

I trend (comunali) della sostenibilità dell'offerta P2P degli ultimi 10 anni

Convegno: "Impatti territoriali e sostenibilità del turismo Peer-to-peer in Emilia Romagna" –
27 Febbraio 2026 ore 10.30
Dipartimento di Scienze Statistiche (UniBo)

Andrea Guizzardi;

STAT e CAST (Unibo)

Presidente **Clust-ER Turismo**

andrea.guizzardi@unibo.it

ALMA MATER STUDIORUM
UNIVERSITÀ DI BOLOGNADIPARTIMENTO
DI SCIENZE STATISTICHE
"PAOLO FORTUNATI"ALMA MATER STUDIORUM
UNIVERSITÀ DI BOLOGNACENTRO
DI STUDI AVANZATI
SUL TURISMO

I dati

Dati panel mensili, periodo 2017-2024, 233 comuni dell'Emilia Romagna (**Fonte AirDNA**)

Dati comunali su consistenza dell'offerta ricettiva (**Fonte ISTAT**)

+

Dati delle recensioni per TUTTI gli hotel **3,4,5** stelle, 2022-2025 di 43 comuni
(**Fonte Booking.com**)

- 16 variabili da AirDNA:

Consistency	Strategies (pricing/inventory)	Quality
• Number of available properties on number of non-hotel establishments (from official data) • Number of available beds on municipality size, population and bed consistency (hotel and non-hotel)	• Average daily rate (ADR) • Pricing policy (flexible or not) • Airbnb_Superhost (yes/no) • Response_Rate • Number of available rental days • Number of reservation days	• Number_of_Reviews • Guest assesment on seven quality dimensions (overall, communication, description accuracy, cleanliness", checkin, location and value)

Dai dati all'informazione

(I modelli interpretativi)

• I trend Comunali

Modello OLS per ogni variabile j e comune i :

$$Y_{j,i,t} = \mu_{j,i} + \beta_{j,i}t + \varepsilon_{j,i,t}$$

j : # proprietà; ADR; Tasso_Occupazione; Qualità (recensioni) hotel e affitti brevi

$\beta_{j,i}$ se significativo (p value <10)

$i \rightarrow$ trend nella variabile $Y_{j,i}$

• La qualità degli Hotel

Modello per dati panel a effetti fissi (comune e stagionalità):

DISCLAIMER: Identification Strategy and Potential Biases

The panel structure with lags strengthen the temporal ordering of effects, but some *reverse causality could occur* $\rightarrow$ Results will be interpreted as **indicative associations**, pending further research with experimental or quasi-experimental designs.

$$Q_{i,t} = \alpha_i + \delta_t + \beta_t X_{i,t-12} + \varepsilon_{i,t}$$

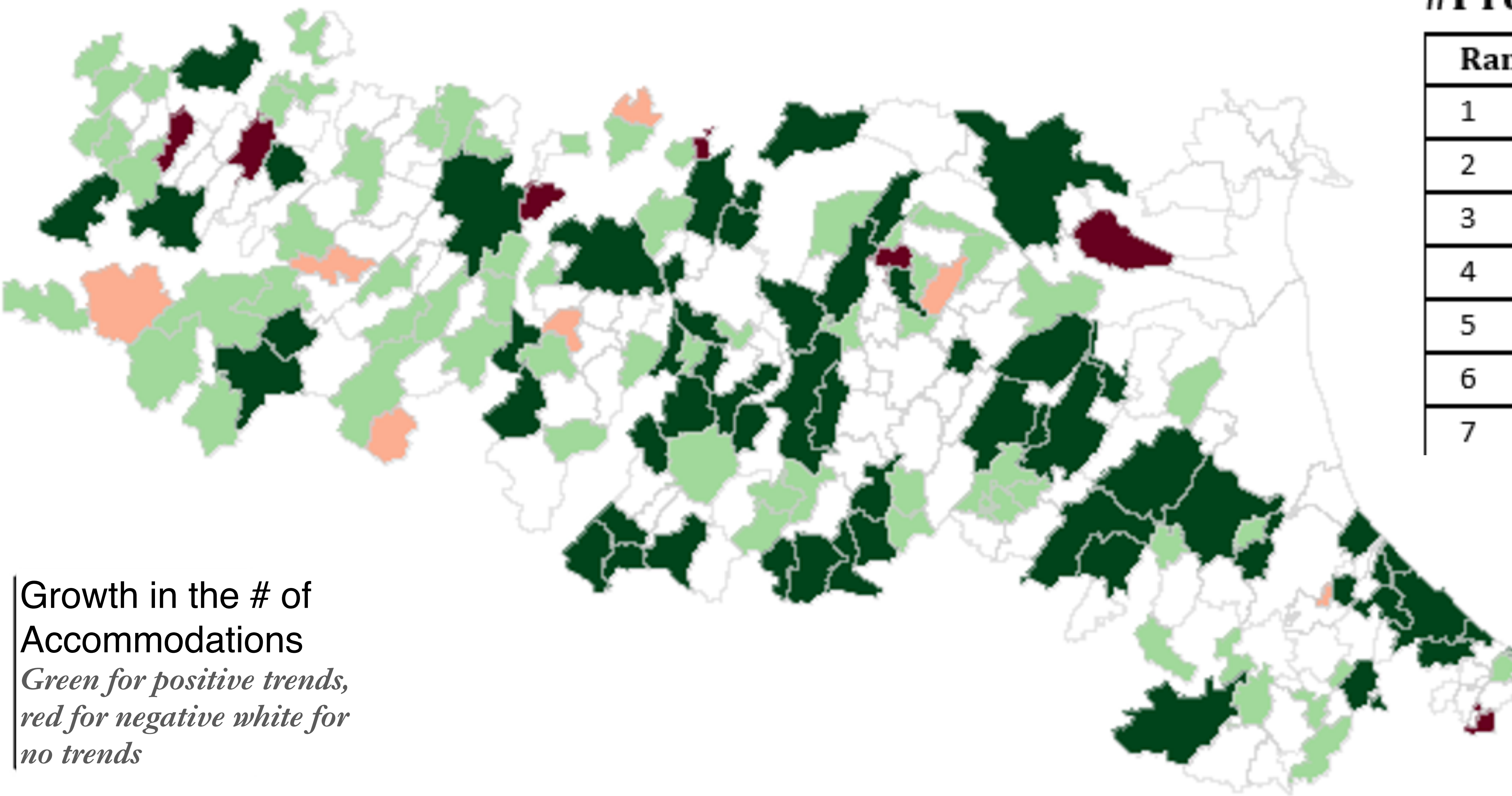
Q_{it} : qualità hotel i nel mese t

$X_{i,t-12}$: variabili ritardate (AirDNA e ISTAT)

Dinamiche per Comune – Consistenza

Trend #proprietà mercato P2P in Emilia-Romagna (2017–2024)

↑ Romagna, grandi città lungo la via Emilia (Est),
↓ Area pre-appenninica (Ovest) + a nord Via Emilia



#Properties (stronger positive trends)

Rank	Municipality	Rank	Municipality
1	Rimini	11	Forlì
2	Parma	12	Castel San Pietro Terme
3	Riccione	13	Camugnano
4	Reggio nell'Emilia	14	San Benedetto Val di S.
5	Bellaria-Igea M.	15	Coriano
6	Imola	16	Carpi
7	Ferrara	17	Piacenza
8	Cattolica	18	San Mauro Pascoli
9	Cesenatico	19	Borgo Val di Taro
10	Faenza	20	Guiglia

#Properties (stronger negative trends)

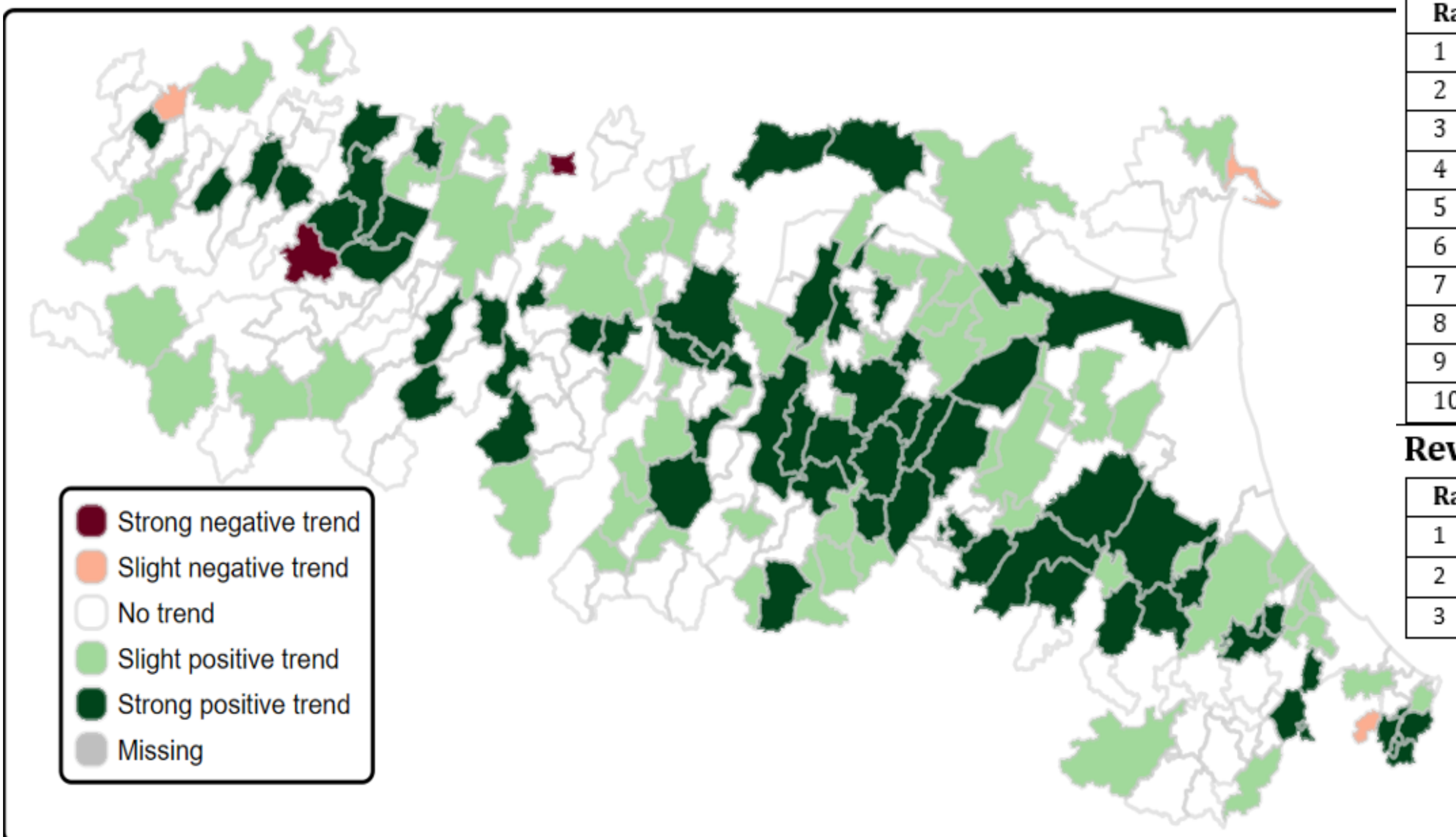
Rank	Municipality	Rank	Municipality
1	Rivergaro	8	Bentivoglio
2	Castello d'Argile	9	Vezzano sul Crostolo
3	Mondaino	10	Varano de' Melegari
4	Rolo	11	Monchio delle Corti
5	Gattatico	12	Ferriere
6	Carpaneto Piacent.	13	Luzzara
7	Portomaggiore	14	Montiano

Dinamiche per Comune – Redditività

Trend RevPAR mercato P2P in Emilia-Romagna (2017–2024)

↑ Bologna Forlì e loro comuni a sud + comuni a ovest di Parma

↓ Pellegrino Parmense vs area a nord; Gragnano Trebbiense vs Agazzano;
Gemmano vs altri comuni Valconca/Montefeltro; Boretto vs Brescello; Goro vs Mesola;



Revenue (stronger positive trends)

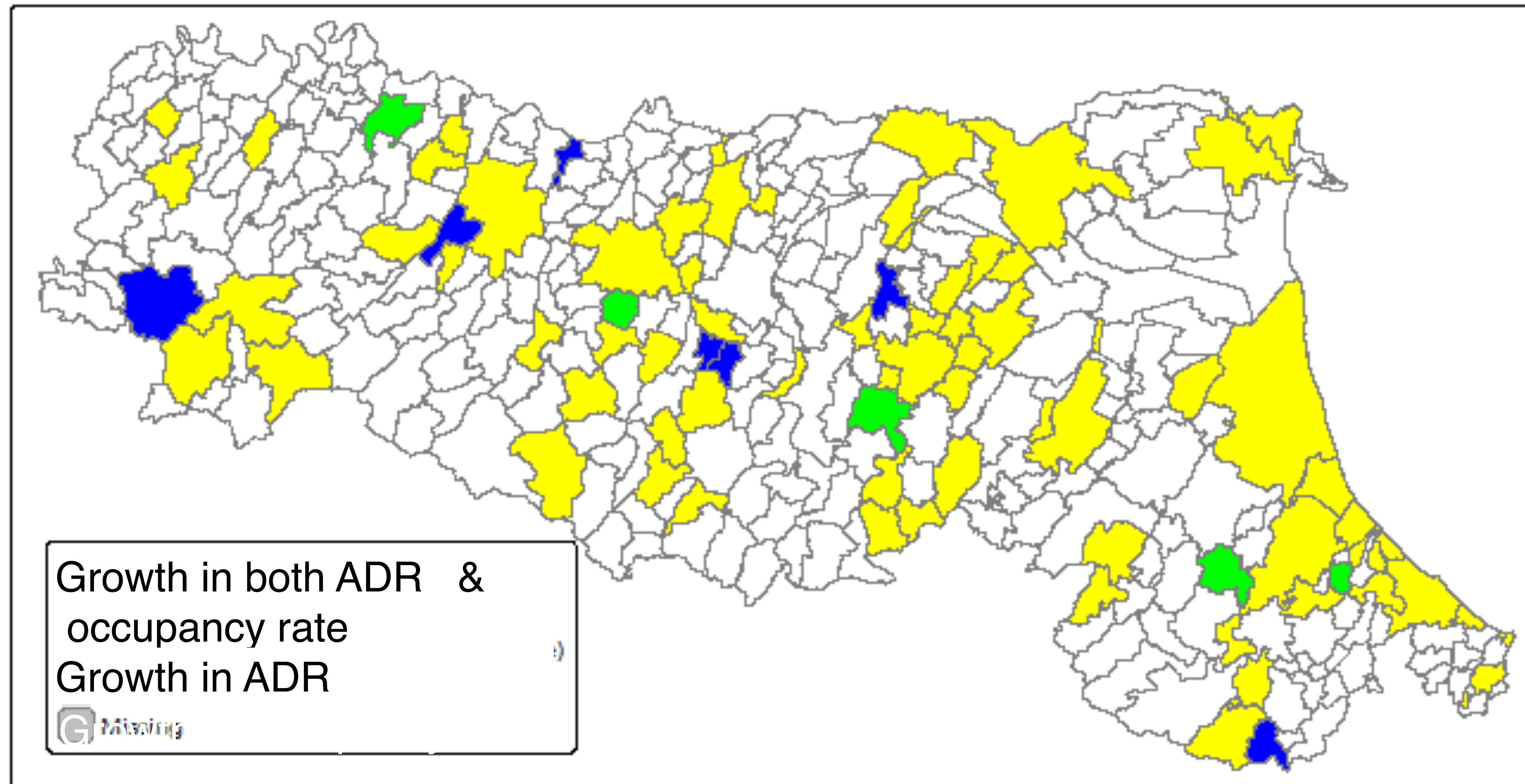
Rank	Municipality	Rank	Municipality
1	Agazzano	11	Sasso Marconi
2	Bertinoro	12	Carpaneto Piacentino
3	San Leo	13	Castelnuovo Rangone
4	Castel San Pietro T.	14	Busseto
5	Longiano	15	Saludecio
6	Meldola	16	Marano sul Panaro
7	Mondaino	17	Brisighella
8	Albinea	18	Bibbiano
9	Scandiano	19	Bologna
10	Salsomaggiore T.	20	Medesano

Revenue (stronger negative trends)

Rank	Municipality	Rank	Municipality
1	Boretto	4	Gemmano
2	Pellegrino Parmense	5	Goro
3	Gragnano Trebbien.		

Dinamiche per Comune – Sostenibilità

(economica) del mercato P2P in Emilia-Romagna (2017–2024)



↑ (cresce ADR ma non il tasso di occ.)
Ottimo se esiste un rischio "overtourism" e/o se NON solo effetto inflazione:

→ **Azioni di integrazione offerta e/o rebranding:**
crescita nella qualità offerta, o migliore valorizzazione/promozione del prodotto (attività/eventi...)

**Albinea, Busseto,
Longiano, Meldola,
Sasso Marconi**

- (cresce ADR e tasso di Occ.) →
Sinergie con aree vicine per trasformare visitatori in turisti?
Rebranding?
- **Spillover della congestione su aree limitrofe + aumento delle possibilità di trasporto?**
- ...?

**Brescello, Casteldelci,
Collecchio, Ferriere,
Fiorano Modenese,
Maranello, Sala**

Bolognese (cresce il tasso di occ. ma NON l'ADR) →

**aumentato rischio/
percezione**

overtourism, → trend da attenzionare da parte delle DMO locali.

• **Montane e storico-artistiche e destinazioni non caratterizzate:** **crescita sostenuta del numero di proprietà.** *Escludendo la tipologia storico-artistica, si propongono case più piccole (si riduce il numero massimo di ospiti), le tipiche seconde case*

• **Storico-artistiche e costa:** **unità più grandi** *(calo delle camere condivise)* e **maggiore professionalizzazione** *(qualità in crescita generalizzata). Ci si allontana dal modello "economia della condivisione" (non più solo residenti che affittano stanze libere con standard qualitativi bassi).*

• **Solo costa** (unico caso): **aumenta il value for money** → **"svendita" della qualità?** che coinvolge anche il P2P. *Possibile che la competizione sul prezzo nel segmento hotel danneggi anche il segmento affitti brevi. Problema strutturale: innalzamento del livello del mare, erosione, eventi meteorologici estremi e passaggio generazionale riducono propensione a investire, lasciando il prezzo come leva principale di competizione.*

• **Grandi città:** **frena la rotazione di ospiti** *l'aumento della durata minima del soggiorno e il calo del numero di giorni disponibili aiuta a limitare l'impatto sui residenti*

I trend nel mercato P2P

(**analisi aggregata per tipologia di destinazione/ prodotto**)

Product Dimensions		Undefined tourism product	historical	Coastal	Mountain	Spa/wellness	Large cities
Consistency	# Properties						
	# Bedrooms						
	Entire home (share)						
	Private <u>apart.</u> (share)						
	Shared <u>apart.</u> (share)						
Strategies (pricing and inventory)	ADR						
	Occupancy rate						
	# of reservation						
	Available days						
	Max guests						
	Minimum stay						
	# of photo						
Quality	# of reviews						
	Overall Rating						
	Cleaning rating						
	Location rating						
	Value for money rat.						

Verde: trend positivo. Rosso (e gradazioni) trend negativo. Bianco nessun trend.

• **Tutte le tipologie (tranne montagna):** **numero di recensioni stagnante** → *maggiore frammentazione delle piattaforme (Booking.com, Vrbo, locali) e/o più domanda su proprietà di alta qualità*

• **Tutte le tipologie:** *ADR (Average Daily Rate), tasso di occupazione e numero di prenotazioni sono in crescita diffusa.*
Mercato dinamico e (economicamente) resiliente. Comunicazione visiva punto forte *(aumenta il # di foto)*

• **Tutte le tipologie:** **meno giorni disponibili per la prenotazione.** *Host più selettivi? Vincoli normativi? Ricerca di maggiore comfort e qualità dell'esperienza?*

C'è anche l'offerta alberghiera... Focus su qualità percepita:

P2P vs. Hotel: *Trend dei rating a confronto*

Airbnb registra dinamiche polarizzate nei rating rispetto al settore alberghiero (dinamiche positive: 72% vs 58% degli hotel; dinamiche negative (14% vs. 2%)

Terme: offerta P2P con scarsi investimenti in qualità) → hotel “protetti” da barriere all’entrata (accesso terme) e clientela alto spendente.

Costa: offerta hotel investe in qualità ma con ricadute su rating meno frequenti che sul mercato P2P

Destinazioni montane: Bassa propensione ad investire in qualità degli hotel (75% vs 25%) → **deriva critica per segmento con maggiore ricadute reddituali sul territorio**

Hotels vs Airbnb (43 destinazioni E-R)

(% di destinazioni con **variazioni significative del rating postato**)

	Hotel (Positive)	Airbnb (Positive)	Hotel (Negative)	Airbnb (Negative)
Cultural/ historical	67%	87%	0%	13%
Coastal destinations	83%	100%	0%	0%
Mountain destinations	25%	75%	0%	0%
Spa/ wellness destinations	50%	25%	0%	50%
Undefined tourism product	50%	57%	7%	14%
Total	58%	72%	2%	14%

Un evidente effetto prodotto turistico:
le caratteristiche della destinazione e le barriere all'ingresso influenzano le tendenze della qualità percepita.

Le dinamiche della qualità:

Relazioni causali (?) tra il segment affitti brevi e segment hotel

Airbnb (t-1) → Hotel (t)

(Caratteristiche dell'offerta P2P che influenzano il trend nella qualità)

Variabile	Effetto su variazione qualità hotel
Airbnb_Cleanliness_Rating	- 0,223**
Airbnb_Communication_Rating	- 0,178**
Airbnb_Value_Rating	0,327**
Number_of_Reservations	0,065**
Listed property (Airbnb) / Other establishments (ISTAT)	0,157**

Punteggi di **pulizia e comunicazione** bassi su Airbnb incoraggiano «causano» aumenti di qualità degli Hotel.

Un alto **value for money** recensito su Airbnb «spinge» gli hotel a migliorare la qualità per differenziarsi

L'aumento di prenotazioni e strutture su Airbnb è positivamente correlato all'aumento della qualità degli hotel (**effetto mercato**)

Qualità si legge come “sostenibilità”

gli hotel competono su qualità (Se l'offerta P2P è professionale sembra ridotta la competizione sul prezzo).

Dynamic Capabilities Theory (Teece et al., 1997); Competitive Differentiation Theory (Porter, 1985)

La qualità degli Hotel si avvantaggia di una sharing economy sviluppata (effetto mercato) .

- La coesistenza tra offerta hotel e P2P aiuta a potenziare qualità, innovazione e sostenibilità del turismo nelle destinazioni).
- Gli hotel sembrano avere interesse a monitorare le dinamiche di rating Airbnb per modificare la qualità in modo strategico alla competizione.

Possibili “pillar”

di una crescita sostenibile



- **Coordinamento:** per facilitare la cooperazione tra territori e promuovere pacchetti turistici pluri-destinazione, in aree montane, lungo la Via Emilia a est di Bologna (magari in collegamento con le aree costiere).
- **Imprenditorialità e Innovazione:** per sostenere i trend del mercato e la crescita qualitativa
- **Investimenti e Normative:** con regolamentazioni differenziate per aree mature e emergenti, per promuovere (ad es.) fusioni e acquisti, la professionalizzazione dell'offerta o incentivare la crescita qualitativa del segmento alberghiero.
- **Gestione dei Rischi:** di una crescita incontrollata sostenendo la formazione professionale, la certificazione della qualità e la partecipazione dei residenti alla sharing economy.
- **Digitalizzazione e Promozione:** investimenti nelle tecnologie digitali per migliorare l'esperienza turistica, attrarre segmenti a maggior valore aggiunto e gestire le destinazioni basandosi sui dati.

MA.... Avere sempre presente i due macro rischi che «travalicano» l'azione locale:

- Cambiamento climatico
- Controllo USA del mercato digitale

I trend (comunali) della sostenibilità dell'offerta P2P degli ultimi 10 anni

Convegno: "Impatti territoriali e sostenibilità del turismo Peer-to-peer in Emilia Romagna" –
27 Febbraio 2026 ore 10.30
Dipartimento di Scienze Statistiche (UniBo)

Andrea Guizzardi,
andrea.guizzardi@unibo.it

Sintesi di lavori in collaborazione con
Michele Costa (DSE, Unibo)
Ercolino Ranieri (Xenia S.p.A. SB);

ALMA MATER STUDIORUM
UNIVERSITÀ DI BOLOGNADIPARTIMENTO
DI SCIENZE STATISTICHE
"PAOLO FORTUNATI"ALMA MATER STUDIORUM
UNIVERSITÀ DI BOLOGNACENTRO
DI STUDI AVANZATI
SUL TURISMO