

L'economia della condivisione tra retoriche, ambiguità e lati oscuri. Riflessioni a partire dal caso Airbnb

Luca Raffini

RPS

Il concetto di economia della condivisione (sharing economy) ha avuto una rapida diffusione, in ambito scientifico e nel mondo dell'attivismo civico, diventando presto un concetto passe-partout cui ci si riferisce per indicare una eterogeneità di pratiche, accomunate dal principio della orizzontalità, della condivisione, dell'utilizzo dei media digitali. Obiettivo del contributo è indagare criticamente il concetto, decostruendone ambiguità e retoriche. Si indagherà, in particolare, il caso di Airbnb, una piattaforma nata per favorire il libero scambio di appartamenti e camere tra privati che ha rivoluzionato il mercato

degli affitti a breve periodo e ha generato benefici per piccoli proprietari e clienti, ma ha anche favorito la creazione di un mercato deregolamentato dell'affitto e creato una condizione di oligopolio. Si farà riferimento, nello specifico, al caso di Barcellona, in cui ha preso forma un contenzioso tra i gestori della piattaforma e l'amministrazione, che vede in Airbnb uno strumento che alimenta ulteriormente il processo di espulsione degli abitanti dalla città a favore dei turisti, rendendo più vantaggioso l'affitto di breve periodo rispetto a quello a medio e lungo termine, contribuendo, quindi, al processo di gentrification.

1. Introduzione

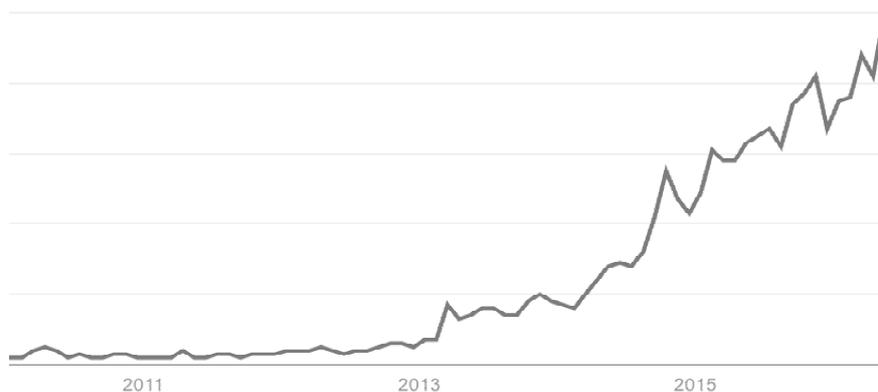
Il concetto di economia della condivisione (*sharing economy*) ha avuto una diffusione esponenziale a partire dal 2013-2014¹. Un indicatore

¹ Il volume di affari dell'economia collaborativa ammonta, secondo la «Harvard Business Review» (Cannon e Summers, 2014) inserire in bibliografia a 110 miliardi di dollari. La Commissione europea stima un tasso di crescita annuo del settore pari al 25% (European Commission, 2013). Il valore di Uber e Airbnb è stimato, rispettivamente, in 40 e 20 milioni di sterline (Matofska, 2015). Secondo il report di Visioncritic (Owyang e al., 2014) l'economia collaborativa coinvolge in maniera regolare all'incirca un quarto dei cittadini in Usa e in Uk. La metà dei soggetti coinvolti avrebbe meno di 34 anni.

sintetico di come il concetto sia rapidamente diventato di moda è dato da Google Trend, l'applicazione che visualizza graficamente quanto un termine è ricercato in rete (figura 1).

Il carattere di assoluta novità del fenomeno è direttamente proporzionale all'indeterminatezza dei concetti usati per descriverlo, all'eterogeneità delle pratiche che vi si fanno rientrare, allo scarso consolidamento della ricerca scientifica in materia.

Figura 1 - La diffusione del termine *sharing economy* in Google



Fonte: Google Trends (ricerca effettuata il 6 maggio 2016). Cfr. Phipps, 2015.

Il concetto di economia della condivisione evoca pratiche che configurano un ambito economico alternativo a quello di mercato, che promuove forme di consumo collaborativo, di riutilizzo e di scambio, contrastando la mercificazione e la monetizzazione delle relazioni. Vi si guarda come una sfera di azione che, conciliando virtuosamente benefici individuali e benefici collettivi, si colloca in un orizzonte di sostenibilità economica, sociale e ambientale. È un paradigma che pone al centro l'ambito delle relazioni sociali ed economiche tessute da individui pubblicamente connessi (Rainie e Welmann, 2013) posti in rapporto diretto tra loro. Un paradigma che sfida una concezione della società fondata su individui-consumatori isolati, e che enfatizza il ruolo determinante svolto dalla rete e dai media digitali nel rendere possibile lo sviluppo di pratiche di socialità e azioni economiche in-

novative. Il concetto di *sharing economy* è meglio compreso se collocato in una galassia concettuale più ampia, in cui rientrano i concetti di *smart city* e di imprenditoria sociale (Borzaga e Fazi, 2011). Il concetto ombrello che racchiude questa galassia è quello di *social innovation* (Murray e al., 2010; Fondazione Unipolis, 2015). L'esplorazione di questi concetti e delle pratiche che descrivono ci porta a individuare parziali aree di sovrapposizione con le teorie e le pratiche relative ai «beni comuni», alla «resilienza» e alla decrescita (D'Alisa e al., 2015).

I caratteri di novità (e di moda), la rapida evoluzione del fenomeno, la sua parziale sovrapposizione con una serie di altri fenomeni, altrettanto inediti, il carattere militante ed entusiasta di molti dei contributi teorici ed empirici sul tema spiegano solo in parte la vaghezza del concetto di *sharing economy*, che finisce per comprendere pratiche economiche in senso stretto e pratiche economiche in senso lasco, progetti non profit e profit, animate da cittadini in rete o promossi e gestiti da organizzazioni sociali ed economiche. Un altro, ineliminabile, elemento di complessificazione è dato dal fatto che alla base di molte delle pratiche che compongono la galassia dell'innovazione sociale, e quindi dell'economia della condivisione, vi è un'ibridazione di codici e forme di azione, che mischia e reinventa significati e modalità dell'agire economico, dell'agire sociale, dell'agire politico (Raffini, 2015)². Ciò detto, il limite di fondo in cui incorrono molti contributi, a nostro parere, è proprio quello di non indagare in profondità contenuti, obiettivi, significati che caratterizzano le pratiche, soffermandosi sulle forme. Rischiando, in questo modo, di considerare automaticamente esempi di innovazione sociale pratiche di innovazione tecnologica. O di considerare forme di economia collaborativa, pratiche che si fondano su modelli organizzativi estremamente innovativi, e talvolta *disruptive* (Bower e Christensen, 1995; Guttentag, 2015) rispetto ai mo-

² Uno degli effetti dei processi di ibridazione e di de-differenziazione è lo sviluppo di «ibridi organizzativi», che fondono tratti dell'organizzazione non profit e dell'organizzazione di tipo imprenditoriale. Le organizzazioni non profit tendono a imprenditorializzarsi, per realizzare in maniera più efficace i loro scopi. Specularmente, un'azienda innovativa che sviluppa le sue attività in rete difficilmente non introdurrà strumenti di coinvolgimento attivo degli utenti e non valorizzerà forme di attivazione dal basso; non per motivi necessariamente filantropici ma perché interattività, coinvolgimento dal basso, condivisione, sono elementi chiave dell'imprenditorialità in rete. L'impresa sociale è l'ibrido organizzativo per eccellenza.

delli tradizionali, ma che, a ben vedere, non si pongono l'obiettivo di affermare un modello economico alternativo (ad esempio un'economia fondata sulla solidarietà, o più etica), ma di realizzare il profitto in forma innovativa. Il risultato è che si finisce per definire *sharing economy* tutte le pratiche che condividono, genericamente, alcuni elementi di fondo: l'utilizzo dei media digitali, la disintermediazione e l'orizzontalità, ma che non necessariamente praticano la condivisione e lo scambio come principio di riferimento alternativo alla massimizzazione del profitto e dell'interesse individuale e, magari, sviluppano strategie di accumulazione del profitto proprio fondate sulla mobilitazione delle suddette dinamiche. Ciò porta a includere nel paradigma dell'economia della condivisione pratiche che – a un'analisi appena più attenta – si rivelano «business as usual» (Phipps, 2015), o forme di «pseudo-sharing» (Belk, 2014a) e che, adottando una prospettiva ancor più critica, rappresentano il «lato oscuro» della *sharing economy* (Rampell, 2015). Questo si profilerebbe dal momento che il mito dell'economia della condivisione nasconderebbe forme di deregolamentazione della produzione materiale e cognitiva, di appropriazione privata di prodotti collettivi (si pensi ai contenuti prodotti e condivisi in rete dagli utenti e utilizzati per fini privati dai proprietari delle piattaforme) e, infine, vere e proprie forme di sfruttamento.

A partire da queste premesse, l'articolo sviluppa un'analisi critica del concetto di *sharing economy*, finalizzata a decostruirne ambiguità e retoriche, a rompere la superficiale sovrapposizione tra forme e contenuti dei processi indagati e a distinguere, quindi, il regno dell'economia della condivisione da una serie di azioni che rappresentano pratiche economiche monetarie, finalizzate al profitto, altamente innovative. Nel primo paragrafo si indaga il concetto di economia della condivisione, contestualizzandolo nella più ampia teoria dell'innovazione sociale. Il secondo paragrafo ricostruisce la pluralità di esperienze e di pratiche che sono usualmente ricondotte al paradigma della *sharing economy* e individua una possibile linea di demarcazione tra l'economia della condivisione intesa come modello alternativo all'economia fondata sul profitto ed economia della condivisione quale nuovo strumento di profitto. Nel terzo paragrafo si indaga criticamente l'esperienza di *Airbnb*, individuandone rischi e opportunità, e analizzando le risposte differenziate elaborate dalle grandi città per gestire i possibili effetti negativi della deregolamentazione connessi all'affermazione di questa nuova forma di allocazione degli alloggi privati. Nel

quarto paragrafo si approfondisce l'esperienza di Barcellona, in cui ha preso forma un contenzioso tra i gestori della piattaforma e l'amministrazione, che vede in *Airbnb* uno strumento che alimenta ulteriormente il processo di espulsione degli abitanti dalla città a favore dei turisti, rendendo più vantaggioso l'affitto degli appartamenti di breve periodo rispetto a quello di medio e lungo periodo.

2. L'economia della condivisione: sviluppo e significati di un concetto di moda

L'economia della condivisione può essere definita lo scambio e la condivisione, in forma orizzontale, di beni materiali e immateriali e servizi, tra individui, al di fuori dei mediatori tradizionali. Al concetto di economia della condivisione altri autori ritengono preferibile quelli di economia collaborativa (Kostakis e Bauwens, 2014) e di economia dell'accesso (Rifkin, 2001), in quanto meno esposti ad ambiguità e indeterminazione. Il primo pone l'enfasi sulla dimensione collaborativa dello scambio, che in questo tipo di interazione sostituirebbe il comportamento egoistico praticato dagli individui negli scambi economici tradizionali. L'economia collaborativa è costruita sulla base dell'attivazione di reti disperse formate da individui e comunità connesse, piuttosto che regolata da istituzioni centralizzate (Botsman, 2013). Il concetto di economia dell'accesso sottolinea il passaggio da una economia basata sul possesso a una economia basata sull'accesso a un determinato bene o servizio (Botsman e Rogers, 2010; Kim e al., 2015), mediante forme di scambio e baratto, prestito, condivisione, oltre che a seguito dell'avvenuto riconoscimento come bene comune.

A questo nuovo tipo di relazione economica si attribuisce una serie di virtù, di tipo sociale, civico, culturale, economico, ma anche ambientale (Zvolska, 2015). Lo scambio e la condivisione, infatti, non solo permettono l'accesso al bene o al servizio a chi, in un'economia fondata sul possesso, ne è escluso, ma favoriscono «la diffusione di pratiche dirette a sfruttare al meglio la funzionalità di beni che hanno una capacità in eccesso rispetto all'uso individuale», creando per questa via anche nuove opportunità di mercato e quindi lavorative (Fondazione Unipolis, 2015, p. 18). La sostenibilità ambientale deriva dall'inversione del modello economico consumista, che porta, per esempio, ogni famiglia a possedere oggetti destinati a essere utilizzati poche volte in

un anno, mentre potrebbe dividerne uno con i vicini. Questa virtù della *sharing economy* risulta evidente se pensiamo alle piattaforme di *car sharing* o a strumenti come *BlaBlaCar*, che riducono il numero di auto in circolazione e l'inquinamento connesso, oltre a rendere migliore la qualità dell'aria e della vita urbana.

Botsman e Rogers (2010) identificano quattro principi chiave che definiscono l'economia collaborativa: la fiducia tra estranei, l'ottimizzazione delle risorse, il valore dei *commons*, la massa critica. Il consumo collaborativo (Hamari e al., 2015), una delle massime espressioni dell'economia collaborativa, rende possibile un accesso condiviso e un modello di distribuzione efficiente di redistribuzione, e si fonda sull'adozione di stili di vita collaborativi. Ma il consumo collaborativo non è che uno dei cinque pilastri su cui si poggia l'economia collaborativa, insieme alla produzione collaborativa (si pensi alle esperienze di *coworking*), all'apprendimento collaborativo (ad esempio la *peer education*), alla finanza collaborativa (il *crowdfunding*) e alla governance collaborativa (ad esempio le pratiche partecipative e di gestione dei beni comuni) (Botsman e Rogers, 2010; Fondazione Unipolis, 2015, p. 16). È indubbio che i media digitali – in particolare con l'avvento del web 2.0 e dei dispositivi mobili – abbiano un ruolo centrale nella diffusione dell'economia della condivisione/economia cooperativa, permettendo l'incontro, la socializzazione, la progettualità comune e lo scambio di idee, prodotti e servizi, tra individui che vivono a distanza. I media digitali hanno abbattuto i costi e ampliato le possibilità di incontro, di scambio, di condivisione e di co-progettazione. Basti pensare al movimento *open-source* o a progetti collettivi come *Wikipedia*, fondati sulla produzione collettiva di contenuti, sulla base di un meccanismo di revisione incrociata pubblica e di reputazione. Il web 2.0 amplia le funzionalità interattive e le potenzialità partecipative dei media digitali, promuovendo la disintermediazione e incrementando gli strumenti a disposizione degli utenti per produrre e scambiare contenuti, secondo il modello *peer-to-peer* (P2P)³. Nell'ambito della letteratura sul-

³ Il meccanismo del P2P è base dei programmi di condivisione di file audio e video tra utenti, in programmi pionieri come Napster, la cui diffusione ha determinato un vivace dibattito, che si è concluso con la messa al bando dei programmi che utilizzavano queste tecnologie in forma illegale, ma contribuendo a trasformare, negli anni successivi, l'accesso e lo scambio dei prodotti culturali. A ben vedere, oggi il principio del P2P e dell'*user generated content* sono presenti in ogni tipo di attività in rete. Dallo scambio di recensioni su ristoranti e alberghi

l'economia cooperativa è stato nondimeno sottolineato che se l'ambiente digitale è quello in cui maggiormente si è diffusa la pratica della condivisione, assai diverso è il significato che dobbiamo attribuire al concetto stesso di condivisione, rispetto a pratiche che prevedono lo scambio di beni e servizi tangibili. In queste, l'attività di scambio, o di prestito, implica che chi ne è in possesso se ne privi, definitivamente o temporalmente. Al contrario, nella pratica della condivisione online che ha come oggetto file musicali, video, libri, non ci si priva dell'oggetto che si scambia, ma si pratica un gioco a somma positiva: nello scambio non perdo, seppur temporaneamente, l'utilizzo del bene (Tomalty, 2014; Zvolska, 2015). L'atto dello scambio perde, in questo caso, il suo carattere di dono (Giesler, 2006), poiché può essere moltiplicato all'infinito senza richiedere alcun sacrificio personale, al punto che è difficile individuarvi le prove di uno spiccato orientamento alla comunità (Wittell, 2011).

Insieme a una molteplicità di piattaforme che si fondano su una morfologia pienamente decentralizzata e *peer-to-peer* (Rodrigues e Druschel, 2010), si sono infine diffuse piattaforme che si fondano su una più tradizionale interazione tra produttore/distributore di beni, prodotti o servizi e utenti, ma che utilizzano le funzionalità dei media digitali e i meccanismi orizzontali di condivisione per rivoluzionare le modalità di attuazione del servizio. In questo caso al meccanismo P2P si sostituisce un meccanismo B2P (*business-to-peer*), che, non di meno, valorizza il ruolo attivo degli utenti, sviluppando forme di *social commerce* (Wang e Zhang, 2012, p. 2).

Sarebbe impossibile, oggi, pensare all'esistenza di piattaforme, utilizzate quotidianamente da milioni di cittadini, come *Uber*, *Airbnb*, *Freecycle* o *BlaBlaCar*, al di fuori della tecnologia che ha originariamente faci-

su *TripAdvisor*, fondata sul meccanismo reputazionale (mi formo un giudizio su un'attività commerciale valutando non solo la quantità di commenti positivi o negativi ricevuti ma anche l'attendibilità di chi li formula, a seconda, per esempio, del numero di recensioni realizzate), alla condivisione di informazioni in tempo reale sul traffico (con applicazioni come *Waze*), fino alla segnalazione di una buca al Comune (con l'App Comuni-chiamo) o all'individuazione dell'autoveicolo più vicino del servizio di *car sharing* a cui si è iscritti, i media digitali rappresentano il principale *hub* di pratiche di economia cooperativa, e, in generale, di progetti fondati sul principio della condivisione. I *social media* si fondano, in maniera costitutiva, sul principio della condivisione di contenuti prodotti dagli utenti.

RPS

Luca Raffini

litato l'interazione (Phipps, 2015). Proprio questa «affinità elettiva» tra media digitali e azione connettiva (Raffini, 2014), spinge a individuare nel web 2.0 l'ambito di sviluppo di una «nuova era della condivisione» (Belk, 2014b). Se i media digitali offrono gli strumenti imprescindibili per lo sviluppo dell'economia cooperativa, alla base della sua affermazione possiamo individuare anche la diffusione di approcci e sensibilità diverse dei cittadini rispetto alla produzione e al consumo, in risposta alla crisi economica, ecologica, sociale e demografica (PwC, 2015). Le ricerche effettuate concordano nel porre al vertice delle motivazioni dei partecipanti la variabile economica, seguita dall'attenzione alla sostenibilità e alla socializzazione (Chang, 2014; Schor e Fitzmaurice, 2014).

Ma come si combinano tra loro, nelle diverse esperienze di *sharing economy*, queste motivazioni? In una piattaforma come *Freecycle*, che «promuove il regalo di tutto quello che può essere riutilizzato e riciclato» (www.freecycle.it), le tre dimensioni sembrano saldarsi perfettamente, nella promozione di un modello economico e sociale alternativo a quello consumista, fondato su scambi di tipo altruistico e orientati al bene comune, aventi oggetto la valorizzazione di risorse o beni sotto-utilizzati e non la logica del profitto (Phipps, 2015). Ma altrettanto si può dire di *Uber* o di *Airbnb*? Parliamo di due piattaforme che sono spesso prese a modello della *sharing economy*⁴, ma che non sembrano rientrare pienamente nel paradigma dell'innovazione sociale, concetto che definisce «l'insieme delle nuove pratiche e modelli che rispondono alle sfide sociali innovando le relazioni e forme di collaborazione» (Fondazione Unipolis, 2015), introducendo «attività e servizi innovativi nati con l'obiettivo di rispondere a bisogni sociali e che sono in prevalenza diffusi da organizzazioni il cui scopo primario è sociale» (Murray e al., 2010). Sul piano della loro collocazione nella galassia dell'economia dello scambio, giocherebbe il fatto che l'utilizzo di questi servizi, oltre ad abbassare i costi sostenuti dai singoli fruitori, permette la riduzione dei costi ambientali del trasporto privato e delle strutture ricettive tradizionali, favorendo il pieno utilizzo di risorse già disponibili. Ma *Uber* non è una piattaforma di scambio gratuito di passaggi. Opera, viceversa, più come un innovativo servizio taxi, e *Airbnb*

⁴ *Time*, nel 2011, ha inserito «Sharing» nelle «10 Ideas That Will Change the World», citando come esempio piattaforme orientate al profitto, come *Netflix*, *Zipcar* e *Airbnb*.

non funziona come *CouchSurfing*, e solo in alcuni casi ha come oggetto la condivisione di una camera all'interno di un appartamento abitato dal proprietario, spesso invece offre un più convenzionale meccanismo di intermediazione tra affittacamere e utenti.

3. Un concetto. Una pluralità di pratiche

Tra i primi esempi di economia collaborativa, nati quando il web 2.0 era ancora lontano da venire, possiamo citare *eBay*, una piattaforma di vendita online di prodotti tra privati, mediante il sistema dell'asta. Si tratta di una piattaforma che favorisce lo scambio e il riuso, ma che adotta un approccio esplicitamente profit, al contrario di *Wikipedia*, altra esperienza pioniera di condivisione, nata nel 2001. Negli stessi anni nascono piattaforme come *CouchSurfing* (nel 1999, per lo scambio gratuito di ospitalità) e *ZipCars* (servizio di *Car sharing* a pagamento, nato nel 2000 e acquistato da *Avis* nel 2013).

Oggi esistono piattaforme di condivisione in settori differenziati (per una rassegna esaustiva cfr. Owyang e al., 2014). Dai più tradizionali servizi di vendita P2P di oggetti usati (*eBay*) o artigianali (*Etsy*), ai servizi di affitto e noleggio (*Rent The Runway*) e di prestito (*Pley*) o in cui si regalano oggetti non utilizzati (*Freecycle*), alle piattaforme dedicate ai servizi professionali. Tra queste, si segnalano piattaforme come *CrowdSpring*, il cui scopo è promuovere l'incontro tra domanda e offerta nell'erogazione di servizi creativi (per esempio, la realizzazione di un logo), o *Taskrabbit*, che permette agli utenti di rendersi disponibili per effettuare «lavoretti», come dipingere una staccionata, fare la spesa, sistemare il giardino. Piattaforme come *LiquidSpace* consentono di cercare in rete spazi, anche condivisi, in cui realizzare il proprio ufficio; allo stesso modo in cui *Airbnb* è utilizzato per affittare una stanza o un appartamento. *Crowdfunder* e *Lendingclub* servono per realizzare attività di *crowdfunding* o per ottenere un prestito. *Uber* per cercare un servizio di accompagnamento da autisti privati, *Car2Go* per partecipare al *carsharing*, *BlaBlaCar* per condividere singoli viaggi e risparmiare così sui costi (e inquinare meno).

All'interno di questa – non esaustiva – lista, troviamo piattaforme senza scopo di lucro (*CouchSurfing*, *Freecycle*), in cui vi è una transazione economica, ma parziale (*BlaBlaCar*), e servizi prettamente profit (*Uber*, *Airbnb*, le piattaforme di *Car sharing*, ecc). Possiamo inoltre distinguere

RPS

Luca Raffini

RPS

L'ECONOMIA DELLA CONDIVISIONE TRA RETORICHE, AMBIGUITÀ E LATI OSCURI

le piattaforme tra *peer-to-peer* e *business-to-peer* (Schor e Fitzmaurice, 2014). Le banche del tempo, *Freecycle*, *CouchSurfing*, sono esempi di piattaforme P2P e non profit. Le piattaforme fondate sulla reciprocità possono essere considerate varianti di quelle non profit. È il caso, ad esempio, di *Globalk Freeloaders* che, a differenza di *CouchSurfing*, prevede uno scambio diretto di appartamento tra due utenti, mentre *Home Exchange* è for profit. *Airbnb* e *Uber* sono esempi di piattaforme in cui il meccanismo P2P si associa a un orientamento profit. Nel caso delle piattaforme di *carsharing*, invece, vi è un meccanismo B2P e un orientamento profit. Il tipo non profit con modello B2P si ha nel caso delle piattaforme di condivisione gratuite, gestite da una organizzazione centrale, che facilita le transazioni.

Rinunciare all'auto di proprietà per iscriversi ad un servizio di *carsharing*, vendere, scambiare, noleggiare e regalare oggetti, rivolgersi a piattaforme e applicazioni online per dare la propria disponibilità, e cercare chi può svolgere lavori domestici o di cura, usufruire di servizi di *coworking*. Ad accomunare questa serie di attività non è l'orientamento non profit, che abbiamo visto essere presente solo in alcune di queste pratiche. Non è il principio della reciprocità – anch'esso presente solo in pochi casi. Non è neanche la dinamica P2P, poiché molte piattaforme di condivisione si fondano su un meccanismo B2P. Solo in parte – e a nostro avviso, quasi per niente nelle esperienze più marcatamente profit e diffuse a livello di massa – è individuabile la presenza di un interesse particolare alla questione della sostenibilità sociale e ambientale. Ciò che rimane, come filo conduttore, è una propensione a bypassare le forme istituzionalizzate di intermediazione, a favore di dinamiche di connessione diretta tra individui, che trovano supporto nelle funzionalità offerte dai nuovi media. Un modo di rapportarsi agli altri che rivoluziona le forme di interazione, pur non comportando necessariamente che connessione pubblica e condivisione siano accompagnate da una maggiore attenzione alla dimensione della socialità o alla mobilitazione di una visione della società fondata su valori alternativi a quelli consumisti. La dimensione umana sottostante al rapporto di scambio di natura economica, sicuramente centrale in esperienze come *CouchSurfing* o *Freecycle*, si riduce in altre pratiche, fino a scomparire del tutto in quelle in cui l'interazione avviene in forma totalmente impersonale: quando acquisto un prodotto su *eBay*, prenoto una corsa su *Uber* o affitto una camera su *Airbnb*, i rapporti

che ho con la controparte non sono poi così diversi rispetto a quelli che ho con altri venditori, con il tassista o con l'affittacamere.

Fino a giungere a casi estremi, come il «meccanico turco» di Amazon. Si tratta di un servizio offerto da Amazon, dal 2005, e che deve il suo nome alla figura del giocatore di scacchi che si nascondeva dentro un finto macchinario, dando l'illusione che a compiere i movimenti fosse la macchina. *Mechanical Turk* è una piattaforma in cui si propone la realizzazione, dietro compenso, di mini-attività, di tipo digitale, ma ripetitive, che non richiedono particolare qualificazione e non possono però essere realizzate in maniera automatica, richiedendo l'intervento umano. Migliaia di *requester* propongono a centinaia di migliaia di *turker* attività come selezionare fotografie, taggare, ordinare elementi. I primi possono contare su un esercito di lavoratori, dislocato in tutto il mondo, mentre i secondi possono scegliere di lavorare quando, quanto e dove vogliono.

Formalmente associabile a concetti come *cloud computing*, *sharing*, *crowdsourcing*, solitamente associati a processi di intelligenza collettiva e a lavori di tipo cognitivo e creativo, di fatto il «meccanico turco» porta a compimento un processo di parcellizzazione delle mansioni lavorative e viene criticato come strumento che de-umanizza i rapporti di lavoro e alimenta alienazione, mercificazione e sfruttamento. Il «meccanico turco» rappresenta, probabilmente, uno degli esempi più controversi di *sharing economy*. Più in generale, i lati oscuri dell'economia della condivisione si generano quando l'equilibrio tra interesse individuale e interesse diffuso si sposta completamente sul primo, al punto che le pratiche sperimentate non solo non generano esternalità positive, ma generano esternalità negative, conducendo a pratiche predatorie (Quattrone e al., 2016). Un'altra possibile patologia, a ben vedere, diretta conseguenza di uno dei caratteri distintivi dell'economia della condivisione (il raggiungimento di massa critica), è il rischio della creazione di oligopoli. Che si tratti di un servizio di *carsharing* o di un servizio di scambio di appartamenti, di una banca del tempo o di un progetto di condivisione di attrezzi, la piattaforma funziona se raggiunge un alto numero di partecipanti, al punto da rendersi incompatibile con l'esistenza di un numero eccessivo di piattaforme che offrono ognuna un servizio limitato, o che si sovrappongono, avendo la stessa offerta, e di tendere, quindi, in maniera fisiologica all'oligopolio.

RPS

Luca Raffini

4. Il caso *Airbnb*, tra innovazione e deregolamentazione

Nata nel 2008, *Airbnb* ha avuto in pochi anni una crescita esponenziale. Si tratta di una piattaforma che offre la possibilità a tutti i possessori di appartamenti, o camere, di affittarli, postando un annuncio sul sito. Gli utenti hanno così a disposizione un'ampia offerta di alloggi, a tutti i prezzi, mentre i proprietari possono trarre profitto dalle loro proprietà, senza dovere sottoporsi a particolari adempimenti, e anche per brevi periodi (per esempio, se si utilizza la proprietà in determinati periodi dell'anno). *Airbnb*, al pari di *Uber*, trae i suoi profitti offrendo una piattaforma di intermediazione, trattenendo tra il 6 e il 12% della transazione all'utente e circa il 3% al padrone di casa. Entrambe le società, in virtù della loro capacità di assumere rapidamente il ruolo di oligopolisti nell'ambito del nuovo mercato, hanno altissimi profitti, se paragoniamo il volume di affari prodotto con il numero di dipendenti. *Uber*, nel 2014, aveva solo 550 dipendenti, ma gli utilizzatori del servizio potevano contare su 160 mila autisti. *Airbnb* ha 600 dipendenti, contro i 300.000 della sola catena Hilton, ma permette di scegliere tra un milione di camere in tutto il mondo, mentre due tra le principali catene di alberghi al mondo, *Intercontinental Group* e *Marriott*, non arrivano a 700 mila ognuna. Ma soprattutto, il valore stimato di *Airbnb*, a pochi anni dalla fondazione, ha superato ampiamente quello delle suddette catene. Il successo di *Airbnb* deriva dall'ampia disponibilità di camere e dalla varietà dell'offerta (si trovano alloggi eleganti e molto spartani), dalla dislocazione più diffusa rispetto all'offerta alberghiera tradizionale, dalla maggiore economicità. A incidere positivamente è però anche il meccanismo di fiducia che viene garantito attraverso una pluralità di strumenti (Guttentag, 2015: il sistema di pagamento, gli strumenti messi a disposizione per conoscere i padroni di casa, la garanzia di *Airbnb*, il servizio telefonico di assistenza, disponibile 24 ore, 7 giorni a settimana e, soprattutto, il sistema di valutazione e commenti da parte degli ospiti. Il meccanismo reputazionale, infatti, è di cruciale importanza per rendere possibili transazioni tra parti che non si conoscevano in precedenza (Lauterbach e al., 2009).

Airbnb, al pari di *Uber*⁵, ha indubbiamente apportato benefici ai pro-

⁵ *Uber* è una piattaforma che consente agli utenti di prenotare un servizio di noleggio con conducente, creando, di fatto, un mercato parallelo e concorrenziale

prietari di camere e appartamenti, che hanno trovato uno strumento immediato per ottenere profitto, riducendo i costi ed evitando gli adempimenti richiesti da altri canali, e agli utenti, che hanno beneficiato, nel breve e brevissimo periodo, di un aumento e di una diversificazione dell'offerta, nonché di una riduzione dei prezzi. Ma quale è l'impatto sociale ed economico nelle città? *Airbnb* determina esternalità positive, come affermano gli studi realizzati dalla stessa società? O esternalità negative, sul piano lavorativo, abitativo ed urbanistico? Coerentemente con la propria natura *disruptive*, *Airbnb* è oggetto di contestazione da parte degli albergatori, che ritengono che la piattaforma pratichi una concorrenza al ribasso, favorisca la deregolamentazione, aggiri le regole, in materia fiscale, di lavoro e di sicurezza, cui sottostanno alberghi e B&B, determinando un abbassamento del livello dei servizi e della qualità e della sicurezza sia dei lavoratori sia degli utenti. Più di recente, *Airbnb* è stata oggetto di attenzione da parte delle amministrazioni locali, che temono le conseguenze della diffusione del fenomeno sul piano dell'aumento degli affitti e l'allontanamento dei cittadini a favore dei turisti. In sintesi, ciò di cui si accusa *Airbnb* è di alimentare l'economia informale e di perseguire una strategia di profitto che, lungi dall'apportare benefici per il territorio, comporta esternalità negative, producendo benefici privati e costi sociali.

La prima città in cui è emerso un conflitto tra le istituzioni e i gestori della piattaforma è New York. Qui, il procuratore Schneiderman ha posto sotto indagine il sito, facendo richiesta ai responsabili di comunicare i dati relativi a chi affitta alloggi, stimando un tasso di violazio-

a quello dei taxi, il cui status giuridico diventa ancor più problematico quando, con *Uber Pop*, si introduce anche la possibilità di offrire il servizio a privati cittadini, provvisti della sola patente di guida e di un veicolo. In Italia il servizio giunge con alcuni anni di ritardo rispetto ad altri paesi europei. Dopo una serie di conflitti e di azione giudiziarie, una sentenza del Tribunale di Milano del 2 luglio 2015 impone l'immediata sospensione di *Uber Pop* (che è stato, del resto, giudicato illegale all'incirca nella metà dei paesi in cui era stato introdotto) e limita fortemente le condizioni di utilizzo del servizio *Uber*, sancendo che non debba entrare in competizione e porsi in alternativa ai taxi.

⁶ Alle accuse rivolte da albergatori e amministrazioni locali *Airbnb* risponde, dati alla mano, che gli alloggi di *Airbnb* sono molto più diffusi nella città rispetto agli alloggi tradizionali, che sono concentrati nel centro. Ciò favorisce un impatto del turismo più distribuito, in termini di costi e di benefici, portando i visitatori a frequentare e a portare risorse anche nei quartieri meno conosciuti.

RPS

Luca Raffini

ne della norma locale sul divieto di affitto per oltre trenta giorni all'anno superiore al 70%. Tra le città che hanno adottato un approccio volto a contenere e regolare i possibili effetti negative connessi alla diffusione di *Airbnb* si segnala anche San Francisco, che ha vietato gli affitti per periodi inferiori a trenta giorni. Anche in molte città europee sono stati realizzati – o si stanno discutendo – interventi volti a contrastare, o a mettere sotto controllo il fenomeno. Berlino ha adottato misure, simili a quelle sopracitate, al fine di contrastare gli affitti di breve periodo. Il sindaco di Parigi, una delle città in cui il fenomeno *Airbnb* è più diffuso, ha espresso la volontà di contrastare la trasformazione della città in un mega-albergo, a scapito dei parigini, appellandosi a una legge che impedisce gli affitti per periodi inferiori a un anno. Altre città, come Amsterdam e Londra, hanno scelto la strada del confronto e della collaborazione con *Airbnb*, per definire insieme forme di regolazione, adottando una strategia finalizzata a valorizzare le opportunità e a gestire i possibili effetti negative connessi alle nuove modalità di allocazione degli alloggi. In Italia, la strategia collaborativa è stata seguita dalla Regione Lombardia, che consente l'attività di strutture ricettive non alberghiere gestite da privati, in modo «non professionale», purché svolta in maniera occasionale, e rispettando l'obbligo di segnalazione in questura (con una procedura semplificata) e il versamento della tassa di soggiorno (Del Prato, 2016).

5. L'esperienza di Barcellona

Il dibattito su *Airbnb* che si è aperto a Barcellona a seguito dell'insediamento della neo-sindaca, Ada Colau, è a nostro parere di particolare interesse, date le caratteristiche della città e della sindaca stessa. Barcellona è una città che rappresenta un modello per la sua capacità di trasformarsi, in pochi anni, in una capitale del turismo – a livello europeo e globale – grazie a una straordinaria strategia di riqualificazione e di espansione, che ha trovato impulso nella realizzazione di grandi eventi, come le Olimpiadi del 1992. In 25 anni, dal 1990 a oggi, i turisti sono aumentati di cinque volte, passando da un milione e settecentomila a oltre otto milioni. Esattamente cinque volte il numero dei residenti. Il numero di letti in alberghi, nello stesso arco di tempo, è passato da circa 23 mila a oltre 69 mila. Il turismo di massa ha trasformato la città, ha cambiato il volto a interi quartieri e determinato

la scomparsa delle attività tradizionali, o il loro spostamento in quartieri periferici, a fronte dell'apertura di ristoranti, alberghi e negozi di abbigliamento delle grandi catene internazionali. Il turismo, oggi, crea 400mila posti di lavoro nella regione e contribuisce per il 13% al Pil. Ma le dinamiche di *gentrification* hanno avuto ripercussioni sugli abitanti più poveri, che sono stati progressivamente posti ai margini della città. Ada Colau, da anni, rappresenta i comitati e i movimenti dei cittadini barcellonesi impegnati in una critica radicale verso il modello di sviluppo che ha caratterizzato la città, che ha avuto l'effetto di trasformare i quartieri popolari e residenziali in «divertimentifici», scacciando i cittadini e le loro attività, poiché la moltiplicazione del turismo ha determinato un incremento incontrollato dei prezzi di alloggi e fondi commerciali. La battaglia contro la speculazione edilizia e la bolla immobiliare, che ha accompagnato questo tipo di sviluppo, è stata condotta dalla sindaca da un punto di vista particolare: in qualità di portavoce della «piattaforma dei cittadini vittime degli sfratti», ovvero dei cittadini che si sono trovati nell'impossibilità di pagare i mutui contratti pre-crisi e che hanno perso la propria abitazione.

La moltiplicazione degli affitti di alloggi tramite *Airbnb*, per la Colau, non rappresenta solo un pericolo per gli albergatori, ma rischia di radicalizzare un modello di sviluppo della città non sostenibile, che penalizza e allontana i suoi cittadini, a favore di un turismo «mordi e fuggi», fondato sull'esperienza di consumo. Chi è in possesso di un appartamento, infatti, dal momento che può affittarlo con tariffe giornaliere, su piattaforme come *Airbnb*, avrà tutto l'interesse a preferire questa opzione, assai più remunerativa, che affittare l'intero appartamento a una famiglia. In ogni caso, i prezzi degli appartamenti saranno destinati ad aumentare, sia ai fini dell'acquisto, sia ai fini dell'affitto. Come segnalano i residenti di quartieri come Barceloneta, uno storico quartiere popolare trasformato dai processi di *gentrification*, dove l'afflusso di massa dei turisti si è tradotto in un raddoppio degli affitti: per appartamenti che fino a pochi anni fa si affittavano per 300/400 euro, oggi se ne chiedono 700/800 (Croft, 2015).

La sindaca ritiene che Barcellona corra il rischio di «finire come Venezia», ovvero «perdere i suoi abitanti, espulsi dal turismo senza limiti», e a fronte di questo rischio intende intraprendere azioni che invertano la tendenza, e che favoriscano una «democratizzazione del modello turistico». *Airbnb* e altre piattaforme simili sono presto diventate oggetto di attenzione, prima da parte del governo regionale, e poi da parte del go-

RPS

Luca Raffini

verno municipale, perché ritenute responsabili di operare al margine della legge, contribuendo ad amplificare il fenomeno.

In attesa di intervenire con una nuova regolamentazione dell'offerta di alloggi turistici, in vista della quale si è deciso di sospendere la concessione di nuove licenze, la strategia adottata dalla sindaca è di chiedere il rispetto della normativa vigente. In primo luogo, obiettivo del governo della città è che *Airbnb*, così come le decine di altri siti che offrono un servizio simile, tratti esclusivamente appartamenti turistici autorizzati, e iscritti quindi nell'apposito registro, poiché si stima che gli appartamenti in affitto in città siano almeno il doppio di quelli autorizzati (circa 78.000). A tal fine il Comune, a ottobre del 2015, ha chiesto ai gestori di *Airbnb* di comunicare i dati degli affittuari. Alla richiesta – peraltro mai formulata in via ufficiale – i responsabili hanno risposto negativamente, appellandosi alla normativa sulla *privacy*.

L'amministrazione ha quindi minacciato di sanzionare, con multe fino a 90.000 euro, chi affitta illegalmente, prevedendo la possibilità di forti riduzioni della sanzione per chi eventualmente accettasse di aderire a un programma di *social housing*.

Proprio la questione della casa è, del resto, al centro dell'azione della nuova giunta, che intende destinare ad affitti sociali le migliaia di alloggi vuoti presenti in città, e in maggioranza di proprietà delle banche, contribuendo alla manutenzione, in cambio di una cessione dell'utilizzo degli alloggi per cinque o dieci anni. La tendenza a utilizzare gli appartamenti per affittarli a chi soggiorna per brevi periodi si scontra con l'obiettivo dell'amministrazione di abbassare i prezzi degli affitti e di riportare i cittadini a vivere nel centro. La capacità di intervenire su queste dinamiche, affermando un equilibrio tra tendenze ed esigenze tra loro in conflitto, inciderà sullo sviluppo strategico della città nei prossimi anni.

Nel frattempo, alla fine del 2015, *Airbnb*, così come il concorrente *Homenway*, hanno ricevuto una multa di 30.000 euro l'uno per avere favorito l'affitto illegale di appartamenti. In contemporanea, il Comune ha trasmesso all'Agenzia tributaria i dati di 779 proprietari di appartamenti, ritenuti affittuari illegali, in modo da procedere alle opportune verifiche. Al di là della sanzione ricevuta, e in attesa della nuova regolamentazione del mercato degli affitti turistici, il conflitto tra *Airbnb* e l'*Ayuntamiento* di Barcellona si è per ora svolto soprattutto sul piano dialettico. Alle accuse e ai timori espressi dall'amministrazione, i gestori della piattaforma hanno risposto rendendo pubbliche ricerche, da loro com-

missionate, in cui si dimostrano gli effetti virtuosi di *Airbnb* sul piano della sostenibilità economica e ambientale. In particolare, si argomenta che gli alloggi affittati su *Airbnb* sono meno concentrati nel centro e maggiormente distribuiti nelle periferie, e che il loro affitto favorisce una redistribuzione dei benefici del turismo alle famiglie, molte delle quali traggono dall'affitto di una stanza risorse fondamentali nell'ambito del bilancio familiare. Uno studio effettuato da Arias e Quagliari (2016) smentisce *Airbnb*, dimostrando che gli alloggi affittati sono maggiormente concentrati nei quartieri ad alta densità turistica e che, soprattutto, gli affittuari sono mediamente benestanti: *Airbnb* è una risorsa per la *middle* e *upper class*, e non per le classi più povere, che invece subiscono gli effetti negativi del fenomeno.

I rapporti tra *Airbnb* e Comune restano per il momento di tipo conflittuale: la prima accusa il secondo di appellarsi a normative anacronistiche per bloccare l'innovazione. La risposta, da parte del Comune, è che *Airbnb* svolge la propria attività sul crinale tra legalità e illegalità e confonde l'innovazione con la deregolamentazione e l'illegalità «schiavando le regole». Al contrario, i rapporti tra *Airbnb* e l'amministrazione regionale sembrano orientarsi verso un reciproco accordo, sulla scia di quanto avvenuto in altri territori. La *Generalitat* catalana aveva, nel 2014, anticipato il provvedimento adottato l'anno seguente dal Comune, sanzionando *Airbnb*, con una multa di 30.000 euro con l'accusa di praticare una concorrenza sleale, affittando alloggi non iscritti al Registro del turismo della Catalogna. In quella occasione si era giunti a minacciare l'oscuramento del sito, in caso di reiterazione della violazione. In seguito, tuttavia, l'orientamento che ha prevalso a livello regionale è verso la realizzazione di un accordo – il primo di questo genere in Spagna – ma sulla scia di quanto avvenuto in altri territori. L'accordo prevede che si possa affittare camere anche senza l'obbligo di iscrizione al Registro del turismo, purché gli affittuari rispettino una serie di regole. Possono essere affittate un massimo di due camere, nell'appartamento in cui vive il proprietario (pratica, per altro, non consentita dalla precedente normativa), per un massimo di 31 giorni di seguito e per non più di quattro mesi all'anno. Gli affittuari saranno tenuti a riscuotere la tassa di soggiorno. L'iscrizione al Registro del turismo rimane invece obbligatoria per chi intende affittare interi appartamenti. A Barcellona convivono, quindi, i due principali approcci adottati dalle amministrazioni per regolare il fenomeno, quello più restrittivo, adottato dall'*Ayuntamiento*, e quello più dialo-

RPS

Luca Raffini

gante, seguito dalla *Generalitat*. Quest'ultimo, a cui si guarda in alcune regioni italiane, a partire dalla Lombardia, appare finalizzato a distinguere pratiche diverse. L'affitto di interi appartamenti in forma continuativa, magari da parte di proprietari di più appartamenti, e l'affitto in forma saltuaria di camere all'interno dell'appartamento in cui vive il proprietario. Una attività di tipo professionale, la prima, di tipo non professionale, la seconda, e quindi più vicina allo spirito originario della *sharing economy*. Si tratta dell'orientamento assunto dalla Commissione europea, che ha recentemente emanato delle linee guida in cui invita i paesi Eu ad armonizzare le proprie normative in materia, ricorrendo al divieto solo come misura estrema, e puntando, piuttosto, a distinguere l'attività accessoria, di tipo non professionale, dall'attività professionale e a tempo pieno, stabilendo condizioni meno onerose e regole meno stringenti per chi rientra nella prima fattispecie, ma affermando una serie di limiti, oltre i quali l'attività esercitata viene considerata professionale. Si tratta di una strategia con cui si intende distinguere tra le diverse anime dell'economia della condivisione, favorendone gli elementi virtuosi e scoraggiandone gli usi impropri.

6. Conclusioni

Deistituzionalizzazione, disintermediazione, individualizzazione, sviluppo di inedite forme di azione sociale ed economica, fondate sulla connessione e sulla condivisione, sono tratti distintivi delle nuove pratiche relazionali sviluppate negli ambienti digitali. È questo il terreno di sviluppo dell'economia della condivisione che, come abbiamo argomentato, è ambito per eccellenza dell'innovazione tecnologica e del mutamento sociale, ma le cui pratiche non rientrano, in toto, nella sfera dell'innovazione sociale, se con questa si intende l'introduzione di pratiche esplicitamente e prioritariamente orientate a produrre benefici per la società. Al contrario, reticolarità, orizzontalità e condivisione possono essere utilizzate come, legittimo, strumento di massimizzazione del profitto individuale, seppur nutrendosi di nuova sensibilità e nuovi approcci relazionali. È il caso, tra gli altri, di *Airbnb*, la cui irruzione nel mercato degli alloggi, facilitata da una fisiologica lacuna legislativa, ha permesso alla società di raggiungere brevemente una posizione di oligopolio e di esercitare una funzione di «distruzione creativa» rispetto al mercato tradizionale. A fronte dell'impatto tra-

sformativo generato, che nelle grandi città è particolarmente acuto, il legislatore è chiamato a intervenire ricercando un equilibrio tra esigenze diverse. Le rivendicazioni da parte degli operatori del settore dell'accoglienza – di cui è però necessario distinguere i richiami al rispetto delle norme, dei requisiti di sicurezza, dei diritti dei lavoratori, dalle comprensibili spinte alla preservazione delle prerogative acquisite, che però rappresentano una rivendicazione di categoria – (Biale, 2015); il contrasto a ogni forma di illegalità e di sfruttamento del lavoro, che rischia di prosperare, in un contesto di ampliamento della sfera dell'economia irregolare; la capacità di cogliere e di promuovere il contributo all'innovazione, che indubbiamente caratterizza queste esperienze, con la capacità di regolarla, promuovendone gli effetti in termini di innovazione sociale. Per fare questo, le trasformazioni indotte da *Airbnb*, così come in generale dalle pratiche di economia della condivisione, devono essere pensate all'interno di una visione complessiva e prospettica della città, che ripensa i suoi spazi, le sue relazioni, le sue pratiche, in relazione alle esigenze e ai diritti sociali, politici, economici, culturali, abitativi, dei suoi abitanti. Si tratta di fenomeni che apportano reali elementi di innovazione, ma che non possono essere lasciati all'autoregolazione, pena il rischio che il loro carattere *disruptive* si traduca in forme di deregolamentazione. La deregolamentazione non è innovazione sociale. Alimenta l'aumento delle disuguaglianze sociali, incrementa la rendita, depaupera e marginalizza le fasce più povere della cittadinanza.

RPS

Luca Raffini

Riferimenti bibliografici

- Arias Sans A. e Quagliari A., 2016, *Unravelling Airbnb: Urban Perspectives from Barcelona*, in Russo A.P. e Richards G. (a cura di), *Reinventing the Local in Tourism. Producing, Consuming and Negotiating Place*, Channel View Publication, Bristol.
- Belk R., 2014a, *sharing versus pseudo-sharing in web 2.0*, «Anthropologist», vol. 18, n. 1, pp. 7-23.
- Belk R., 2014b, *You are what you can access: Sharing and Collaborative Consumption Online*, «Journal of Business Research», vol. 67, n. 8, pp. 1595-1600.
- Biale E., 2015, *Uber: il costo di un'innovazione senza regole*, «il Mulino», n. 5, pp. 813-821.
- Borzaga C. e Fazzi L., 2011, *Le imprese sociali*, Carocci, Roma.
- Botsman, R. e Rogers, R., 2010, *What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption*, Harper Collins, New York.

- Botsman R., 2013, *The Sharing Economy Lacks a Shared Definition*, Fast Company & Inc., disponibile all'indirizzo internet: www.fastcoexist.com/3022028/the-sharing-economy-lacks-a-shared-definition.
- Bower J.L. e Christensen C.M., 1995, *Disruptive technologies: Catching the Wave*, «Harvard Business Review», n. 1, pp. 43-53.
- Cannon S. e Summers L.H., 2014, *How Uber and the Sharing Economy can Win Over Regulators*, «Harvard Business Review», October 13, 2014, disponibile all'indirizzo internet <https://hbr.org/2014/10/how-uber-and-the-sharing-economy-can-win-over-regulators/>.
- Chang A., 2014, *Regulation won't kill the Sharing Economy. We just need New Rules*. «Popular Science», vol. 285, n. 2, pp. 28-28.
- Croft A., 2015, *Ada Colau se enfrenta con AirBnb en su campaña por regular turismo en Barcelona*, «Reuters España», 26 agosto, disponibile all'indirizzo internet: <http://es.reuters.com/article/topNews/idESKCN0QV1P720150826>.
- D'Alisa G., Forno F. e Maurano S., 2015, *Grassroots (Economic) Activism in Times of Crisis: Mapping the Redundancy of Collective Actions*, «Partecipazione e Conflitto», Special Issue, vol. 8, n. 2, 328-342.
- Del Prato F., 2016, *AirBnB. Regolare poco per regolare bene*, Istituto Bruno Leoni Focus, 2 marzo.
- European Commission - Business Innovation Observatory (2013), *The Sharing Economy. Accessibly Based Business Models for Peer-to-Peer Markets*, Case Study 12, Unione europea, 13 settembre.
- Fondazione Unipolis, 2015, *Dalla sharing economy all'Economia collaborativa l'impatto e le opportunità per il mondo cooperativo*, «I quaderni di Unipolis», disponibile all'indirizzo www.fondazioneunipolis.org/wp-content/uploads/2015/12/Ricerca-Economia-collaborativa-e-Cooperazione.pdf.
- Giesler M., 2006, *Consumer Gift Systems*, «Journal of Consumer Research», vol. 33, n. 2, pp. 283-290.
- Guttenag D., 2015, *Airbnb: Disruptive Innovation and the Rise of an Informal Tourism Accommodation Sector*, «Current Issues in Tourism», vol. 18, n. 12, pp. 1192-1217.
- Hamari, J., Sjöklint M. e Ukkonen A., 2015, *The Sharing economy: Why People Participate in Collaborative Consumption*, Social Science Research Network, Rochester.
- Kim J., Yoon Y. e Zo J.H., 2015, *Why People Participate in the sharing economy: A Social Exchange Perspective*, «PACIS 2015 Proceedings», Paper n. 76, disponibile all'indirizzo internet: <http://aisel.aisnet.org/pacis2015/76>.
- Kostakis V. e Bauwens M., 2014, *Network Society and Future Scenarios for a Collaborative Economy*, Palgrave Macmillan, Houndmills, Basingtoke.
- Lauterbach D., Truong H., Shah T. e Adamic L., 2009, *Surfing a Web of Trust: Reputation and reciprocity on CouchSurfing.com*, «IEEE SocialCom», n. 4, pp. 346-353.
- Matofska B., 2015, *What we know about the global sharing economy*, disponibile all'indirizzo internet: www.compareandshare.com/what-we-known-about-the-global-sharing-economy%2F.

- Murray R., Caulier-Grice J. e Mulgan G., 2010, *The Open Book of social Innovation*, The Young Foundation, Nesta.
- Owyang J., Samuel A. e Grenville A., 2014, *Sharing is the New Buying. How to win in the Collaborative Economy*, Visioncritical, Crowd Companies.
- Phipps L.F., 2015, «*A Give and A Take*»: *Lived Experiences in a Real Sharing Economy*, «Pitzer Senior Theses», Paper n. 61, disponibile all'indirizzo internet: http://scholarship.claremont.edu/pitzer_theses/61.
- PwC, 2015, *The Sharing Economy*, disponibile all'indirizzo internet: www.pwc.com/en_US/us/technology/publications/assets/pwc-consumer-intelligence-series-the-sharing-economy.pdf.
- Quattrone G., Proserpio D., Quercia D., Capra L. e Musolesi M., 2016, *Who Benefits from the «Sharing» Economy of Airbnb?*, Proceedings of the 26th International Acm Conference on World Wide Web.
- Raffini L., 2014, *La politica online alla prova della democrazia*, in Alteri L. e Raffini L. (a cura di), *La nuova politica. Mobilitazioni, movimenti e conflitti in Italia*, EdiSes, Napoli, pp. 161-190.
- Raffini L., 2015, *Volontariato e impresa sociale. L'innovazione sociale come risposta alla crisi*, E-book Cesvot.
- Rainie L. e Welmann B., 2013, *Networked. The New Operating System*, The Mit Press, Londra.
- Rampell C., 2015, *The Dark Side of Sharing Economy Jobs*, «The Washington Post», disponibile all'indirizzo internet: www.washingtonpost.com/opinions/catherine-rampell-the-dark-side-of-sharing-economy-jobs/2015/01/26/4e05daec-a59f-11e4-a7c2-03d37af98440_story.html.
- Rifkin J., 2001, *L'era dell'accesso. La rivoluzione della new economy*, Mondadori, Milano.
- Rodrigues R. e Druschel P., 2010, *Peer-to-Peer systems*, «Communication of the ACM», vol. 53, n. 10, pp. 72-82.
- Schor J. e Fitzmaurice C.J., 2014, *Collaborating and Connecting: The Emergence of the Sharing Economy*, in Reisch L.A. e Thøgersen J. (a cura di), *Handbook of Research on Sustainable Consumption*, Edward Elgar, Cheltenham, pp. 410-425.
- Tomalty R., 2014, *Ours is Better than yours*, «Alternative Journal», vol. 40, n. 2, pp. 18-19.
- Zvolska L., 2015, *Sustainability Potentials of the Sharing Economy. The Case of aC-commodation Sharing Platforms*, «IEEE Thesis», n. 31, disponibile all'indirizzo internet <http://lup.lub.lu.se/luur/download?func=downloadFile&recordId=8055286&fileId=8055287>.
- Wang C. e Zhang P., 2012, *The Evolution of Social Commerce: The People, Management, Technology, and Information Dimensions*, «Communication of the Association for Information Systems», vol. 31, n. 1, pp. 105-127.
- Wittel A., 2011, *Qualities of Sharing and their Transformation in the Digital Age*, «International Review of Information Ethics», vol. 15, n. 3, pp. 3-8.

