

P Sharing economy | Modelli | Evoluzione

Consumi e relazioni, l'impatto creato dalla condivisione

Nuovi lavori, ambiente e coesione sociale: quali sono gli effetti introdotti dai paradigmi collaborativi

di **Alessia Maccaferri**

Attorno alla Sagrada Familia è pieno di puntini rossi: sulla mappa indicano gli annunci di Airbnb per interi appartamenti, circa il 58% ben cinque punti sopra la media di Barcellona, secondo il sito InsideAirbnb che promette di svelare i dati che il colosso della *sharing economy* «non vorrebbe che vedessimo». Perché per il fondatore di InsideAirbnb, il giornalista Murray Cox, i dati rivelano quanto l'arrivo di Airbnb stia stravolgendo il volto della città, quanto gli affitti siano in molti casi professionali e cambino il volto di interi quartieri e città (per l'Italia è disponibile la mappa di Venezia e del Trentino). Con effetti sia sul mercato immobiliare sia sulle identità sociali, accentuando la gentrificazione. Quello che Murray Cox però non dice è che i prezzi degli appartamenti rendono il turismo di Barcellona e di altre città molto competitivo e accessibile e che in alcuni casi, come è successo a Milano con Expo2015, vanno a integrare l'offerta ricettiva tradizionale. Comunque la si pensi, nessun caso come Airbnb mostra i contrasti di interessi che pone la *sharing economy* e gli impatti che ha sulla società tutta. *Sharing economy* che si sta sempre più polarizzando: da un lato le grandi piattaforme di *economy on demand* stile Uber che di fatto intermediano il servizio grazie all'algoritmo e si spingono fino ai confini della *gig economy* (vedi pagina seguente) e dall'altro quelle che favoriscono l'incontro tra pari, rispondendo a quei bisogni che sono stati fondativi della *sharing*, cioè la sostenibilità, gli scambi e le relazioni sociali. Come e in che misura questo fenomeno sta cambiando la società? Quale impatto sta creando?

Viene in aiuto la mappatura italiana, che per il terzo anno consecutivo racconta quante sono le realtà più significative, curata da Colla-

boriamo e Trailab Università Cattolica (e che sarà presentata a Sharitaly, Milano, 15-16 novembre). Ebbene la *sharing* italiana continua a crescere, passando dalle 118 piattaforme dell'anno scorso alle 138 di quest'anno (che salgono a 208 se si contano anche quelle di crowdfunding).

I settori più vivaci sono quelli dei trasporti e dei servizi alla persona, entrambi con impatti sociali significativi. I primi contano ben 25 piattaforme, tra *car pooling*, *ridesharing*, trasporto pacchi, *car sharing p2p* (ma non il *car sharing* intermediato). I servizi alla persona censiti sono 23 tra cui dog sitter, babysitting, lavoretti, banche del tempo ecc. Crescono anche gli utenti: l'anno scorso il 20% delle piattaforme raggiungeva più di 30mila utenti, ora sono il 31 per cento. L'indagine prende in esame non solo le piattaforme italiane ma anche quelle straniere con una sede in Italia, come Airbnb. Tanto le proposte sono varie e gli utenti curiosi, quanto i dati economici restano precari: la maggior parte delle piattaforme ha fatto investimenti fino a 50mila euro e ha meno di 500 transazioni in un mese, dato significativo visto che il modello di business si basa proprio sulla percentuale del transato.

Come interpretare questi dati? Quanto incide la fragilità italiana dell'ecosistema startup e quanto il tradimento della missione iniziale della *sharing economy*?

Secondo un'indagine di Kantar Tns il 27% degli intervistati italiani (utenti internet) nel 2016 ha usato servizi *sharing* (erano il 13% nel 2013), la quota sale al 53% se esplicitiamo tutte le possibilità oggi disponibili tra i diversi servizi di *sharing*. «Sintomo che c'è ancora una consapevolezza limitata del concetto di *sharing* - spiega Federico Capeci, ceo di Kantar Tns - E se vediamo le motivazioni all'utilizzo del servizio, le principali sono la facilità di accesso e la convenienza o gratuità. Insomma, la *sharing economy* è sempre più *economy* e meno *sharing*, intesa come piattaforma collaborativa tra individui. Fenomeno acuito dall'ingresso nel mercato delle multinazionali dello *sharing*, anche nel nostro Paese da qualche tempo».

Se si plana sul settore a volo d'uccello la differenza di massa critica tra le grandi piattaforme di *matching* e le più piccole che incorporano valori di relazione e sociali è abissale. Ma se si scende addentro il fenomeno, emergono le sfumature. «Siamo ancora agli inizi - spiega

Marta Mainieri di Collaboriamo- e non dimentichiamoci che la crescita delle piattaforme internazionali è stata drogata dai fondi di investimento americani. La narrazione iniziale basata sulla sostenibilità e le relazioni era figlia della crisi del 2007-2008 e si è un po' persa nelle sue promesse. Ma è altrettanto evidente che si stanno diffondendo processi collaborativi in tutti i settori, pensiamo all'abitare, alla finanza con *block chain*, alla mobilità e al welfare. E il modello di business include la relazione». Per esempio, la piattaforma di *car pooling* BlaBlaCar, che vive sul transato, è in crescita, non ammette guidatori professionisti. «Eppure si è visto che il valore della relazione è forte nella community, come del resto anche la fiducia» puntualizza Mainieri.

Insomma la *sharing*, dopo gli anni degli esordi, sembra passata a una fase nuova dove i processi collaborativi *peer to peer* permeano i modi di fare impresa, che incorporano sempre più i paradigmi come la sostenibilità, la relazione costruita sulla fiducia reciproca, l'accesso e il noleggio (anziché il possesso). E che, di volta in volta, oscillano da modelli tradizionali di mercato a nuovi modelli sostenibili economicamente ma che tendono a includere il valore sociale.

«È chiaro che l'impatto maggiore sia sul mondo del lavoro. Oggi ci si sta ponendo il problema di come accrescere l'empowerment dei peer - spiega Simone Cicero - OuisShare Connector e creatore del Platform Design Toolkit - Ci sono diversi modelli di piattaforme collaborative. Accanto al modello corporate stanno sorgendo modelli di piattaforma cooperativi in ogni ambito. Si tratta di pionieri, come Ecsa, Stocksy o Fair Mondo, Loomio. Tutte piattaforme che vogliono generare externalità positive, per il lavoro, l'ambiente e le relazioni». Un fenomeno su cui si sta concentrando l'Istitute of the future (Ifit) di Palo Alto dove a fine novembre Cicero raggiungerà sviluppatori, imprenditori sociali, esperti di policy in una due giorni per confrontarsi sulle sfide che pone l'economia digitale e arrivare poi a progettare prototipi reali. L'intento è di "impadronirsi dell'algoritmo". Ovvero essere consapevoli che come si progettano le piattaforme condiziona il modo in cui queste organizzano i lavoratori e creano valore.

alessia.maccaferri@ilssole24ore.com

© RIPRODUZIONE RISERVATA

F **Analisi** | Lavoro | Peers

Tra personale e professionale, si fa presto a dire «siamo pari»

Non è solo una questione di regole, serve una visione che ridefinisca i confini

di **Guido Smorto**

◆ In questi anni ci siamo abituati a profezie sull'avvento di una nuova economia popolata da "pari" i quali, grazie alle possibilità offerte dalla rete, condividono tra loro risorse materiali e immateriali secondo la logica del «quel che mio è tuo», come recita il titolo di uno dei testi sacri sulla sharing economy.

Non è andata proprio così. Con poche eccezioni, la condivisione di risorse in alternativa al consumo proprietario si è scontrata con la dura realtà, rivelandosi una strada poco praticabile soprattutto per i piccoli oggetti quotidiani che popolano l'immaginario di chi sogna l'ascesa di un'economia di ispirazione comunitarista.

Nel frattempo «sharing economy» è divenuta l'espressione usata per descrivere una galassia di pratiche e modelli organizzativi, frutto di una trasformazione profonda della struttura di impresa e del coordinamento del lavoro, in cui soggetti non professionali mettono a disposizione beni e offrono servizi (seguendo la retorica "sharing", condividono beni, tempo e competenze) secondo combinazioni di volta in volta variabili.

Grazie alla riduzione dei costi di comunicazione e di coordinamento servizi che fino a qualche anno fa erano monopolio esclusivo di professionisti vengono offerti sul mercato da soggetti molto diversi tra loro per solidità economica, competenze, professionalità. Celebrata con una pletora di neologismi più o meno felici (*prosumer, producer*), la nascita di un'economia p2p (*peer-to-peer*) si



Uber. Per la sentenza inglese dei giorni scorsi gli autisti Uber vanno considerati dipendenti

accompagnerebbe all'inesorabile declino dell'economia b2c (*business-to-consumer*), il cui futuro sarebbe costretto entro piccole nicchie di mercati specializzati. Alcuni comparti - trasporti e turismo su tutti - starebbero tracciando la rotta verso un modello di organizzazione economica passibile di sviluppi ben più significativi.

Ad offrire ai pari questa possibilità sono "piattaforme" on line. «Marketplace» si definiscono immancabilmente, ma un'analisi più attenta mostra una varietà di soluzioni che spazia dal coordinamento di domanda e offerta attraverso la creazione di servizi complementari (sistemi di pagamento, di rating) fino a *logistic companies* prive di infrastrutture e lavoratori propri, che adottano modelli inediti di gestione tanto della forza lavoro - una massa di "lavoratori alla spina" disponibile a richiesta, secondo la definizione dell'*Economist* - quanto dei beni capitali, spesso di proprietà degli stessi *peers*.

Le tradizionali distinzioni tra personale e

professionale, tra gratuito e a pagamento, tra lavoro autonomo e dipendente, entrano in crisi. Le rassicuranti polarizzazioni del passato sfumano in una molteplicità di situazioni non semplici da cogliere e, di conseguenza, da regolare. Il diritto, che in passato si è fatto carico di fissare regole distinte per le diverse sfere - professionale e privata, onerosa e gratuita, del lavoro autonomo e dipendente - si trova di fronte ad una sfida inedita: come orientarsi tra le mille declinazioni dell'economia tra pari? Tra chi affitta casa durante le vacanze per pagare le spese e chi pubblica tre, cinque, cento annunci sui portali online, o tra chi prepara una cena tra estranei il fine settimana chiedendo un contributo per le spese e chi si guadagna da vivere mettendo su un "home restaurant"?

A prima vista, i consumatori sono i vincitori dell'economia della condivisione: nuovi beni e servizi a prezzi abbordabili, ma quando qualcosa va storto a chi rivolgersi se la piattaforma è semplice "mercato" e il *peer* non è un professionista?

Già in passato abbiamo assistito all'esternalizzazione del lavoro e all'evoluzione dei modelli produttivi, ma per la prima volta siamo di fronte alla trasformazione simultanea dei rapporti tra impresa, lavoratori e consumatori. Non è solo una questione di regole. Il nodo centrale è progettare una visione e tradurla in politiche, a livello europeo e nazionale. E occorre farlo presto. La sentenza inglese di qualche giorno fa sui lavoratori di Uber mette in mostra la debolezza di un settore che oscilla tra stime milionarie e dubbi sulla sua legalità. Rispetto a queste sfide, l'attuale ricerca di un punto di equilibrio tra settori tradizionali e sharing companies è solo il primo passo di un cammino ben più lungo e difficile su come governare le pratiche di condivisione, dalla regolazione dei mercati alle conseguenze sociali più profonde, a partire dall'impatto sulle città.

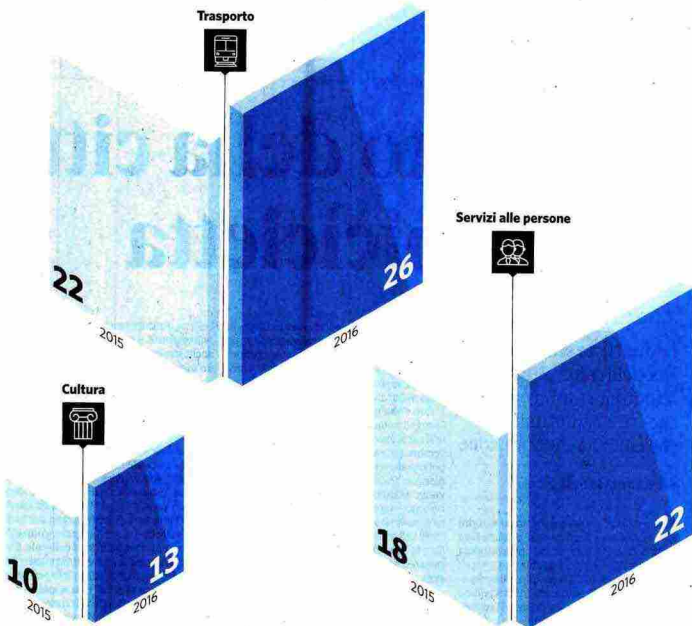
© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'economia della collaborazione

La sharing economy in Italia e i principali trend di confronto internazionale.

LE PIATTAFORME ITALIANE PER SETTORE

Dati in valore assoluto. Mappate 138 piattaforme nel 2016 contro le 118 del 2015



L'ITALIA E I PRINCIPALI PAESI EUROPEI: L'IMPATTO SU DUE DEI PRINCIPALI SETTORI E LE RAGIONI DELLA CONDIVISIONE

Valori in percentuale. Sondaggio realizzato in Italia da Tns (tra il 18 e il 24 ottobre 2016). Campione: Individui di età superiore ai 15 anni. Indagine online su panel. Il documento informativo completo riguardante il sondaggio sarà presente sul sito web: <http://www.agcom.it/>

L'INDUSTRIA CULTURALE E DELL'ENTERTAINMENT È MOLTO IMPATTATA

Servizi di intrattenimento, streaming, film, musica

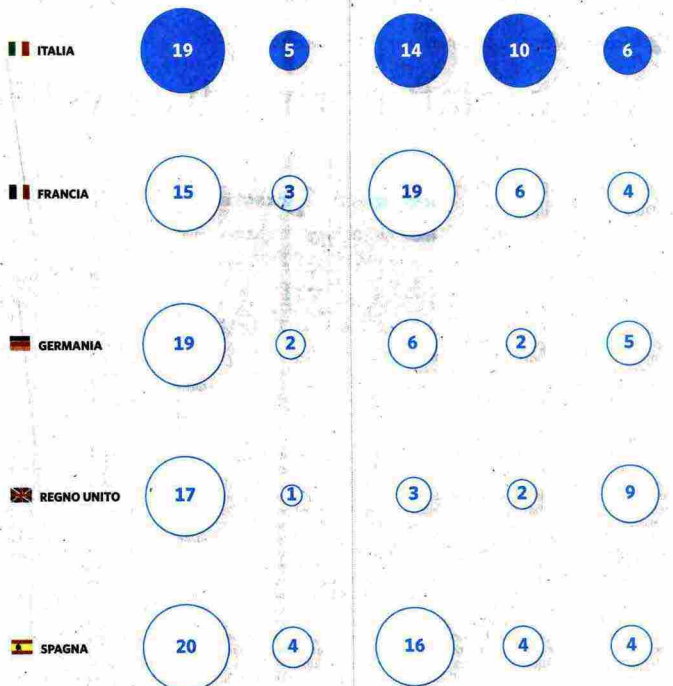
Servizi culturali, condivisione di libri, lezioni accademiche online

I SERVIZI DI MOBILITÀ OGGI SONO USATI DA CIRCA 4-5 MILIONI DI PERSONE

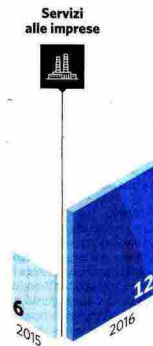
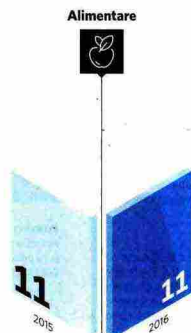
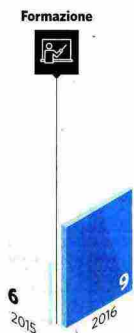
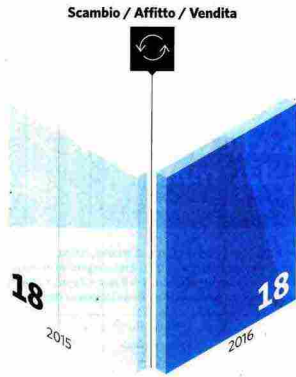
Servizi condivisi di mobilità, con condivisione dei costi di viaggio fra gli individui

Aziende che offrono mezzi di trasporto in condivisione su abbonamento e a pagamento

Servizi di mobilità offerti da altri individui privati a pagamento

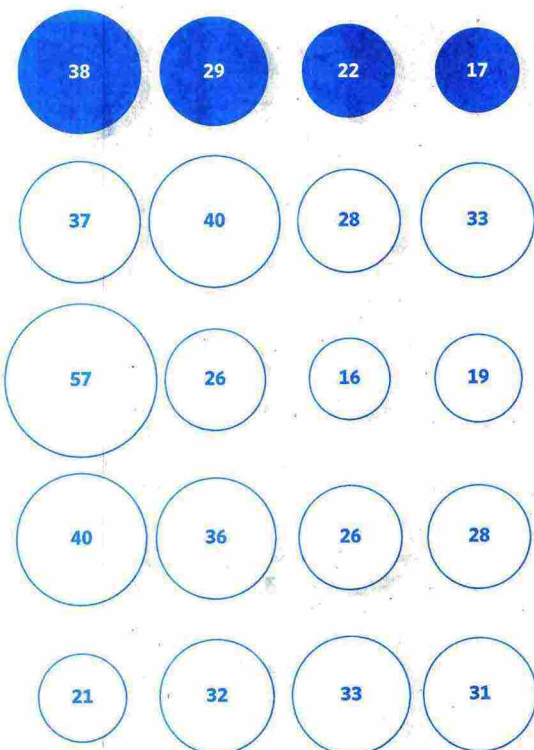


Fonte: Elaborazione Nava24 - IlSole24Ore su fonti varie: "Sharing economy: la mappatura delle piattaforme italiane 2016", a cura di Marta Maineri (Collaboriamo) e Ivana Pais (Trailab Università Cattolica) - Kantar Tns 2016



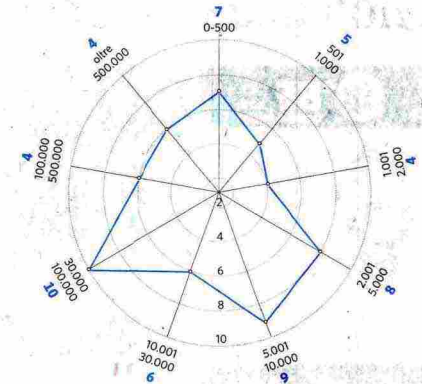
IL PRINCIPALE MOTIVO DI PARTECIPAZIONE ALLA SHARING ECONOMY È DI TIPO CONCRETO, OGGI

L'accesso ai servizi è organizzato in una modalità più utile
E' più economico o gratuito
Offre servizi nuovi o diversi
La possibilità di scambio di prodotti o servizi invece di pagare con denaro



TANTI UTENTI MA POCO BUSINESS

LA COMMUNITY
Le piattaforme italiane suddivise per classi di utente (Campione di 57 piattaforme)



LE TRANSAZIONI MENSILI
Le piattaforme italiane per classe dimensionale (campione di 57 piattaforme di cui 7 non hanno fornito risposta)

