno usando e stanno diventando i loro stessi imprenditori".

Arun Sundararajan, un economista della New York University che studia l'economia collaborativa, ha dichiarato in un'audizione al Congresso americano che "questa transizione avrà un impatto positivo sulla crescita economica e sul benessere, stimolando nuovi consumi, aumentando la produttività e catalizzando l'innovazione e l'imprenditorialità individuali".

La sharing economy consente ai lavoratori di impostare le proprie ore di lavoro e loro sono in grado di accettare o rifiutare il lavoro aggiuntivo in base ai loro bisogni, mentre utilizzano le merci che già hanno a disposizione per fare i soldi.

A seconda delle risorse e dei tempi, i lavoratori possono fornire dei servizi in più di un'area con aziende diverse; questo consente così ai lavoratori di trasferirsi, ma allo stesso tempo di continuare a guadagnare.

Le economie di accesso, inoltre, consentono il riutilizzo di prodotti già esistenti sul mercato; secondo questo modello di business i proprietari privati condividono i beni che già possiedono.

1.3 Alcuni esempi noti dell'economia della condivisione

Nei paesi anglosassoni, l'economia collaborativa riveste un ruolo essenziale che si esprime attraverso svariate forme e modalità.

Una delle forme più diffuse di Sharing Economy riguarda il settore dei trasporti privati di persone attraverso i camper, le barche, le auto e gli aerei.

Il Car Sharing, ad esempio è un servizio attraverso il quale si può condividere il proprio itinerario con altre persone in auto senza il bisogno di ricorrere ai mezzi pubblici attraverso un'app. Il costo per chi viaggia è deciso dal proprietario del veicolo e, qualora si abbia a che fare con una delle associazioni specializzate nella condivisione, è possibile che esse trattengano una percentuale. Il vantaggio in questo servizio è principalmente economico ed è disponibile non solo per le auto, ma anche per cicli e motocicli. Uno degli esempi più noti di Car Sharing è Uber, che è il caso di successo di maggiore spicco: crea numerosi posti di lavoro e opera in 77 nazioni e in più di 616 città in tutto il mondo.

Altri esempi di economia collaborativa sono la House Sharing, che è la condivisione della propria abitazione con altre persone e il Food sharing, grazie al quale, con un'app, si permette alle persone di trovare ristoranti vicino a loro che consegnano pasti al loro indirizzo: si procede con l'ordine, che viene tracciato e i clienti aspettano che l'ordine venga recapitato con un corriere che solitamente si sposta o in bicicletta o in auto.

In questo ambito citiamo Deliveroo, tra i big mondiali. È un portale online e un'app che consegna pietanze a domicilio sia da fast food, sia da ristoranti gourmet.

Nell'ambito del commercio ha preso forma il Social Shopping, si tratta principalmente di un metodo di commercio in cui nell'esperienza di acquisto sono coinvolti anche gli amici degli acquirenti.

L'ultimo esempio di Sharing Economy è il Crowdfunding, nato come forma di microfinanziamento. I siti web che fanno da piattaforma, danno modo ai fundraiser di incontrare un pubblico di potenziali finanziatori. Alcuni tipi di crowdfunding sono: reward based (raccolta fondi), donation based (finanziamenti a iniziative senza scopo di lucro), lending based (microprestiti a persone o imprese) e ibrido (basato su diverse modalità di finanziamento).

Tra i servizi più utilizzati si trovano quelli legati alla mobilità, all'alloggio, allo scambio e al baratto. Le resistenze all'utilizzo, invece riguardano la condivisione di beni di proprietà.

Il 27 gennaio 2016, per colmare il vuoto legislativo del settore, è stato presentato un disegno di legge alla Camera dei deputati.

Resta tuttavia aperto il problema della regolamentazione di questa nuova economia. Assai complessa la definizione dello status giuridico e di forme di tutela del lavoratore che opera attraverso le piattaforme di sharing economy, che oggi difficilmente è riconducibile ai modelli esistenti, pensati per un contesto e un mercato del lavoro che è in continua trasformazione.

2. IL CASO AIRBNB

2.1 Introduzione ad Airbnb

AirBnb viene spesso citato come esempio di sharing economy. Di fatto si è trasformato negli anni in qualcosa di altro, anche se il punto di partenza è stata la condivisione di spazi abitativi.

Airbnb è un portale online che mette in contatto persone in cerca di un alloggio o di una camera per brevi periodi, con persone che dispongono di uno spazio extra da affittare, generalmente privati.

Il sito fu aperto nell'ottobre del 2007 da Brian Chesky, Joe Gebbia e Nathan Blecharczyk. Al giugno 2012 contava alloggi in oltre 26.000 città in 192 paesi e raggiunse 10 milioni di notti prenotate in tutto il mondo. Gli annunci includono sistemazioni come stanze private, interi appartamenti, castelli e ville, ma anche barche, baite, case sugli alberi, igloo, isole private e qualsiasi altro tipo di alloggio.

La storia di Airbnb inizia a San Francisco nel 2007, dove vivevano Brian Chesky e Joe Gebbia, due coinquilini neolaureati con difficoltà economiche. Per cercare di pagarsi l'affitto, decisero di pubblicare un annuncio per affittare alcuni posti letto a casa propria durante il meeting dell'Industrial Designers Society of America, che quell'anno si svolgeva nella città californiana e aveva riempito tutte le stanze disponibili negli hotel. Da quel momento in poi l'home sharing e gli affitti a breve termine hanno cominciato velocemente a diffondersi e a diventare un sostanzioso business, grazie anche all'immensa varietà di alloggi disponibili e di molteplici opzioni di prezzo. Partendo dalla sharing economy, AirBnb ha cambiato il mondo in cui si condividono gli spazi abitativi e causato una disruption nel mondo dell'accoglienza e dell'hotellerie.

Airbnb nel 2016 ha affrontato diverse denunce in America e in Cina riguardanti episodi di razzismo e uno studio dell'Harvard Business School ha dimostrato una diffusa discriminazione da parte degli host verso gli ospiti i cui nomi suggerivano appartenenza etnica nera.

Tra le accuse alla società c'è quella di aver provocato un aumento dei prezzi delle case. Diversi studi hanno rilevato infatti che i prezzi degli affitti in molte aree sono aumentati a causa di Airbnb, poiché i proprietari tenevano le proprietà fuori dal mercato degli affitti a lungo termine ottenendo tassi di affitto più elevati per alloggi a breve termine.

Nell'ottobre 2020, la testata giornalistica online Creatoridifuturo.it ha pubblicato un articolo in cui dimostra la presenza di annunci pubblicati da professionisti dell'affitto di alloggi travestiti da privati, in aperta elusione delle normative fiscali europee.

Nel 2017, il travel blogger Asher Fergusson ha analizzato 1.021 episodi di esperienze negative riportate dagli ospiti. Ha scoperto che ci sono modi in cui gli host possono utilizzare informazioni false per aggirare i controlli precedenti di Airbnb. Il blogger ha notato diversi incidenti segnalati tra cui cancellazioni dell'ultimo minuto, alloggi ammuffiti o infestati da roditori, furti, invasione della privacy e persino stupri e omicidi. Airbnb ha risposto che i 1.021 incidenti sono statisticamente insignificanti rispetto ai 260 milioni di check-in dell'epoca e che la compagnia cerca di porre rimedio a qualsiasi problema.

Un giornalista di Vice News nell'ottobre 2019 ha denunciato una truffa relativa a pubblicità ingannevole. Una rete di account falsi pubblicizzati con dozzine di proprietà in otto città degli Stati Uniti una volta prenotate affermavano di non essere più disponibili all'ultimo minuto e al loro posto venivano offerte alternative scadenti. Le persone vittime

di truffa oltre ad aver visto rifiutata la possibilità di rimborso ed i clienti che hanno provato a manifestare lamentele hanno trovato false recensioni negative per ritorsione. Inoltre sono state lasciate false recensioni positive per le proprietà. Airbnb ha chiuso alcuni conti e l'FBI ha avviato poi un'indagine in risposta al rapporto.

Il portale distingue i tipi di stanze in tre categorie:

- le stanze condivise, ideali per chi cerca sistemazioni low cost e per i viaggiatori più flessibili;
- le stanze private, per chi ama la privacy, “pagando un terzo rispetto a una stanza in hotel”;
- un'intera casa/appartamento, come se fossi tu il padrone di casa.

Airbnb addebita agli host una commissione del 3% per ogni prenotazione confermata. A chi soggiorna viene chiesto un costo di servizio variabile fra il 6% e il 12% per ogni prenotazione, calcolata sulla tariffa applicata dall'host. I pagamenti sono possibili solo con carta di credito e la sicurezza delle transazioni è garantita dal portale.

2.2 Differenze tra Airbnb e hotel

La sharing economy cambia abitudini di consumo e manda all'aria modelli di business consolidati da anni, anche nel mercato alberghiero.

Gli host generalmente partecipano alla piattaforma Airbnb noleggiando camere da letto, appartamenti o altre proprietà. I ritorni dall'hosting dipendono dai costi di affitto di una stanza e dal prezzo di mercato degli alloggi. Per quanto riguarda i costi, gli host devono disporre di spazio inutilizzato, elencarlo su Airbnb e prepararlo per ogni soggiorno. Inoltre, i proprietari spesso trascorrono del tempo interagendo con gli ospiti sia prima che durante il viaggio e questa interazione è spesso percepita come rischiosa. I vantaggi per gli host sono determinati dal prezzo di equilibrio che possono richiedere. Un fattore che influenza questo prezzo è l'offerta di camere d'albergo.

La scelta tra un'impresa tradizionale e un'impresa di peer dipende da tre fattori:

1. la differenza di qualità media tra peer e le imprese tradizionali;
2. l'eterogeneità delle preferenze tra i due tipi;
3. la differenza di prezzo tra le due opzioni.

I proprietari dell'hotel pagano un costo fisso per costruire un hotel con una capacità predeterminata.

A lungo termine, questi prezzi sono determinati dai vincoli dell'offerta abitativa, a causa sia della geografia che della regolamentazione.

Per un hotel, il costo marginale per riempire una stanza è relativamente piccolo e consiste principalmente nei servizi di pulizia. Pertanto, quando la domanda è elevata

rispetto alla capacità alberghiera, gli hotel opereranno vicino alla capacità massima e saranno in grado di aumentare i prezzi.

Quando la domanda è bassa, la concorrenza alberghiera si avvicina di più ad un mercato competitivo e gli hotel funzioneranno al di sotto della capacità.

Differentemente, mentre gli hotel sono progettati pensando all'efficienza, l'host tipico ha un lavoro primario alternativo, non è formato nel settore dell'ospitalità e non ha il vantaggio di economie di scala. I costi di hosting per una determinata notte dipendono dalla disponibilità delle camere, dal tempo necessario per preparare una camera per un ospite, dal costo opportunità del tempo di un host e dal rischio percepito di hosting. Gli host con una camera disponibile e con molto tempo libero saranno più propensi ad ospitare a un più basso livello di prezzo. I vantaggi dell'hosting dipendono dal prezzo di equilibrio. Durante i picchi di domanda, in cui il prezzo degli hotel aumenta, è particolarmente attraente l'attività di hosting. Inoltre, dati gli alti costi dei peer e il prezzo di equilibrio fluttuante, gli host dovrebbero essere più propensi degli hotel a essere al margine tra l'hosting e del non hosting.

Airbnb sottrae possibili guadagni agli albergatori. A dimostrarlo, numeri alla mano, è una ricerca dal titolo *The Rise of the Sharing Economy: Estimating the Impact of Airbnb on the Hotel Industry*, realizzata dalla Boston University nel dicembre del 2013.

Gli autori della ricerca hanno scandagliato il mercato alberghiero ed extra-alberghiero di Austin, Texas. La conclusione è che hanno stimato che l'impatto di Airbnb sui ricavi degli hotel sia compreso fra l'8 e il 10%. Questi numeri non valgono per tutti gli alberghi. Il portale di affitti pare che erodi più quote di mercato agli hotel indipendenti e di fascia bassa oltre che a quelli non attrezzati per ospitare i viaggiatori business. Se gli

hotel delle grandi catene si difendono, grazie soprattutto agli investimenti in marketing dei loro brand, i piccoli se la passano male. E la colpa, a quanto pare, è anche di Airbnb.

Del resto, Airbnb rende più facile ai viaggiatori trovare una sistemazione economica nella località desiderata. Le tariffe di soggiorno basse, inferiori a quelle della maggior parte degli hotel, fanno il resto.

Anche per quanto riguarda i servizi, a differenza di molti hotel, in un alloggio prenotato su Airbnb, il Wi-Fi è sempre gratuito.

Molte sistemazioni offrono anche la cucina o una bicicetta, tutti servizi inclusi nella tariffa di soggiorno.

Nonostante il successo di Airbnb, gli hotel sono avvantaggiati se riescono a sfruttare tre tipi di vantaggi come la comodità, la possibilità di cenare e alcuni servizi che negli alloggi di Airbnb non ci sono.

Per quanto riguarda la comodità, infatti, la maggior parte degli hotel consente arrivi e partenze flessibili, lo staff è disponibile 24 ore su 24, o per la maggior parte della giornata, e il concierge è pronto ad aiutarti in ogni modo. Molti hotel, poi, consentono la cancellazione della prenotazione anche 24 ore prima dell'arrivo

Se invece è tardi e non si sa dove cenare, molti hotel hanno ristorante interno, bar e servizio in camera.

Riguardo i servizi ci sono in molti hotel piscina, centro benessere e palestra e per i viaggiatori business esistono hotel specializzati in eventi e incontri aziendali, con sale meeting e attrezzatura adeguate.

2.3 Fattori che influenzano la dimensione e l'utilizzo di Airbnb

Lo studio condotto da Farronato e Fradkin nel 2016, basato sulle 50 più grandi città degli USA nel periodo compreso tra Gennaio 2011 e Dicembre 2014, analizza quali sono i fattori che consentono una maggiore penetrazione del mercato da parte di Airbnb.

La dimensione di Airbnb è correlata positivamente con il ricavo medio per stanza in un mercato, con New York che registra sia i più alti ricavi degli hotel sia una delle città con la maggior penetrazione del mercato. Infatti, la dimensione sarà maggiore nei mercati in cui l'entrata dei peer è più attraente a causa dei prezzi elevati degli hotel. In questi mercati, l'entrata dei peer dovrebbe frenare il potere di mercato e i prezzi, specialmente nei periodi di alta domanda. Si è dimostrato che un aumento dell'1% del tasso medio giornaliero dell'hotel aumenta le prenotazioni Airbnb del 2,7%. Questo effetto diminuisce all'1,9% quando si utilizzano i dati solo per le proprietà intere e il 2,1% quando si utilizzano i dati solo per le stanze private.

Lo studio ha poi dimostrato che le città in cui Airbnb ha maggior successo sono le stesse che hanno elevati costi di costruzione della capacità alberghiera e bassi costi marginali dei peer per l'offerta di alloggi, inoltre i costi fissi di ingresso dell'hotel sono positivamente correlati alla penetrazione di Airbnb in una città.

Le restrizioni di costruzione influenzano anche l'offerta di Airbnb attraverso un altro canale, ossia il costo delle abitazioni residenziali. Ci sono quindi maggiori incentivi a monetizzare una camera da letto singola quando i costi degli alloggi sono più alti, specialmente per le famiglie con vincoli di liquidità.

Per quanto concerne il costo marginale dei peer, lo studio ha dimostrato una correlazione positiva tra la dimensione di Airbnb e i mercati in cui i peer hanno spesso stanze disponibili, un basso rischio percepito dal proprietario e maggiore tempo libero. Infatti, le

famiglie variano nelle loro propensioni ad ospitare estranei nelle loro case. Ciò si verifica per almeno due ragioni. In primo luogo, i bambini aumentano il rischio della transazione percepito dall'host. Secondo, i professionisti non sposati hanno maggiori probabilità di viaggiare, creando spazi liberi da affittare su Airbnb. Quindi, le città in cui vivono più adulti non sposati e meno figli sono quelle in cui Airbnb si è effettivamente diffusa di più.

Oltre ai fattori di costo, la domanda relativa alla capacità alberghiera influisce sull'attrattiva del mercato. Infatti, lo studio ha dimostrato che la penetrazione del mercato sarà maggiore nei mercati in cui le fluttuazioni della domanda sono relativamente grandi con un impatto maggiore nei mercati in cui i picchi di domanda sono molto più elevati rispetto domanda tipica.

Questo accade sia perché gli hotel tipicamente non hanno abbastanza capacità dedicata per assorbire i picchi di domanda, sia perché una modifica costruttiva degli hotel impegna dai 3 ai 5 anni.

Infine, nei mercati con un settore alberghiero relativamente competitivo, la dimensione di Airbnb sarà più piccola e i suoi effetti dipenderanno dalla misura in cui Airbnb sostituisce gli hotel, riducendo le camere d'albergo prenotate, o aumentando le stanze totali prenotate in una città.

Un altro studio, condotto da Yang et al. nel 2019, ha dimostrato che gli alloggi di home sharing sono selezionati da viaggiatori con particolari esigenze. Quindi delinea alcune caratteristiche comuni degli ospiti che utilizzano la piattaforma. La ricerca ha dimostrato che è più probabile che le persone che hanno già usato alloggi di Airbnb continueranno a utilizzarle in futuro. Con un livello più alto di esperienza o utilizzo dell'alloggio, tali viaggiatori vengono analizzati per comprendere i livelli di soddisfazione

che dovrebbero motivare l'uso continuo. In generale, le aspettative sulla qualità di beni e servizi incidono sulla soddisfazione del cliente.

Infine, il valore percepito dal consumatore si riferisce alla valutazione di un individuo del suo costo percepito o del sacrificio rispetto ai benefici percepiti.

Per gli utenti dei servizi di sharing economy, un valore percepito più elevato ottenuto a un costo inferiore motiva la partecipazione (Botsman & Rogers, 2011).

Lo studio ha dimostrato che il valore per gli utenti di home sharing è significativamente più alto rispetto agli utenti di hotel dopo il matching. Questo risultato evidenzia l'elevato valore percepito dagli utenti di home sharing rispetto agli utenti dell'hotel.

Inoltre, si è dimostrato che le variabili “distanza” e “notti”, ossia i turisti che non si trovano in prossimità del centro e quelli che soggiornano più a lungo in una destinazione, mostrano una correlazione positiva con l'utilizzo di Airbnb perché sono quelli più propensi a rimanere nelle proprietà di home sharing piuttosto che negli hotel.

Al contrario, la variabile spesa che descrive il budget relativo ai viaggi, presenta una correlazione negativa. Le evidenze mostrano che i turisti che pianificano un viaggio dai 3 ai 5 mesi di anticipo hanno maggiori probabilità di scegliere un alloggio di home sharing rispetto ad altri turisti, così come anche i turisti che viaggiano con un gruppo più ampio, che partecipano a diverse attività perseguendo speciali interessi culturali e che utilizzano un veicolo personale durante il viaggio.

Inoltre, le variabili dei “bambini” e la “ripetizione” della stessa meta hanno una correlazione negativa, incidendo sulla probabilità di soggiornare in alloggi di home sharing.

Infine, la variabile “età” è stata trovata statisticamente significativa per diverse categorie. Il gruppo di età più giovane (18-24 anni) ha dimostrato la più alta probabilità di soggiorni home sharing. In termini di risultati scolastici, i turisti con una laurea sono più propensi a scegliere un alloggio di home sharing rispetto a quelli che hanno conseguito il diploma di scuola superiore o inferiore. È interessante notare che il gruppo più istruito, quelli con un'istruzione post-universitaria, presenta una probabilità significativamente più bassa di scegliere un alloggio di home sharing rispetto a quelli con una laurea.

2.4 Effetti di Airbnb sugli hotel, sui consumatori e sugli host

L'attività di Airbnb ha delle ripercussioni sugli hotel, sui peer e sui consumatori. Gli studi che hanno analizzato questi effetti sono stati condotti da Farronato e Fradkin nel 2016 e nel 2018.

Per quanto riguarda gli hotel, gli studi hanno analizzato quali sono stati gli effetti di Airbnb sui ricavi degli hotel, sui tassi di occupazione e sui prezzi, considerando che l'offerta di Airbnb è più ampia nei mercati con elevati ricavi di hotel e che la quantità di camere disponibili varia nel corso dell'anno a causa della stagionalità e dei modelli di domanda. Ciò suggerisce che l'offerta di Airbnb è altamente elastica rispetto al prezzo di mercato. Infatti, si è dimostrato che un aumento del prezzo medio giornaliero dell'1% degli hotel provoca un aumento dell'1.1% delle prenotazioni delle loro camere, mentre l'elasticità per gli alloggi di Airbnb risulta del 2.2%.

Il primo effetto di interesse dello studio del 2018 è stato l'elasticità dei ricavi degli hotel rispetto l'offerta dei peer di Airbnb. È stato dimostrato che l'elasticità è negativa, ossia il numero di annunci visibili per una determinata data di check-in, diminuisce i ricavi per camera d'albergo dello 0.33%. Successivamente, questo effetto è stato suddiviso in due componenti: la riduzione del prezzo e i tassi di occupazione, ed è stato dimostrato che in media Airbnb riduce entrambi i componenti, ma ha un effetto doppio sui prezzi rispetto al tasso di occupazione. Questo è consistente con il fatto che un eccesso di domanda porta ad un picco dei prezzi degli hotel, che attraggono più competizione da Airbnb. Quindi, poiché gli hotel sono prenotati, gli host di Airbnb fanno più pressione sul prezzo ma incidono poco sul tasso di occupazione.

Gli effetti di Airbnb sugli hotel sono altamente eterogenei tra le città poiché queste differiscono nel prezzo medio giornaliero degli hotel, e questo è in parte determinato dai

limiti alla costruzione citati nei paragrafi precedenti. Lo studio analizza la correlazione tra available listing e ricavo per available room degli hotel. Infatti l'effetto di una determinata quantità di annunci Airbnb può variare tra i mercati. Secondo, l'elasticità dei ricavi degli hotel rispetto alle dimensioni di Airbnb dovrebbe essere più elevata, maggiore è la quota di offerta di Airbnb.

Con la presenza di Airbnb, gli hotel nei mercati vincolati hanno più possibilità di adeguare il prezzo rispetto agli hotel nei mercati non vincolati.

Gli effetti di Airbnb sono eterogenei anche rispetto alle diverse scale alberghiere. Tipicamente, Airbnb è considerato un competitor degli hotel di qualità medio bassa. Ma l'offerta di Airbnb è varia, dai divani nelle stanze condivise agli appartamenti di lusso e pertanto può avere effetti su diversi tipi di hotel.

La scala alberghiera considerata nello studio conta di sei elementi, che vanno dal luxury all'economy, passando dall'upscale e dal midscale.

Successivamente, è stato esaminato come gli effetti di Airbnb differiscono per tipo di annuncio. Infatti, sono stati distinti due tipologie di annunci: stanze private all'interno di case più grandi e intere proprietà. Le stanze private tendono ad essere più piccole, più economiche e adatte a piccole comitive di viaggio. D'altra parte, intere proprietà sono in genere più grandi e percepite come un'esperienza di viaggio più sicura e più privata. Lo studio dimostra che le stanze private hanno un effetto negativo sui ricavi degli hotel: il raddoppio delle stanze private su Airbnb riduce i ricavi degli hotel del 5%. Una possibile spiegazione di questo risultato è che le camere private sono un sostituto più vicino agli hotel, mentre interi appartamenti competono in un altro mercato di noleggio a breve termine, quello delle case vacanze.

Lo studio del 2016 prosegue calcolando le utilità medie dei tipi di hotel e delle tipologie di annunci di Airbnb. Per gli hotel, l'utilità media diminuisce con il tipo di hotel e con la qualità di esso. In particolare gli hotel luxury presentano la massima utilità e gli hotel economy la minima. Per gli annunci di Airbnb, invece, le proprietà intere offrono più utilità delle stanze private e le proprietà recensite offrono più utilità rispetto alle proprietà non recensite. A causa di questa tendenza, l'utilità media di una proprietà intera recensita supera il valore degli hotel economy e midscale di Los Angeles, New York e San Francisco alla fine del 2014.

Successivamente, gli autori hanno determinato ed evidenziato empiricamente l'aumento percentuale delle prenotazioni totali per hotel negli scenari controfattuali senza Airbnb. Tuttavia, poiché le vendite aumentano soprattutto nei periodi di forte domanda, e gli hotel spesso funzionano già a pieno regime, questo guadagno percentuale è minimo e diminuisce una volta imposti i vincoli di capacità. Infatti, nel 2014, a New York si registra un aumento percentuale del 2.49% senza i vincoli di capacità e del 1.06% con i vincoli, mentre a Chicago si passa dal 0.53% senza i vincoli al 0.41% con i vincoli.

Infine, Farronato e Fradkin hanno determinato se ci sia stata un'espansione del mercato o una cannibalizzazione. Infatti, se Airbnb è semplicemente un sostituto degli hotel, l'aggiunta di Airbnb porterebbe via prenotazioni degli hotel, purché questi abbiano una capacità in eccesso. Tuttavia, se Airbnb rappresenta un prodotto differenziato che alcune persone preferiscono intrinsecamente agli hotel, allora le prenotazioni di Airbnb potrebbero aver ampliato il mercato. Lo studio ha calcolato empiricamente il numero di stanze prenotate tramite Airbnb a notte e la loro quota che non sarebbe stata tradotta in prenotazioni alberghiere.

Gli host rappresentano l'ultimo dei tre tipi di agenti analizzati dallo studio di Farronato e Fradkin . È stata calcolata la media stimata e la deviazione standard della distribuzione dei costi per gli host Airbnb a New York. In tutti i tipi di camera, c'è una dispersione significativa nella distribuzione dei costi. Inoltre, i costi medi delle inserzioni non recensite superano quelli delle inserzioni recensite per stanze private. Le differenze tra i costi di annunci recensiti e non, possono essere guidate dalla selezione e dalla qualità. Gli annunci a basso costo vengono affittati rapidamente e vengono recensiti, lasciando così solo gli annunci ad alto costo non recensiti attivi sul sito. Invece, per gli appartamenti interi, dal momento che le inserzioni non recensite sono in genere meno valutate dagli ospiti, possono essere trattate meno frequentemente anche quando presentano costi inferiori.

Questo risultato dimostra ancora una volta l'importanza dei vincoli di offerta in questo mercato e il valore di una piattaforma come Airbnb per alleviare questi vincoli.

CONCLUSIONE

La sharing economy ha impattato in maniera dirompente molti settori in pochi anni, dall'home sharing al car sharing, dal settore finanziario al settore di streaming di musica e video.

Il presente lavoro di tesi nasce come ricerca letteraria volta ad approfondire questo fenomeno, cercando di ottenere una visione più ampia e più completa possibile dell'argomento.

Sono stati descritti, infatti, i fattori che ne hanno determinato la crescita e gli attributi che i beni devono avere per poter rientrare nel concetto di sharing economy.

Questo argomento è stato analizzato utilizzando il caso di Airbnb, che rappresenta la piattaforma di home sharing per eccellenza.

Airbnb è stata fondata nel 2008 e ha raggiunto una valutazione di 31 miliardi a Marzo 2017.

Airbnb consente alle persone che hanno uno spazio domestico sottoutilizzato di affittarlo a clienti che cercano proprietà per l'alloggio.

Come detto, l'entrata di Airbnb nel mercato ha creato numerosi cambiamenti, altamente eterogenei tra le varie città. Infatti, in linea generale Airbnb ha ridotto anche i ricavi degli hotel.

Altri studi hanno evidenziato i fattori che influenzano la dimensione e l'utilizzo di Airbnb, in particolare il ricavo medio per stanza in un mercato e i vincoli della capacità alberghiera sono correlati positivamente con la dimensione di Airbnb. Inoltre, risultano altrettanto importanti sia i costi marginali dei peer che le fluttuazioni della domanda,

poiché le città in cui sono presenti fluttuazioni relativamente grandi e picchi di domanda più elevati rispetto la domanda tipica, sono quelle in cui Airbnb è maggiormente presente. Non da meno, il sistema di reputazione di Airbnb, il cui fine è quello di aumentare la fiducia degli utenti, influisce sull'utilizzo di questa piattaforma online.

BIBLIOGRAFIA

Farronato, C. e Fradkin, A. (2016). “Market Structure with the Entry of Peer-to-Peer Platforms: The Case of Hotels and Airbnb”.

Farronato, C. e Fradkin, A. (2018). “The Welfare Effects of Peer Entry in the Accommodation Market: The Case of Airbnb”. National Bureau of Economic Research.

<https://www.teamsystem.com>

<https://www.borsaitaliana.it>

Transportation research. Part A : an international journal

<https://it.wikipedia.org>

The Airbnb Invasion of Barcelona, su *The New Yorker*

Can we stop pretending the sharing economy is all about sharing? su *Money*

Maggioni, 2017