

Dal possesso all'accesso l'economia della condivisione

Non solo auto a nolo: ecco proprietà multiple e imprese collettive Si guadagna in flessibilità e sostenibilità, il rischio è la deregulation

di EMANUELA MORA

e SILVIA MAZZUCOTELLI SALICE

Sfoggiare per una settimana la più ricercata borsa del marchio di moda preferito (vanitylady.it); muoversi in città con la libertà di orari garantita dall'automobile, ma senza il problema di trovare il parcheggio (car2go.com; [guidami](http://guidami.com), il servizio di car sharing del Comune di Milano; Uber.com ecc.); liberare il ripostiglio da quegli oggetti che si usano raramente, come il trapano o la gelatiera, prendendoli a prestito solo quando ci servono (locloc.it); visitare una nuova città accompagnati dalle dritte di chi ci vive e condivide i nostri interessi (airbnb.com; couchsurfing.org); fare nuove amicizie condividendo la passione per il cibo (gnammo.it) o per la barca a vela (sailsquare.it). Sono tutte pratiche che vengono oggi sinteticamente indicate come *sharing economy*.

Il concetto viene usato per lo più a indicare piattaforme digitali che favoriscono l'uso, il noleggio, l'affitto, lo scambio di oggetti, servizi, spazi, tempi. In realtà si tratta di attività che si sono sempre fatte anche senza l'ausilio del web, ma che con internet vengono modificate in modo significativo. In particolare, ciò che cambia con la Rete è l'opportunità di entrare in contatto con persone nuove, che non si sono mai incontrate — e in alcuni casi non si incontreranno mai — e fare insieme cose che richiedono fiducia reciproca. In alcuni casi la piattaforma digitale si limita a razionalizzare e a estendere il raggio d'azione dei tradizionali servizi di noleggio. In altri casi a questo servizio si aggiunge una coloritura culturale che fa leva sulla trasformazione del valore del consumo nella nostra società: dal possesso all'accesso.

Complice la crisi economica, ad alcune frange di consumatori sofisticati non pare più così necessario possedere quei beni di lusso che incarnano e manifestano il prestigio sociale dei loro proprietari. È sufficiente godere del piacere che deriva dal loro uso. È questo il caso delle piattaforme che propongono la proprietà condivisa di beni di lusso, un'evoluzione dei tradizio-

nali programmi di multiproprietà, che fino a poco tempo fa riguardavano soprattutto le abitazioni per le vacanze e che oggi invece offrono anche la possibilità di acquistare quote di aerei, yacht, automobili... Sulle stesse piattaforme, come per esempio fractionallife.com, da un po' di tempo a questa parte vengono proposte anche le borse *must have* dei marchi più esclusivi della moda globale. A dire la verità, nel caso della moda la proprietà condivisa è temporanea e non è molto diversa da un noleggio (l'espressione usata nei siti americani e inglesi, più avanti degli altri in questo settore, è *rent to own*, noleggiare per possedere, che sembra essere diventata una sottocategoria della *fractional ownership*, proprietà frazionata). Se dunque tecnicamente si tratta sempre di forme di noleggio, il significato che si attribuisce a esse è diverso: il noleggio comunicava l'impressione che il consumatore non fosse all'altezza del lusso di cui andava in cerca, vorrei ma non posso; la «proprietà temporanea» suggerisce invece l'immagine di un consumatore in movimento, che cambia al passo con le più innovative tendenze e che rinuncia a riempire la propria casa di oggetti inutilizzati per la gran parte del tempo.

Tale parabola, ormai ben consolidata soprattutto in quei Paesi, come gli Stati Uniti, in cui le persone cambiano spesso casa e città, sta prendendo piede anche in Italia, con una mappa delle attività molto articolata. Alla fine del 2013, avviando la prima ricerca nazionale sulla *sharing economy*, abbiamo identificato quattro aree che hanno alla base una logica comune. Le due più ampie sono quelle del baratto online (*bartering*) e dei consumi collaborativi (*sharing*). Coprono nell'insieme il 64% dei circa 270 casi censiti (nel grafico). È inoltre da notare che se nel 2007 la presenza di tali attività era ancora insignificante, negli anni successivi c'è stato un incremento esponenziale, tuttora in corso.

Tra i consumi collaborativi troviamo le piattaforme che noleggiavano i beni di lusso, che coordinano il prestito di oggetti, che organizzano l'ospitalità gratuita o l'affitto per breve periodo di stanze o appartamenti; inoltre siti attraverso i quali è pos-

sibile individuare persone con cui condividere uno spazio di lavoro (il cosiddetto *coworking*) o mettere sul mercato del consumo finale le proprie abilità per svolgere, dietro modesto compenso, piccoli lavori richiesti dagli utenti della piattaforma (taskrabbit.com). Nell'area del baratto, invece, sono presenti siti come reoose.com o zerorelativo.it che coordinano attività di baratto di oggetti usati; un'interessante galassia di micro attività nelle quali ciò che viene scambiato tra gli utenti è il proprio tempo, per farsi compagnia o per svolgere gratuitamente piccoli servizi. Tali iniziative, pur non nuove in se, sono interessanti tentativi di fare fronte alle difficoltà economiche causate dalla crisi: da un lato permettono una più efficiente organizzazione dei servizi; dall'altro consentono di mantenere elevati standard di consumo, anche se il potere di acquisto si è ridotto. Inoltre, tutto considerato, possiamo forse azzardare che esse consentono di alimentare forme di solidarietà tra estranei che appaiono interessanti esperimenti per ricostruire legami sociali basati sulla condivisione e il riconoscimento reciproco.

Nel complesso, però, non si intravede un vero e proprio cambiamento di paradigma economico e sociale. Certo, queste forme di *sharing economy* possono favorire una maggior efficienza del sistema economico e una ridensificazione dei legami sociali informali di cui da decenni denunciavamo la crisi. Appunto per questo però esse rischiano di essere solo la versione più innovativa del modello di neocapitalismo liberale considerato come il responsabile della grave crisi attuale.

Le altre due aree individuate nella ricerca, vale a dire l'area dell'artigianato digitale (*making*) e quella del finanziamento/progettazione collettivi (*crowding*), oggi in forte crescita, sono quelle che sembrano portare con sé un potenziale di trasformazione più interessante. Esse costituiscono l'evoluzione digitale della cosiddetta economia della conoscenza. Vi includiamo le piattaforme che consentono l'incontro e la collaborazione tra progettisti (soprattutto nella moda e nel design, ma anche nelle forme più avanzate di ingegneria) che insieme concorrono alla

messa a punto di progetti innovativi, ma non sempre dei prodotti finiti destinati ai consumatori finali: in molti casi essi collaborano alla progettazione di nuovi materiali — spesso derivanti dal reimpiego di materiali usati —, di macchinari per la produzione, di tecnologie o di servizi.

L'artigianato digitale in particolare riguarda quelli che talvolta vengono definiti come designer-impresa, professionisti creativi che lavorano in proprio o in collaborazione con altri, curando tutto il processo, dalla progettazione alla produzione materiale vera e propria, fino alla distribuzione, spesso diretta e online; possiamo dire che l'artigianato digitale lega il proprio potenziale di sviluppo alle forme di progettazione collettiva che in gergo vengono chiamate *crowdsourcing*: professionisti portatori di competenze diverse che uniscono i loro sforzi per trovare il proprio posto sul mercato e conquistarsi, spesso andandoli a cercare uno per uno, investitori e clienti.

È per esempio il caso di wemake.cc, una piattaforma digitale che ha però anche una sede fisica, dove artigiani digitali, produttori di moda, piccole imprese locali, istituzioni educative possono collaborare per creare collezioni che chiunque può scaricare (sotto forma di cartamodelli) e personalizzare. Come si sostengono economicamente iniziative di questo tipo? Una delle caratteristiche più interessanti è che intorno a esse si raccolgono micro comunità di persone, che partecipano all'impresa dando il proprio contributo creativo, pre-ordinando i prodotti proposti nella collezione, votando le proposte considerate migliori e condizionando così il successo di un designer o di una collezione (wowcracy.com), finanziando con piccole cifre i progetti più interessanti, sotto forma di investimento da cui ci si aspetta un ritorno economico, o anche nell'ottica del mecenatismo.

Dal punto di vista del modello sociale che tali attività inaugurano, diversi sono gli elementi innovativi, anche se l'ottimismo enfatico con cui esse oggi vengono spesso valutate è quanto meno prematuro. Certamente sembrano essere strumenti al servizio di un sistema industriale più sostenibile, dove le filiere sono accorciate, e molti passaggi resi più flessibili. Soprattutto, appare più lineare e trasparente il rapporto tra produttori e consumatori, che hanno trovato canali per rapporti più personalizzati. In un contesto come quello italiano, tali attività potrebbero coniugare il patrimonio culturale derivante da un sistema diffuso di piccole e medie imprese con le potenzialità di connessione e di superamento delle barriere fisiche e geografiche fornite dal web.

Il rischio, che negli Usa si sta già parzialmente presentando, è che esse si trasformino in strumenti di deregolazione e di concentrazione del potere nelle mani di pochi soggetti, detentori di ingenti risorse,

perdendo così il potenziale più interessante di luoghi in cui dare nuova vita a un tessuto di relazioni dense e capaci di costruire socialità tra soggetti esclusi o tenuti ai margini dal mondo economico.

«Hacker civili» a San Francisco

La casa-laboratorio a un dollaro per tutti

da San Francisco VIVIANA DEVOTO

All'ingresso un pianoforte, con un cartello: «La rivoluzione è gratis». Chiunque passa può fermarsi, i cancelli sono sempre aperti. Il movimento «Freespace» ha chiuso il contratto d'affitto per un dollaro. I proprietari del palazzo su Market Street, nel nuovo cuore urbano di San Francisco, non riuscivano ad affittare lo spazio e hanno ceduto al progetto: creare un luogo che fosse gratis e aperto, destinato a rivalutare il quartiere. Nessuna connotazione



politica, nessun target di età («No ego, no logo», è la regola). Gli organizzatori si definiscono «hacker civili», in grado di entrare in un sistema e scombinarlo, educatamente. Quelli che organizzano le attività sono volontari: vengono da grandi compagnie high tech, oppure sono artisti (nella foto: lo street artist Zio Ziegler), studenti o disoccupati (i programmi per i senzatetto sono tra i più popolari).

Quando sono entrati, per la prima volta, i ragazzi di «Freespace», hanno trovato un enorme magazzino impolverato e malridotto. A lavorare e a risistemare sono arrivati in tanti. Le pareti sono diventate graffiti, le erbacce in cortile hanno lasciato spazio a un giardino. C'è chi ha donato denaro (fondi sono arrivati da diverse aziende, come Spotify, ma persino il municipio di San Francisco ha contribuito), chi ha regalato mobili usati, stoviglie, piatti e bicchieri. Qui solo *silent party*, ossia, persone che ascoltano la stessa canzone con le cuffie e ballano. L'alcol non è consentito. Il calendario è fatto di classi aperte: pittura, giardinaggio, cucina, marketing. «C'è chi va in giro con soggezione, a chiedere se può dipingere un muro, insegnare in una classe, o avviare un progetto», racconta la cofondatrice Ilana Lipsett. Ogni tanto qualcuno si affaccia dalla strada e chiede: «Cos'è questo posto?». «La mia risposta preferita è: cosa vorresti che fosse?», dice Mike Zuckerman, noto come «l'altro Zuck», con un passato da Yahoo!. «Quando abbiamo iniziato pensavano che volessimo costruire un luogo per fare festa, o il caos. Gli hacker godono di una cattiva fama: invece ci sono persone pronte a una rivoluzione che faccia bene alle nostre città».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Fenomeni Il concetto di «sharing» dilaga e investe il nostro stile di vita. Ma negli Usa già si manifesta una concentrazione di risorse in pochi soggetti che snatura l'idea originaria

i

Le autrici

Emanuela Mora è docente di Sociologia della cultura nella facoltà di Scienze politiche e sociali all'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano. Silvia Mazzucotelli Salice è assegnista di ricerca nella stessa facoltà

La ricerca

L'articolo anticipa i primi risultati della ricerca «Pratiche sostenibili di vita quotidiana nel contesto della crisi», il primo studio italiano sull'economia della condivisione. Finanziata dal ministero dell'Istruzione e diretta dal centro ModaCult dell'Università Cattolica di Milano, la ricerca coinvolge anche le Università degli studi di Milano, Bologna, Trieste, Molise, Roma «La Sapienza» e Napoli «Federico II». Per info www.unicatt.it/modacult

Antropologia Le teorie di Mauss sono suggestive ma obsolete

Il cavallo di Troia svela che il dono non è (sempre) un beneficio

di MATTEO ARIA e ADRIANO FAVOLE

Immaginate di ricevere un regalo da una persona che conoscete a malapena. È il vostro compleanno e, complice Facebook che spiffera tutto a tutti, quella persona vi porta in regalo un'ottima marmellata autoprodotta di piccoli frutti raccolti nel bosco. Che fate? Avete davanti un paio di possibilità: potete per esempio rifiutare il dono, perché quella persona non vi va a genio. Si tratta di un gesto forte, che tronca la relazione e certo non vi renderà amici. La seconda possibilità è accettare il dono con un sorriso, invitare il vostro nuovo amico a bere un bicchiere e, alla prima occasione, ridonare a vostra volta.

Sono passati novant'anni da quando Marcel Mauss, antropologo francese nipote del più famoso Émile Durkheim, scrisse un libro che rappresenta una pietra miliare degli studi antropologici, il *Saggio sul dono* (Einaudi, 2002, edizione originale 1923-24). Mauss scoprì che numerose società studiate dagli antropologi all'inizio del Novecento scambiavano per lo più beni e servizi attraverso la logica del «dono», quella forza che crea il legame sociale e che ci fa sentire obbligati (pur essendo in teoria liberi di non farlo) a dare, ricevere e ricambiare. Se l'essere umano agisse solo per interesse egoistico, pensava Mauss, non si spiegherebbe perché, ricevendo un dono, ci sentiamo obbligati a ricambiare o comunque ci sentiamo vincolati da un debito. Il dono era la migliore risposta all'interrogativo che Durkheim aveva posto ai suoi allievi sull'origine della solidarietà sociale. Mauss riteneva che, purtroppo, la logica del dono svolgesse ormai un ruolo residuale in Occidente.



In realtà, gli studi compiuti a partire dagli anni Ottanta del secolo scorso, soprattutto nell'ambito di un gruppo di ricerca francese che si è auto-definito con la sigla Mauss (Movimento anti-utilitarista nelle scienze sociali), hanno mostrato viceversa la grande rilevanza del dono nelle società e nelle economie contemporanee (Jacques Godbout, *Lo spirito del dono*, Bollati Boringhieri, 2002). Dal volontariato al dono del sangue; dai servizi alla persona in

famiglia che integrano o suppliscono uno Stato sociale sempre più in crisi ai legami di amicizia e vicinato; dal mecenatismo alle varie forme di solidarietà sociale: sono molteplici i fenomeni riconducibili alla logica del dono piuttosto che a quella del mercato (o dello Stato).

A novant'anni, tuttavia, il «dono» di Mauss comincia a dare segni di invecchiamento. In primo luogo, esso non ritaglia necessariamente un'area di buoni sentimenti. Il cavallo di Troia, la mela di Eva, il vaso di Pandora ci ricordano che il dono può essere un'esca avvelenata. Molto più prosaicamente, le mazzette, i favoritismi, il clientelismo mettono in luce gli aspetti ambivalenti del dono. Il dono esagerato, il dono che non si può ricambiare crea gerarchie. Come diceva George Bataille, lo spreco, l'ostentazione, la *dépense*, il *noblesse oblige* sono spesso l'estrema affermazione del sé. C'è poi, da Mauss in avanti, uno snodo teorico irrisolto: il dono crea relazioni attraverso lo scambio, è un motore che lavora su tre livelli (dare, ricevere, ricambiare). Parlare di dono come pura spontaneità e gratuità, di «dono senza contraccambio» (come fa Enzo Bianchi nel suo ultimo libro, *Dono e perdono*, edito da Einaudi) è maussianamente un nonsenso.

Per ovviare a queste aporie teoriche, ma soprattutto per dar conto di quelle piegature di realtà che sfuggono alla presa del dono, è opportuno, a nostro parere, introdurre il concetto di «condivisione». Qualche esempio ci è di aiuto. Il tavolo della cucina su cui mangiamo insieme ai nostri figli o compagni di vita non è un dono, è uno spazio di condivisione. Il frigorifero racchiude cibi che vengono condivisi, non donati ai figli (i quali infatti, generalmente, non dicono «grazie» a ogni portata!). Come osserva Russell Belk, uno studioso americano di consumi che è stato tra i primi a proporre la distinzione teorica tra dono e condivisione (*Sharing*, pubblicato nel 2010 sul «Journal of Consumer Research»), il fenomeno prototipico della condivisione è la maternità. Due esseri umani condividono per vari mesi lo stesso corpo.

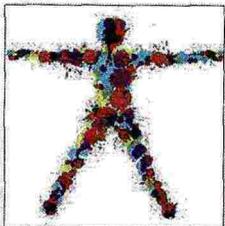
La condivisione ha a che fare con tutte quelle situazioni in cui vi è un «io» diffuso, con quel senso di compartecipazione

che crea un «noi». Un'intera famiglia di termini in italiano, la famiglia del «con-» (convivere, convivialità, consenso...), rientra in questa prospettiva. La condivisione è il «fare insieme», l'agire insieme, il convivere in cui ci si svincola (anche solo temporalmente) dal possesso e dalla gerarchia. Una festa, un pellegrinaggio, molti riti aprono spazi di condivisione in cui non necessariamente opera la logica del dono. Possiamo forse ipotizzare, a rettifica delle proposte di Jacques Godbout e di Alain Caillé (*Anthropologie du don*, Desclée de Brouwer, 2000) che famiglia e parentela non siano aree esclusive del dono, ma anche della condivisione. La condivisione insomma non è un dono!

Condivisione, dono, scambio di mercato definiscono allora tre diverse modalità dell'interazione umana, anche se, a ben vedere, molti fenomeni occupano un'area di confine e di soglia tra essi. La condivisione, viene però da chiedersi, ci lega in modo nostalgico alla piccola comunità? È un concetto «buono» da pensare solo per la famiglia, la parentela, il vicinato? È destinata a scomparire nei grandi numeri che caratterizzano la società globale? Intanto è utile distinguere tra beni pubblici e beni condivisi. I primi rappresentano una sorta di cornice, di garanzia per le pratiche di condivisione. Un bosco demaniale è un bene collettivo, ma diventa un bene condiviso solo se andiamo a farci una passeggiata. Una piazza è un bene pubblico, ma diventa condiviso nel corso di una manifestazione. Una costituzione, una buona legge elettorale sono beni comuni che diventano «democrazia condivisa» quando si moltiplicano le occasioni e gli spazi di discussione, confronto e deliberazione. La condivisione è inevitabilmente legata a gruppi ristretti, ma si tratta di una esperienza che può essere incrementata e può diffondersi in mille rivoli. Si possono creare comunità di condivisione in famiglia, ma anche sul luogo di lavoro; nelle attività di volontariato come negli spazi del tempo liberato per lo sport e il gioco. Facendo il verso a Lev Trotsky, potremmo forse osservare che i tempi di crisi che viviamo sono forse propizi per lanciare l'idea di una «condivisione permanente».

Dialoghi sull'uomo

Al festival di Pistoia tre giornate sui «beni comuni»



Condividere: è una parola che non riguarda soltanto le foto sui social, ma descrive una tendenza con ampie implicazioni antropologiche, sociali, culturali ed economiche, che si applica ormai pressoché in ogni ambito. E «Condividere il mondo. Per un'ecologia dei beni comuni», è l'argomento dei «Dialoghi sull'uomo», il festival di antropologia

contemporanea ideato e diretto da Giulia Cogoli, a Pistoia dal 23 al 25 maggio con incontri, letture e spettacoli sui diversi aspetti dello *sharing* (programma sul sito www.dialoghisulluomo.it). Per cominciare, venerdì 23 maggio Stefano Rodotà aprirà sulla nozione di «bene comune» (ad esempio l'acqua, o la conoscenza), Luca Scarlini illustrerà la declinazione femminile della «condivisione» civile, politica, pedagogica, che va da Maria Montessori a Teresa Noce, mentre in serata Lella Costa leggerà brani da *Il pranzo di Babette* della Blixen. Sabato 24, voce alle neuroscienze con Enrico Allava su «Competizione e cooperazione nel regno animale», e ai temi antropologici con Adriano Favole sulla differenza tra dono e *sharing*, con

Marco Aime sulla (troppa) condivisione in famiglia, mentre Mauro Agnoletti si occuperà di globalizzazione ambientale, e Ugo Mattei di leggi sui beni comuni. Si parlerà di *sharing* nella cultura con Gustavo Zagrebelsky, e di *sharing* come cultura (del limite e del non spreco) con Serge Latouche. Domenica 25 la lectio di Luca Seriani sulla lingua italiana nata da condivisioni

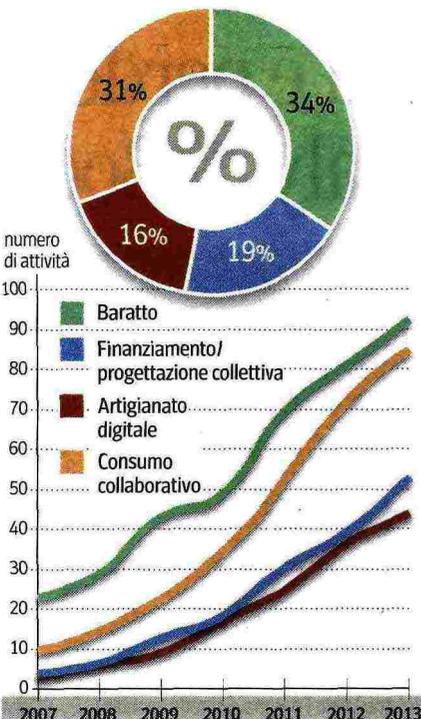
e contaminazioni, e poi Alain Caillé sul concetto di «con-vivere» e Derrick de Kerckhove sulla condivisione ma anche l'appropriazione dei dati in Rete. Inoltre concerti e proiezioni. Chiuderà, tra conferenza e recital musicale, Roberto Vecchioni.

Ida Bozzi

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il censimento

Come si suddividono per settori e come sono aumentate nel tempo le 270 attività italiane di economia della condivisione censite nello studio del centro di ricerca ModaCult dell'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano



Gianni Motti (Sondrio, 1958), *Money box* (installazione, particolare), dal catalogo (Editions R-Diffusion) della mostra dedicata all'artista nel 2009 al Centre d'art contemporaine «La Ferme du Buisson», Noisiel, Marne-la-Vallée, Parigi