



LEGALITA', TURISMO E SVILUPPO ECONOMICO DELLE CITTA'

Chiara Oldani

Assonebb e Università degli Studi della Tuscia

Istituto Jemolo, Roma

I marzo 2016



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI DELLA
Tuscia

Outline

- **Situazione 2014 turismo in Italia e la domanda del settore turistico**
- **Consumo-turismo-fiducia**
- **Sharing economy e reputazione**
- **L' impatto di AirBnb sulle città**
- **La situazione di Roma**
- **Concorrenza, sicurezza e UE**

2014 in sintesi

Italia ha 157.251 strutture ricettive di cui 33.316 alberghiere; il trend che va consolidandosi nel Paese è **di diminuzione** delle strutture di basso livello (1-2 stelle), **di aumento** di quelle di alto (5 stelle), con una sempre maggiore presenza di **catene** alberghiere

2014 in sintesi

La domanda turistica in Italia nel 2014 è crescita del +1,1% in termini di presenze, con un corrispondente **avanzo di bilancia dei pagamenti** turistica di 12.454 milioni di euro (Banca d'Italia)



2014 in sintesi

La **congiuntura economica debole** del Paese ha negativamente inciso sui **consumi** delle famiglie italiane e quindi anche sulla **spesa per vacanze**; il **turismo straniero** mostra ancora un trend **positivo** nel 2014

Il settore turistico

Le caratteristiche macroeconomiche del settore turistico ricettivo italiano sono

- la frammentarietà
- la forte variabilità nei servizi offerti connessi all'alloggio
- la scarsa standardizzazione e cooperazione degli operatori (bassa presenza di catene alberghiere e di consorzi)
- la concentrazione nelle aree urbane di grande dimensione e di vacanza (balneari, montagna)

Il settore turistico

La domanda del servizio turistico ricettivo è influenzata dal suo **prezzo** e dalla **fiducia** nell'atto del consumo.

Il prezzo del servizio dipende dalle condizioni del settore, mentre il consumatore può effettuare la sua scelta anche in base alla fiducia che ha **nell'intermediario di vendita**.



I mutamenti strutturali

Il meccanismo di prenotazione dei servizi turistico ricettivi è importante per spiegare la trasformazione cui stiamo assistendo; dal 2007 le prenotazioni effettuate dai **portali web** hanno mostrato un continuo trend di **crescita**; più di recente a questi si sono affiancati sistemi che oltre, alle informazioni turistiche, raccolgono le “recensioni” degli utenti sulla struttura (**reputation**).

La fiducia

La Fiducia o Reputazione rappresenta fattore decisivo nella scelta del consumatore-viaggiatore che trova un'ancora psicologica nel mare di offerta che il web gli propone.



c.

Impatto dei portali web

- Poiché il settore turistico italiano è molto frammentato e debole, i (pochi) portali hanno potuto imporre commissioni di vendita e meccanismi di prezzo, talvolta in senso contrario alla concorrenza.

Es. Booking/Venere impongono una commissione del X% sul prezzo di vendita della camera/notte e non permettono di vendere su canali diversi le altre camere a prezzi minori

Nel luglio 2015 Booking ha accettato di rimuovere queste clausole, su “richiesta” dell’Autorità Antitrust italiana.



Sharing Economy, Network Economy e Reputazione

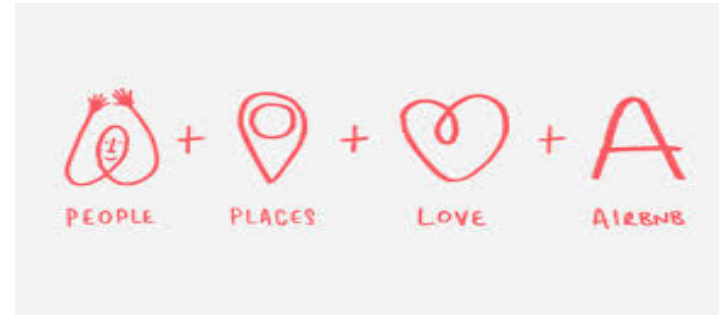
La massiva diffusione della rete internet anche attraverso smartphone e del segnale a banda larga ha permesso lo sviluppo di portali che forniscono diversi servizi d'informazione (TripAdvisor) e alcuni che si pongono invece come intermediari di vendita (AirBnB).



TripAdvisor vive della pubblicità sul portale, offre le opinioni dei viaggiatori su ristoranti, alberghi e case vacanza; la reputazione è la chiave del suo successo.

AirBnb “Benvenuto a casa - Affitta alloggi unici da host locali in 190 Paesi” è un intermediario di vendita di servizi ricettivi e punta sulla reputazione dei suoi Host, sull’unicità dell’esperienza e sulla condivisione nell’esperienza di viaggio.

Effetto di AirBnB



Zervas (2016) della Boston University ha misurato l'**impatto economico** dell'offerta di servizi turistico-ricettivi da parte di Airbnb sugli utili del settore alberghiero nelle **città del Texas** (USA) (Houston, Austin, ecc.).

Gli esercizi di piccola media dimensione sono **più colpiti** da questa nuova concorrenza, mentre i grandi alberghi hanno risposto con politiche di prezzo tese a recuperare le quote di mercato perdute.

Effetto di AirBnB in Texas

L'**impatto complessivo** sul sistema alberghiero di AirBnB nel Texas è stato **negativo**, comportando una **perdita di fatturato e di occupazione**; d'altra parte questo corrisponde ad un'**offerta** di servizi alberghieri a **prezzo minore**, a vantaggio del consumatore finale di fascia medio-bassa. Gli effetti maggiori si registrano nella città di Austin.

Impatto su

Vi sono altri studi meno robusti, dal punto di vista metodologico, svolti dalle associazioni di categoria;

- New York: AirBnb ha l'8% del mercato (2014) e produce un **minor fatturato** stimato per le strutture alberghiere di **\$450 milioni** (settembre 2014-agosto 2015) oltre a **perdite indirette presunte** per ulteriori **\$1,600 milioni** (mancate costruzioni di nuovi hotel, minore occupazione negli alberghi)

Effetti su



Frisco (sede di AirBnb) ha circa 5.000 strutture pubblicizzate su AirBnb nel 2014, con prezzo medio di \$200; qualora la struttura affitti oltre 90 notti ogni anno è considerata un albergo e AirBnb la rimuove dal sito. La città ha votato per referendum di non vietare AirBnb.

Concorrenza e regole

La concorrenza deve avere luogo tra operatori in base a regole comuni;

In altri settore economici gli scambi sul mercato oppure OTC avvengono sulla base di regole o usi diversi, ma MAI in totale assenza di regole/controllo;

Es. finanza derivata: scambi OTC sono limitati ai grandi operatori (gentlemen's agreement); oppure settore farmaceutico.

Concorrenza e regole

Ad oggi molti host di AirBnb non sono operatori professionali, non rispettano le regole per la sicurezza e la salute;

La guerra nei prezzi al ribasso ha colpito gli operatori alberghieri piccoli e meno evoluti che non riescono a competere con gli host di AirBnb;

La sicurezza del servizio turistico recettivo non può venire meno o la cui mancanza può essere giustificata dai prezzi stracciati;

Alloggio a Roma notte del 1/3/16 a €40...
quale sicurezza?



ROMA



La città vive un momento difficile, è debole e appare priva di guida, non ha investito per crescere e le prospettive economiche non sono buone.

L'insufficiente rete di trasporti nella città, dei servizi turistici, i vetusti collegamenti da e per gli Aeroporti, rappresentano un ostacolo per lo sviluppo del turismo.

ROMA



La **città** ha **956 alberghi** (da 1 a 5 stelle), la **provincia** ha altre **261** strutture. EBTL (2015) mostra un incremento nella domanda del settore, soprattutto grazie ai turisti stranieri (statunitensi, giapponesi, inglesi, tedeschi e francesi).

L'**offerta** di servizi alberghieri a Roma è **frammentata**, con pochi alberghi di catene, forte variabilità nei servizi connessi all'alloggio e scarso coordinamento, anche a livello municipale.

AirBnB si stima che abbia **18.500 strutture ricettive a Roma**.

ROMA



Mancanza di fiducia, calo dei consumi e del reddito disponibile, forte pressione fiscale: non favoriscono lo sviluppo del turismo “sano”.

AirBnB pensiero: cosa non piace ai turisti di Roma:

“Gli scioperi, il traffico, le temperature afose in agosto, la burocrazia dilagante”

Come dargli torto?

Concorrenza: siamo in Europa!

Il 10/2/2016 47 aziende della sharing economy (tra cui AirBnb e Uber) hanno scritto al commissario alla concorrenza UE per avere una **tutela comune contro le normative nazionali**

Consiglio europeo sulla competitività che si tiene a Bruxelles il 29 febbraio 2016



Punti nodali per sviluppo

- **Fiducia - regole**
- **Reputazione – sicurezza**
- **Turismo - valorizzazione**
- **Concorrenza - crescita**



Bibliografia

1. EBTL (2015) Analisi della domanda turistica negli esercizi alberghieri di Roma e Provincia -Anno 2014.
2. European Collaborative Economy Industry (Febr10th 2016) Open letter to The Netherlands Presidency of the Council of the European Union.
3. HVS (2015) Airbnb and Impacts on the New York City Lodging Market and Economy, New York, October.
4. G. Zervas, D.Proserpio, G. Byers(2016) The Rise of the Sharing Economy: Estimating the Impact of Airbnb on the Hotel Industry, Working Paper SSRN.com