

Il Covid ha provocato lo **smart working**. Smart working e ridotta socializzazione hanno incoraggiato il **quick commerce**, gli acquisti online, e il successo delle piattaforme televisive. Succede in modo clamoroso a Parigi, sta per succedere anche qui

La conseguenza più importante è questa: il rischio di **una nuova divisione in classi** tra chi sta a casa, immerso nel lavoro e nei consumi culturali da salotto, e il mondo subalterno di chi corre in strada per soddisfare bisogni (e capricci) dei primi

# La società della pigrizia

dal nostro  
corrispondente a Parigi  
STEFANO  
MONTEFIORI

Uno dei **dark store** più grandi, e più segreti, di Parigi si trova nell'ex stazione ferroviaria dei Gobelines, poco lontano da place d'Italie, nel quartiere cinese. Milletrecento metri quadrati sotto il livello stradale, nessuna insegna e 45 dipendenti. Più spesso i **dark store** si trovano in superficie, sempre senza insegne e chiusi ai passanti, ma riconoscibili dai gruppi che si formano sulla porta. I rider, con i caschi ancora indosso, aspettano con ansia che gli inservienti del magazzino affidino loro il pacco da consegnare di corsa a persone che hanno ordinato la spesa o anche solo il necessario per un aperitivo, stando in ufficio o a casa per lo **smart working**. La promessa del **quick commerce** è che dall'ordine alla consegna non passino più di 15 minuti: ecco perché all'angolo tra rue Lamartine e Rochecouart, per esempio, non lontano dall'Opéra, il via vai è così frenetico e caotico che i vicini protestano da settimane.

**Dark store** e fattorini sono presenti in molte città occidentali, comprese quelle italiane, ma a Parigi cominciano a incidere in profondità sul **paesaggio** urbano, suscitando riflessioni e critiche. Il **flâneur** che passeggia per le vie della capitale può trovare il marciapiede occupato da bici elettriche e scooter davanti a magazzini che hanno sostituito i negozi; passata la fase dell'infatuazione per la novità ci si comincia a chiedere se questo sviluppo della città e dei rapporti sociali sia davvero desiderabile. L'assessore ecologista David Belliard per esempio ha chiesto al governo più poteri per regolamentare lo spazio pubblico e combattere la tendenza alla «mono-attività» in alcune strade dove si trovano ormai solo **dark store**.

Quindici minuti al massimo per soddisfare bisogni, voglie o capricci dei parigini che preferiscono fare a meno anche dei pochi passi che li separano dai piccoli-medii supermercati distribuiti ovun-

que: se prendiamo solo il marchio **Franchis**, ce n'è uno ogni 350 metri, e spesso sull'altro lato della strada si trovano due o tre concorrenti. Con una presenza di supermercati così capillare, è davvero necessario che qualcuno porti birre e patate a domicilio in pochi minuti?

Il risparmio di tempo tra un acquisto sulle piattaforme di **quick commerce** e un altro nei negozi in strada è relativo, ma il desiderio di gratificazione immediata e il prezzo della consegna ancora irrisorio, sottocosto, alimentano questa società della pigrizia e una possibile nuova divisione in classi: da una parte quelli che stanno a casa, immersi nello **smart working** e magari in consumi culturali da appartamento (Netflix e le altre piattaforme al posto della dimensione sociale del cinema); dall'altra la classe subalterna di coloro che corrono freneticamente in strada per accontentare i primi.

Dal 2016 a oggi l'urbanista franco-colombiano Carlos Moreno, docente alla Sorbona, ha reso popolare l'idea della «città del quarto d'ora», strutturata in più quartieri dove il cittadino possa trovare tutto il necessario per la vita sociale — lavoro, scuola, negozi, medico, cinema o palestre, sportelli amministrativi — alla distanza di massimo 15 minuti da casa, a piedi o in bicicletta. Il progetto di «città del quarto d'ora» è stato adottato da molte amministrazioni nel mondo tra le quali Parigi all'inizio del 2020, un anno prima della pandemia. Ma in queste settimane si assiste a una tendenza esattamente inversa: il cittadino non si muove, resta in casa, e i 15 minuti sono quelli che servono ai fattorini per attraversare il quartiere e rifornirlo a domicilio.

«La mia idea rispondeva al bisogno di rimettere il cittadino al cuore della città, facilitare le relazioni sociali, combattere la nevrosi, l'inquinamento delle code per il traffico e gli aspetti strani delle megalopoli — dice Moreno —. La città del quarto d'ora permette alle persone di in-

contrarsi. Le consegne in 15 minuti invece rappresentano il contrario della mia visione. Mi sembrano portare a un nuovo schiavismo, contro il quale le autorità pubbliche devono prendere provvedimenti. Non bisogna temere di stabilire

delle regole, lo abbiamo fatto per i monopattini elettrici, che prima erano migliaia e deturpavano Parigi con la sosta selvaggia e ora sono regolamentati; dobbiamo farlo anche con le consegne a domicilio». Quello che è riuscito con Airbnb in forme diverse e in molte città, come New York, Barcellona e Parigi, che hanno posto limiti alla piattaforma, potrebbe presto essere replicato con i **dark store**.



Amazon Prime ha cominciato nel 2005 a promettere consegne per il giorno dopo. Oggi quella logica è portata all'estremo, complice il **lockdown** all'inizio della pandemia. Nella primavera 2020 gli abitanti delle città costretti a rimanere in casa hanno fatto un ricorso massiccio alle consegne a domicilio, e i fattorini sono diventati cruciali per la tenuta del sistema. Nelle prime settimane di choc a Parigi si rifletteva sul futuro delle città mentre anatre e oche risalivano i boulevard deserti, e la convinzione diffusa era che la mazzata del coronavirus avrebbe convinto la società a rallentare, a darsi altre priorità, a privilegiare la qualità e magari a concedersi uno **slow commerce**. Al contrario, il commercio che si sta affermando è quello **quick**, veloce, velocissimo.

Nell'estate 2020 il 33enne Kagan Sümer, berlinese nato in Turchia, ha fondato Gorillas che in pochi mesi in Germania è diventata un unicorno, ovvero una start-up non quotata in Borsa che supera il valore di mercato di un miliardo di dollari. «Abbiamo la tecnologia per andare sulla Luna, non dovremmo essere costretti ad andare ancora al supermercato», dice Sümer, che in questi giorni sta completando l'acquisizione del concorrente francese Frichti. Finiti i **lockdown**, è rimasta e anzi s'è ingigantita l'abitudine a comprare online, che prevede ormai il farsi consegnare subito a casa anche la merenda per i figli. A Parigi le start-up che si contendono il mercato del **quick commerce** sono una quindicina: oltre ai colossi Amazon e UberEats, ecco la turca Getir, e poi Deliveroo, Flink, Cajoo, Dija, Glovo, Yango Deli e altre.

«Le consegne in 15 minuti favoriscono l'avvento di quelli che io chiamo gli **zombie-geek**, ovvero persone sempre connes-

se dal punto di vista tecnologico ma sconnesse quanto alle relazioni sociali — continua Moreno —. Ricevendo la cena o un paio di scarpe a casa pochi minuti dopo l'acquisto online pensano di comprare del tempo, ma il guadagno è illusorio se pensiamo alla corrispondente perdita di legame sociale e di posti di lavoro corretti e con le dovute garanzie. È una battaglia culturale che dobbiamo combattere».

Il *quick commerce* sta amplificando questioni di cui si parla da tempo, come le condizioni di lavoro dei rider, sempre più numerosi. È fuori luogo secondo lei parlare di una nuova divisione di classe? «No, anzi. Il nuovo schiavismo prevede che i fattorini siano pagati pochi euro più le mance, quando va bene, e anche da un punto di vista visivo sono chiaramente e fisicamente identificabili come un nuovo gruppo sociale: a Parigi li vediamo per esempio raggruppati nei pressi delle stazioni Velib', le biciclette in libero servizio del Comune. Fissano lo smartphone aspettando la chiamata, rendendo peraltro le biciclette indisponibili per altri cittadini. Spesso sono senza documenti, quindi esposti a qualsiasi sfruttamento».

Fino a una decina d'anni fa le innovazioni tecnologiche portate dal digitale erano accompagnate da uno sguardo tendenzialmente ottimista, spesso entusiasta. Oggi prevale la riflessione critica, con il rischio di passare all'eccesso opposto. «Ma io credo che si possano denunciare i pericoli del nuovo senza diventare per forza passatisti. Il filosofo Bernard Stiegler, scomparso due anni fa, diceva che il digitale è un *pharmakon*, parola che in greco antico designa sia la medicina che il veleno. Vale per tutto, dai social media al *quick commerce*. Per questo insisto molto sulla necessità di intervenire e regolamentare», conclude Moreno.

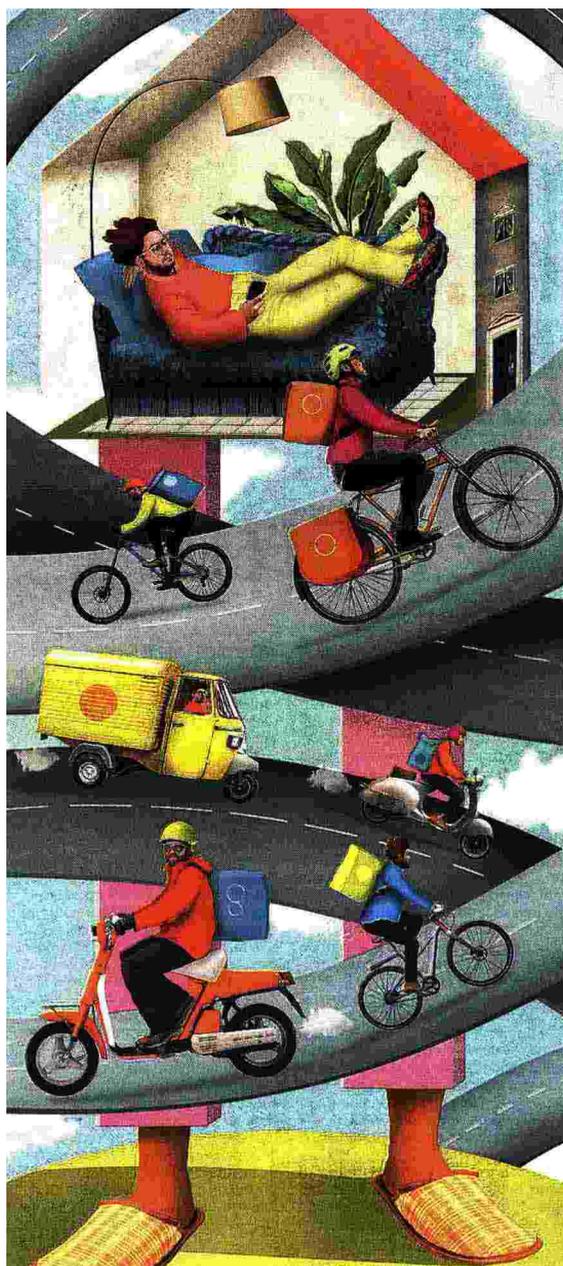


E l'altra classe, quella che tende a ordinare tutto da casa? «Il *quick commerce* risponde a una voglia di istantaneità che è presente e in aumento», dice Vincent Chabault, sociologo alla Sorbona e a Sciences Po e autore del saggio *Eloge du magasin. Contre l'amazonisation* (Gallimard). «Nel 2021, questi servizi sono stati usati dall'11,5 per cento dei parigini, è un tasso di penetrazione enorme. Il grande impulso è partito dal *lockdown*, ma poi la tendenza è rimasta e anzi si è accresciuta. Si usano i rider delle piattaforme come un tempo si usavano i domestici».

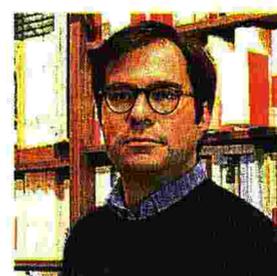
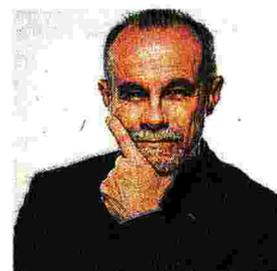
Nelle zone residenziali dell'alta borghesia ci sono i giardini privati ma non gli spazi per i negozi; erano i domestici ad andare a fare la spesa. Il *quick commerce* rappresenta il sogno della servitù portato alla disponibilità di tutti? «Esattamente. I fattorini vengono pagati pochissimo ma devono essere veloci, non basta che lascino i pacchi in fondo alle

scale perché devono prendere l'ascensore e portarli fino all'appartamento... Il *quick commerce* è una delle forme in cui si concretizza il gusto contemporaneo di pilotare i propri consumi da casa». Con quali conseguenze per negozi e supermercati? «Penso che i grandi supermercati siano definitivamente condannati. I consumi ordinari continueranno a trasferirsi online e su consegna a domicilio, mentre resterà qualche negozio per gli acquisti più sofisticati, da esibire, culturali o di alta gastronomia».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



i



#### L'urbanista

Carlos Moreno (in alto), franco-colombiano, è direttore scientifico della cattedra Eti (Entrepreneuriat territoire innovation) allo Iae Paris Université-Panthéon Sorbonne. Specialista nel controllo intelligente dei sistemi complessi, è l'ideatore del concetto di città in 15 minuti

#### Il sociologo

Vincent Chabault (qui sopra), sociologo, è docente alla Sorbona e a Sciences Po. È l'autore di *Eloge du magasin. Contre l'amazonisation*, pubblicato due anni fa da Gallimard, e di *Sociologie de la consommation* (Dunod, 2017)