



Culture e Studi del Sociale

CuSSoc

ISSN: 2531-3975

Sharing economy: la socializzazione fonda lo scambio economico

Elvira Martini & Francesco Vespasiano

Come citare / How to cite

MARTINI, E. & VESPASIANO, F. (2016). Sharing economy: la socializzazione fonda lo scambio economico. *Culture e Studi del Sociale*, 1(1), 29-45.

Disponibile / Retrieved from <http://www.cussoc.it/index.php/journal/issue/archive>

1. Affiliazione Autori / Authors' information

Università degli Studi del Sannio, Italia

2. Contatti / Authors' contact

Elvira Martini: elvira.martini@unisannio.it

Francesco Vespasiano: vespasiano@unisannio.it

Articolo pubblicato online / Article first published online: Giugno / June 2016



- Peer Reviewed Journal

Informazioni aggiuntive / Additional information

[Culture e Studi del Sociale](#)

Sharing economy: la socializzazione fonda lo scambio economico

Elvira Martini e Francesco Vespasiano

Dipartimento di Diritto, Economia, Management e Metodi quantitativi
Università degli Studi del Sannio

E-mail: elvira.martini@unisannio.it - vespasiano@unisannio.it

Abstract

The sharing economy expresses a new consumer culture in which the “reuse” and access will replace the purchase and ownership, dispelling the dividing line between public and private. This new model is being developed as a spontaneous economic phenomenon to meet the challenges generated by the crisis. The object of sharing economy are, in the start experiences, goods, tools, space, services, skills, ideas: from co-working to car-sharing, from co-housing to crowdfunding. Jeremy Rifkin provides authoritative and comprehensive analysis of the ongoing phenomenon when he states that we are witnessing the birth of a new economic paradigm that is shaped by the enormous reduction of marginal costs, generated by the technological infrastructure; a reduction that prefigures a new “participatory economy”, made possible by digital technology, within “freedom of access exceeds the ownership, sustainability supplants consumerism, cooperation ousts competition. An economy where the logic of the delegation is overcome and all the actors interact and release new resources in order to identify and implement answer to their needs” (Rifkin, 2014). The aim of this work is to advance a reflection on how the sharing economy can help shape new forms of welfare, where social ties are increasingly the foundation of economic exchange and cooperation (Pais, Mainieri, 2015).

Keywords: Economic exchange, Socialization, Welfare.

Introduzione

Rivoluzione digitale, Internet delle cose, *green economy*, *sharing economy*: locuzioni differenti che hanno in comune la capacità della tecnologia di cambiare la società e la vita degli individui, in un contesto in cui le risorse sono sempre più scarse e le scelte che questa trasformazione impone sono sempre più difficili.

In particolare, considerata come fenomeno emergente nei primi anni 2000, la *sharing economy* è oggi un *trend* consolidato che permette alle persone di risparmiare e guadagnare grazie alla condivisione di beni, servizi, attività e conoscenze. Essa ha trasformato radicalmente le logiche economiche moderne, creando una situazione tale per cui i legami sociali diventano sempre più fondamentali per lo scambio economico e per la cooperazione.

Nata dalle sfide imposte da uno scenario economico sempre più competitivo, questo modello collaborativo risponde efficacemente alla crisi economica promuovendo forme di consumo consapevoli e sostenibili basate sul riutilizzo, sulla fiducia, sulla flessibilità e sulla socializzazione delle innovazioni.

E la società sembra rispondere con molto interesse a questa sfida, per ragioni riconducibili alla riscoperta dei vantaggi dei legami sociali, alla necessità di risparmiare, al desiderio di sperimentare forme di consumo, considerate intelligenti e innovative.

È su queste considerazioni che si inserisce l'interesse sociologico per questo fenomeno; interesse ispirato, da un lato, al fatto che i legami sociali costituiscono una riserva di valore nei processi di 'accoglienza' delle innovazioni e, dall'altro alle dinamiche di trasformazione con cui tali fenomeni impattano sul welfare mix (Ascoli & Pasquinelli, 1993).

Lo scenario di riferimento al quale si ispirano queste riflessioni è quello che vede il paradigma capitalistico, a lungo accettato come il miglior meccanismo per promuovere un'organizzazione efficiente dell'attività economica, ormai in fase di declino, tanto che per alcuni si parla di Terza rivoluzione industriale e passaggio dai mercati capitalistici al *Commons* collaborativo¹ (Rifkin, 2014).

Sempre ispirandosi alle riflessioni di Rifkin si può affermare che una buona parte delle ragioni che spiegano la fioritura delle piattaforme digitali della *sharing economy* sta anche nel fatto che queste possono svilupparsi a costi marginali bassissimi, appoggiandosi a "un'infrastruttura già esistente e consolidata, della cui costruzione non hanno dovuto assumersi i costi e che prende il nome di Internet" (Gansky, 2012, pp. 14-15). La *sharing eco-*

¹ Il *Commons* collaborativo contemporaneo è il luogo in cui miliardi di persone si impegnano negli aspetti più profondamente sociali della vita. Una dimensione composta letteralmente da milioni di organizzazioni autogestite, in gran parte in modo democratico, tra le quali enti caritativi, istituzioni religiose, gruppi artistici e culturali, fondazioni educative, club sportivi amatoriali, cooperative di produttori e consumatori, istituti per il credito cooperativo, organizzazioni sanitarie, gruppi di patrocinio, associazioni condominiali, e una pressoché infinita lista di altre istituzioni, formali ed informali, che generano il capitale sociale delle società (Rifkin 2014, p. 26).

nomy è dunque favorita, oltre che dallo sviluppo quasi gratuito di cui può godere, anche da un'attenzione particolare. Se infatti all'inizio degli anni duemila l'attenzione era rivolta alla creazione di sistemi sociali di comunicazione, oggi questa attenzione si sta ampliando anche in direzione di sistemi sociali di scambio che fanno leva sull'affermazione delle logiche dei social network (Mainieri, 2012, p. 10). Le parole di Marta Mainieri sembrano fornire una sintesi precisa di questo mutamento "la crisi [economico-finanziaria] agisce come fattore abilitante [...] L'adozione di massa di Internet e dei media digitali, permette di aprire nuovi mercati e, contemporaneamente, agisce sulle persone trasformandole da semplici utenti a persone consapevoli e attive, capaci di organizzarsi e di farsi ascoltare e, successivamente, anche di uscire dalla rete e incidere concretamente nella vita di tutti i giorni" (*Ibidem*, p. 11).

Dunque crisi (economica, politica, ambientale, sociale) e vastissima diffusione di Internet e dei social media, sembrano essere i due fattori dietro cui si cela la diffusione su grande scala delle piattaforme collaborative. Come dice Gansky il fenomeno collaborativo "è reso possibile dal modo in cui siamo tutti sempre più connessi con qualsiasi altra cosa" (Gansky, 2012, p. 17).

A ciò si aggiunga che anche la parabola sociale ha espresso tutte le sue potenzialità e oggi mostra i suoi limiti. Libertà, autonomia, svincolamento da ogni legame antropologico, sociale, religioso, politico precedente; virtualizzazione e remotizzazione delle relazioni; tempo del lavoro che ha prevalso sul tempo delle persona; atteggiamento verso possesso e condivisione delle nuove generazioni...questi e molti altri fattori hanno condotto a un quadro di grande realizzazione, ma mostrano ormai evidentemente il limite di questa nostra cultura contemporanea e aprono a nuove prospettive (Perotti, 2015, p. X).

Gansky, sintetizzando, identifica sei trend globali che avrebbero favorito e starebbero continuando a favorire il sorgere della *sharing economy* (2012, pp. 28-29):

- 1) la sfiducia che la crisi economico-finanziaria ha generato nei confronti dei vecchi marchi, ingenerando nei consumatori un cambiamento di atteggiamento;
- 2) il ripensamento da parte dei consumatori di ciò che considerano prezioso nelle loro vite. È il concetto stesso di valore che sta mutando, slegandosi da una nozione di valore come legato al prezzo;
- 3) la pressione sociale derivante dai problemi di sovrappopolazione e scarsità delle risorse;
- 4) la crescente densità urbana come elemento propulsore;

- 5) il cambiamento climatico e il conseguente aumento dei costi di produzione, specialmente dei beni *throwaway*;
- 6) la maturazione di reti di informazione di tutti i tipi, al punto da consentire alle aziende di fornire servizi personalizzati su misura nel momento esatto in cui servono (*Ibidem*, pp. 63-64).

È molto difficile trarre delle conclusioni sui fattori che giocano un ruolo maggiore rispetto ad altri così non è facile capire se le nuove tecnologie siano il fattore abilitante della condivisione o, piuttosto, la conseguenza, di una maggior propensione a condividere, legata della creazione di luoghi virtuali di condivisione. In ogni caso, tecnologia e spirito di condivisione sembrano progredire assieme, influenzandosi a vicenda: le tecnologie, infatti, da un lato predispongono gli individui verso l'assunzione di una mentalità più collaborativa; dall'altro, in termini più concreti, consentono l'accesso a un flusso di informazioni molto più vasto rispetto al passato e un'allocatione quanto mai efficiente delle risorse, facendo incontrare domanda e offerta a una velocità prima impensabile.

2. Sharing economy: quali caratteristiche

Seppur se ne sentisse parlare già da un po', l'Oxford Dictionary ha introdotto il termine *Sharing Economy* solo nel 2015, a conferma di quanto il fenomeno sia recente. La voce recita: "È un sistema economico in cui beni o servizi sono condivisi tra individui privati, gratis o pagamento, attraverso internet. Grazie alla *sharing economy*, si può agevolmente noleggiare la propria auto, il proprio appartamento, la propria bicicletta o persino la propria rete wi-fi quando non li si utilizzano"².

Nonostante la chiarezza della definizione, cercare di definire in maniera univoca il fenomeno risulta comunque molto difficile, poiché non completamente esaustiva. L'economia collaborativa, infatti, è un mondo molto ampio di cui fanno parte le piattaforme digitali che mettono direttamente in contatto le persone ma anche il *cohousing*, il *coworking*, l'*open source*, le *social street*, fenomeni che al loro interno mostrano sfaccettature molto diverse pur promuovendo tutte forme di collaborazione fra pari.

Tuttavia, non potendo avanzare ipotesi di esaustività ci si limiterà, in questa sede, a stabilire qualche linea di confine che permetta di capire cosa c'è dentro e cosa sta fuori questo dilagante fenomeno.

² Disponibile su <http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/sharing-economy?q=sharing+economy>

Tra i molti autori/esperti di questo nuovo settore, Marta Mainieri (2014) offre un elenco dei servizi (almeno i principali) che rientrano all'interno dei confini della *sharing economy* e che possiedono, in linea di massima, le seguenti caratteristiche:

- sfruttamento pieno delle risorse, incoraggiando l'accesso invece della proprietà e il riuso invece dell'acquisto;
- l'azienda che li offre è una piattaforma abilitatrice, non eroga servizi o prodotti dall'alto verso il basso ma agisce da abilitatrice, non solo mettendo direttamente in contatto chi cerca e chi offre (modello *peer-to-peer*), ma anche diventando veicolo di reputazione, fiducia e appartenenza;
- gli *asset* che generano valore per le piattaforme (beni e competenze) appartengono alle persone e non alla compagnia, come avviene invece nelle aziende tradizionali; in caso contrario si tenderebbe a fare innovazione di mercato piuttosto che sociale;
- la tecnologia digitale è un supporto necessario: in tutti i servizi collaborativi digitali, le piattaforme tecnologiche, sotto forma di siti internet o *app* mobile, sono necessarie per abilitare questi servizi e renderli scalabili, utili, originali.
- la collaborazione è al centro del rapporto fra pari. Le persone attraverso questi servizi entrano in relazione fra loro collaborando. Si può dire, quindi, che le piattaforme collaborative hanno sempre un valore sociale, anche quando lo scambio è mediato dal denaro. Si può collaborare mettendo in comune il bene temporaneamente senza modificarne la proprietà o in maniera permanente cedendo la risorsa non più utilizzata. In entrambi i casi la transazione può essere mediata dal denaro, come per Airbnb, oppure no nel caso di Couchsurfing.

Allo stesso tempo Rachel Botsman (2010; 2015) individua un analogo numero di caratteristiche, affermando che i cinque ingredienti fondamentali per le aziende realmente collaborative sono:

- l'idea di un *core business* che libera il valore inutilizzato o sottoutilizzato dei beni (*idling capacity*), in cambio di benefici monetari o extra-monetari;
- una *mission* costruita su principi significativi, tra cui la trasparenza, l'umanità e l'autenticità;
- una piattaforma che mette in contatto fornitori e utenti e che prevede diritti per entrambe le parti;
- un chiaro vantaggio nell'accesso a beni e servizi rispetto ai costi della proprietà;
- un'attività costruita su mercati distribuiti o reti decentralizzate che crea un senso di appartenenza, di responsabilità collettiva e di reciproco vantaggio attraverso la comunità.

Messa in questi termini allora per poter parlare realmente di *sharing economy* è necessario che si verifichino quattro aspetti della collaborazione³: la *condivisione*, quando si accede a una risorsa in maniera temporanea e la piattaforma non prevede transazioni in denaro (Timerepublik), l'*affitto*, quando si accede a una risorsa in maniera temporanea e la transazione è mediata dal denaro (Airbnb), lo *scambio*, quando si baratta una risorsa in cambio di un'altra senza intermediazione di denaro (Baratto Facile), anche se lo scambio viene mediato da monete alternative (Reoose), la *vendita*, se quel che si cede in maniera permanente è un oggetto usato (Subito.it).

2.1 Socializzare l'innovazione

Il riferimento al concetto di collaborazione apre lo spazio a una importante riflessione sul ruolo fondamentale che la socializzazione ha nel fissare i fondamenti della *sharing economy*.

Nel suo *Diffusion of Innovation* Rogers sosteneva l'importanza della c.d. massa critica definita come quel numero sufficiente di *adopters* di un'innovazione in un sistema sociale in modo che il tasso di adozione diventi autosufficiente e crei un'ulteriore crescita (2003).

Una volta introdotta, infatti, l'innovazione contiene caratteri di novità nei confronti dei quali gli individui possono reagire diversamente in base al loro grado di conoscenza, persuasione e decisione di adozione.

Riprendendo le tesi di Lazarsfeld e Menzel (1963), Rogers rileva come l'influenza personale sia, spesso, molto più rilevante di quella dei mass media. Questi ultimi, in effetti, hanno il potere di informare, ma il potere di persuadere è molto debole rispetto a quello che caratterizza la comunicazione personale (d'Andrea, 2006). Nel determinare il grado di diffusione, pertanto, entrano in gioco:

- le norme sociali dominanti;
- la presenza di *opinion leaders*, che influenzano le decisioni;
- l'esistenza di agenti del mutamento (*change agents*) e di aiutanti del cambiamento (*change aides*), cioè soggetti che si fanno carico di far avanzare l'innovazione all'interno del sistema sociale.

Il concetto di massa critica gioca quindi un ruolo fondamentale per la *sharing economy* poiché la maggior parte di tipologie del modello possono essere rappresentate come un'innovazione e, in quanto tali, necessitano di

³ Per un interessante studio sul tema della “collaborazione impegnativa e difficile per contrastare quella distruttiva” si veda Sennett R. (2012). *Insieme. Rituali, piacer, politiche di collaborazione*. Milano: Feltrinelli Editore.

un livello di diffusione tale per cui il sistema diventi autosufficiente, che è appunto dato dalla massa critica. Il modello di consumo collaborativo per competere con quello convenzionale deve permettere una varietà di scelta sufficiente a soddisfare i consumatori. Perciò il successo del modello della *sharing economy* potrà generarsi e autosostenersi soltanto quando una massa critica di consumatori, “adottanti” il modello stesso, forniranno prodotti e competenze in grado di costituire un’offerta in linea con le diverse tipologie di bisogni dei consumatori.

La massa critica inoltre ha la capacità di far superare le barriere psicologiche che inibiscono l’adozione di qualcosa di nuovo o diverso. Chiaramente il livello di massa critica non è uno standard predefinito ma varia a seconda del contesto, dei bisogni e della tipologia di utenti che fanno uso del servizio. Quello della riprova sociale è un fattore cruciale per le pratiche di consumo collaborativo, poiché alcune di esse richiedono spesso un cambiamento di abitudini da parte di coloro i quali decidono di adottarle (Botsman & Rogers, 2010).

Nel caso di specie, ad esempio, gli utenti della *sharing* appartengono prevalentemente alla categoria degli innovatori, cosiddetti *early adopters* nella cultura web. Questi utenti conoscono le piattaforme di condivisione attraverso la rete e i social media, ma hanno iniziato a utilizzarle principalmente per necessità. Una ricerca condotta dallo staff di Locloc⁴ nel ha individuato un insieme variegato di motivazioni sociali, ambientali e finanziarie che spingono all’ utilizzo dei servizi di condivisione (Fig. 1).

Come forma spontanea di cooperazione la *sharing economy* sembra diffondersi rapidamente nella comunità locale proprio per la sua peculiare capacità di intercettare bisogni diffusi, producendo risposte inedite che modificano i comportamenti di persone e gruppi e, con ciò, lo stesso tessuto sociale da cui generano. A fronte di un modello consolidato di welfare, di natura prioritariamente prestazionale, orientato a rispondere puntualmente alle singole esigenze, il modello di risposta al bisogno e al disagio proposto dalla *sharing economy* tende a ricomporre la frammentarietà, a creare una rete permanente di sostegno alle persone facendo leva sulla riattivazione e sul rafforzamento dei legami sociali all’interno di una collettività. Si tratta di un modello fortemente inclusivo, sia sotto il profilo della socializzazione dei bisogni (domanda) che dell’integrazione delle risorse presenti nel contesto comunitario di rife-

⁴ Locloc è il primo progetto italiano di social eCommerce, è il consumo collaborativo applicato tramite il noleggio tra privati: chi pone in affitto i propri oggetti può generare un reddito supplementare da cose che non usa abitualmente, viceversa, chi prende a noleggio oggetti per un uso saltuario dagli altri utenti, risparmia soldi e spazio.

rimento (offerta), orientato a disegnare una sorta di *community welfare* che vede come protagoniste persone, famiglie, gruppi informali, gruppi organizzati e istituzioni.

Fig. 1 - Motivi di interesse per la sharing economy

Motivo	Intrinseco	Esterno	Generale
Pratico		<ul style="list-style-type: none"> • Necessità temporanea di un oggetto o di una competenza • Conoscere ciò che è disponibile nelle vicinanze • Ricercare casa per pochi giorni • Risparmiare tempo 	
Sociale	<ul style="list-style-type: none"> • Aiutare qualcuno da soddisfazione • Essere aiutato da soddisfazione • Piacere della condivisione • Incontrare le persone dal proprio vicinato 	<ul style="list-style-type: none"> • Ricevere gratificazione sociale e complimenti • Reciprocità futura 	<ul style="list-style-type: none"> • Favorire la coesione sociale • Conoscere altre culture • Prevenire litigi e conflitti • Cercare nuovi amici e connessioni con persone simili (stessi hobbies e passioni)
Ambientale	<ul style="list-style-type: none"> • Evitare l'inutile inquinamento ambientale • Evitare di gettare cibo e roba 		<ul style="list-style-type: none"> • Condividere prodotti non/poco utilizzati fa bene all'ambiente • La Terra ha raggiunto il limite: serve un diverso consumo
Finanziario		<ul style="list-style-type: none"> • Guadagnare da cose inutilizzate • Risparmiare sugli acquisti • Imprenditorialità • Colmare lacune del mercato 	<ul style="list-style-type: none"> • Necessità di reddito addizionale • Evitare i costi • Qualità a costi inferiori
Curiosità	<ul style="list-style-type: none"> • Piacere di trovare possibili ricompense tangibili 	<ul style="list-style-type: none"> • Provare cose nuove 	

Fonte: <https://ilbellodelnoleggio.wordpress.com/2013/09/14/perche-le-persone-sposano-il-consumo-collaborativo/>

È la comunità stessa che intercetta, socializzandoli, i bisogni emergenti al proprio interno e che produce soluzioni condivise in una prospettiva di massima apertura e pluralismo, coinvolgendo soggetti diversi ed attivando le risorse esistenti.

Il modello della *sharing economy*, che vive dell'interconnessione e dello scambio orizzontale, resi possibili dalle piattaforme tecnologiche, ha innescato quei meccanismi di aggregazione e di socializzazione che hanno posto le basi per una nuova valorizzazione dei legami sociali e di fiducia caratterizzanti una rete comunitaria, in cui i cittadini non si configurano più come fruitori passivi dei servizi, bensì come attori dell'intero processo di intercettazione dei bisogni (del singolo o della comunità) e di creazione delle risposte, generando con ciò un portato costante di innovazione. La progettazione diviene quindi co-progettazione e la produzione co-produzione, all'interno di una cornice partenariale pubblica-privata e privato-sociale (Bolognini & Bosetto, 2015, pp. 6-7).

3. Ma quanto conta la fiducia?

Akerlof, precursore dell'economia dell'informazione imperfetta e in particolare dell'analisi economica in situazioni di asimmetria dell'informazione, faceva notare che le garanzie informali non scritte, tra cui figura la fiducia, sono le "precondizioni dello scambio e della produzione" (Akerlof, 1970). "Senza fiducia, lo scambio economico è come impastoato, se non impedito del tutto. Come si visto questa teoria negativa dei costi della non-fiducia negli ultimi anni ha lasciato il posto a un approccio positivo concentrato sui vantaggi della fiducia e, più precisamente, sul ruolo che essa gioca nelle prestazioni economiche delle diverse nazioni" (Laurent, 2013, p. 70)⁵.

Se il mercato di questa nuova economia è il web e le tecnologie digitali sono gli strumenti che hanno consentito il suo sviluppo, la moneta che invece la fa funzionare è, in questo caso più che mai, proprio la fiducia. Senza il capitale intangibile della fiducia interpersonale, nell'economia collaborativa non si muove molto. E il ruolo della tecnologia è proprio quello di abilitare la costruzione di legami fiduciari tra sconosciuti e il meccanismo di cui si avvale maggiormente per farlo è il *feedback*. Per alimentare la fiducia, un servizio collaborativo offre strumenti come la verifica

⁵ Nelle parole di Fukuyama (1996, p. 20): "una delle più importanti lezioni che possiamo apprendere dall'esame della vita economica è che il benessere di una nazione, così come la sua capacità di sostenere la competizione è condizionato da un'unica e pervasiva caratteristica culturale: il livello di fiducia presente nella società".

dell'identità, la scannerizzazione dei documenti, e il sistema del *rating* e della *review*, con un voto alla prestazione ricevuta. Nelle parole di Rachel Botsman il vero elemento di magia dei mercati del consumo collaborativo è quello di utilizzare il potenziale della tecnologia per creare fiducia tra degli sconosciuti (Botsman, 2012). È presumibile, infatti, che nel giro di qualche anno tutti gli operatori digitali disporranno di una reputazione aggregata, definibile anche come “capitale di reputazione”. Questo capitale potrebbe potenzialmente sostituirsi o affiancarsi al profilo di rischio di una persona in qualità di fattore decisivo nel valutarne l'affidabilità.

La reputazione diviene così la nuova moneta: un commento negativo diventa fatale se si desidera continuare a condividere, mentre più commenti positivi migliorano la propria reputazione, e aumentano la possibilità di scambiare. La fiducia nel condividere con degli sconosciuti, paradossalmente, nasce dalla sfiducia nei sistemi del capitalismo tradizionale, afferma Laurent (2013); proprio in un'epoca dominata da una grave crisi di fiducia nei mercati, i fondamenti sociali del nostro mondo sarebbero divenuti più incerti – ivi comprese le norme sociali che si incarnano nelle nostre istituzioni – la fiducia interpersonale tornerebbe ad essere indispensabile. La crisi finanziaria distrugge in qualche modo la fiducia istituzionale, rinviando i cittadini ai rapporti privati di fiducia. L'esplosione della *sharing economy* può essere vista, dunque, come una regressione verso forme più primitive di fiducia e gli attori di queste nuove forme di economia collaborativa dovranno essere capaci nel costruire dei modi nuovi per assicurare l'affidabilità del sistema. Non si tratta unicamente del superamento di una barriera culturale relativa alla diffidenza verso il prossimo, ma di una regola fondamentale del modello che, per essere legittimata, deve poter essere sanzionata in caso di violazione. A questo proposito le infrastrutture web e le piattaforme social su cui si basa il consumo collaborativo grazie ai loro meccanismi reputazionali e di trasparenza consentono di esiliare i comportamenti di *free riding*, incoraggiando e premiando, per contro, l'onestà, la fiducia e la reciprocità.

3.1 Riscoprire la comunità

Il concetto di fiducia richiama quello di appartenenza a una comunità. Botsman e Rogers sostengono che gli esseri umani hanno due bisogni fondamentali: libertà individuale e sicurezza collettiva (2011, p. 130), motivo per cui essi tenderanno naturalmente ad aggregarsi in comunità. La funzione di queste comunità è quella di organizzare la vita sociale mediante una ripartizione dei compiti che abbia come scopo ultimo il tenere in vita la

comunità stessa. Affinché ciascun micro-cosmo comunitario possa funzionare, è necessario che si facciano degli sforzi collaborativi. La storia narra che durante tutto il suo corso è possibile rintracciare sforzi collaborativi all'interno delle società e, secondo alcuni, la spiegazione di ciò è da rinvenire direttamente nella psiche umana. Lo psicologo americano Tomasello (2009), ad esempio, sostiene che i comportamenti empatici e collaborativi siano innati e che il loro eventuale sopirsi sia dovuto all'adesione a norme sociali che possono potenzialmente spingere in direzione opposta, come sarebbe del resto avvenuto nella cultura occidentale contemporanea. È infatti solo in tempi recenti che la società si è convertita a uno stile di vita più individualista e incentrato sul sé, ove il possesso esclusivo è divenuto lo standard.

Tuttavia, pare che negli ultimi anni, gli esseri umani stiano nuovamente imparando a creare valore mediante la condivisione di beni e risorse, utilizzando una modalità che bilancia il perseguimento dell'interesse personale con il benessere della comunità allargata. Le persone oggi possono collaborare senza perdere la loro autonomia e la loro identità personale, in altri termini beneficiano di quell'individualismo collaborativo cui si è fatto cenno nel primo capitolo (Botsman, Rogers, 2011, pp. 69-70).

Lo scontro ideale tra comunità e individuo è quindi di interesse, perché in un certo senso la *sharing economy* sembra conciliare caratteristiche proprie di ciascuno di questi due concetti, spesso in contrasto tra loro. Proprio la fusione delle caratteristiche provenienti dall'uno e dall'altro modello rappresentano ciò che Gorenflo (2012) ha definito 'individualismo collaborativo'. Nella *sharing economy*, infatti, s'innescano pratiche che appagano l'individuo e parallelamente – spesso in modo implicito e indiretto - promuovono il benessere della comunità. Senza addentarsi eccessivamente nei contrasti tra individualismo e socialismo, o individualismo e comunitarismo o collettivismo, qui interessa illustrare come caratteristiche proprie sia dell'uno che dall'altro modello, siano presenti e coesistano pacificamente nell'economia della condivisione.

Un primo punto da prendere in considerazione è l'idea stessa di comunità. La comunità dell'universo collaborativo è intesa in modo molto diverso da come potrebbe intenderla un sostenitore del collettivismo: esse infatti sono considerate flessibili, non presentano pesanti vincoli di accesso o di uscita e sono tenute assieme dal fatto che chi ne fa parte ha aderito sulla base di un interesse condiviso. Queste comunità sono molteplici e gli individui sono liberi di aderire a quante ne desiderino (Mainieri, 2012, p. 20); cosa che tra l'altro presumibilmente faranno, poiché non si tratta di realtà onnicomprensive che regolano ogni aspetto della vita, ma piuttosto di insieme

di persone liberamente associate con lo scopo di migliorare la gestione di alcuni ambiti della propria vita.

L'elemento di novità che queste comunità presentano è il fatto che, facendo leva sul senso di appartenenza degli utenti, consentono alle persone di eliminare gli stigma sociali legati alla condivisione, di creare nuovi legami e di collaborare. In un mondo ancora basato sull'esclusione e sui valori dell'individualismo, questi comportamenti non sarebbero certo scontati al di fuori dei circuiti collaborativi (Botsman, Rogers, 2011, pp. 176).

Il successo delle comunità della *sharing economy* sta quindi nel fatto di essere ecosistemi *bottom-up* (Ibidem, pp. 139-140), che gestiscono la loro esistenza in modo autonomo e si autoregolano grazie ai meccanismi di *feedback*⁶.

Ciò che consente a queste realtà di fiorire è il fatto che non sussistano pesanti vincoli e che la libertà sia massima, cosa assolutamente impensabile per una comunità di stampo collettivista; si tratta, in breve, di un'appartenenza fluida e aperta. Parte del loro successo è inoltre dovuto al fatto che consentono alle relazioni costruite sui social network di traspirarsi nel mondo offline; in altri termini, attraverso le esperienze digitali, le persone stanno apprendendo che nel trasmettere valore alla comunità, consentono al nostro stesso valore sociale di crescere (Ibidem, p. 90).

Queste comunità sono espressione di un "tessuto connettivo di relazioni" (Mainieri, 2012, p. 20), ricco di fascino per degli individui che non temono più l'adesione alle comunità, perché le comunità non portano più addosso gli stigma legati al collettivismo.

Conclusioni

Nella prospettiva evidenziata nelle pagine precedenti appare chiaro come la *sharing economy* possa promuovere un nuovo paradigma per i servizi di welfare, in grado di intercettare bisogni sociali (che nel paradigma consolidato non trovano adeguata risposta) valorizzando nel contempo, nella prospettiva della condivisione, risorse non utilizzate o sotto utilizzate all'interno del sistema attuale di progettazione, creazione ed erogazione di beni e servizi.

La diffusione, a macchia di leopardo, di iniziative di "welfare comunitario" si è esplicitata negli ultimi anni nella nascita di nuovi attori economici e sociali che nel paradigma emergente sono potenzialmente in grado

⁶ Si potrebbe pensare, per similitudine, alle *comunità di pratica* di Wenger (2006).

di agire accanto e in sinergia con i soggetti tradizionali, modificandone incisivamente ruolo e metodologie operative.

A fronte di quanto si è scritto sin qui il valore aggiunto del paradigma emergente rispetto a quello consolidato di welfare dei servizi a valenza sociale e culturale si esprimerebbe, pertanto, su molteplici dimensioni, di cui proviamo di seguito a richiamare le principali:

- *sociale*, per il rafforzamento dei legami sociali fondati nella condivisione e fiducia reciproca e per il consolidamento del senso di comunità che caratterizza logiche e valori dell'economia collaborativa, da cui una maggiore capacità inclusiva e di protezione da parte del sistema del welfare;

- *innovazione sociale*, che prende forma dal contributo che persone diverse per età, genere, formazione, condizioni economiche, competenze, ruolo e professione, ma parte di uno stesso contesto comunitario e caratterizzate da una sensibilità comune al tema dello "stare bene", apportano alla creazione e all'evoluzione di ambienti condivisi di vita, declinando con ciò in modo nuovo il concetto di welfare e modificandone, conseguentemente, schemi, ruoli, strategie, processi e prassi operative;

- *efficienza ed efficacia del sistema dei servizi a valenza sociale e culturale*, in virtù: - dell'aggregazione di domanda e offerta, che rende possibile la creazione di una risposta differenziata e nel contempo trasversale; - della ridefinizione dei modelli di *governance* e delle strategie di posizionamento degli operatori tradizionali del sistema dei servizi a valenza sociale e culturale; - dell'attivazione di reti partenariali pubblico-privato sociali, secondo la variante territoriale e/o funzionale, di co-creazione e co-produzione dei servizi; - della liberazione di capitale umano e di risorse attualmente non utilizzate, o non adeguatamente valorizzate, riconducibile alla partecipazione e mobilitazione dei cittadini; - del portato di innovazione costante (e quindi della capacità di adattamento) caratteristico di un sistema, quello della welfare community, che si pone come espressione diretta di una comunità "viva", che intercetta, sviluppa e risponde ai bisogni emergenti al suo interno;

- *economica*, in rapporto alla sinergia pubblico-privato sottesa alla logica di co-creazione e co-produzione dei servizi, che moltiplica le risorse in campo; - in rapporto alla creazione di nuove opportunità occupazionali; - in rapporto alla creazione di possibilità inedite di reperimento di risorse economiche aggiuntive generate all'interno dell'orizzonte della *sharing economy* (Bolognini, Bosetto, 2015, p. 12-13).

Come commentato da Laurent, la bellezza di queste iniziative è la varietà, poiché si ha la possibilità di spaziare dalle carte di credito *contactless* al baratto (Comelli, 2014).

Ma è proprio questa ampia libertà che contestualmente induce a non sottovalutare alcuni limiti difficilmente superabili. Se da un lato, in particolare, le condizioni normative e politico-programmatiche indirizzano il passaggio dell'assetto dei servizi sociali da un welfare state (incompiuto) a un welfare locale, dall'altro le modalità di attuazione evidenziano una serie di criticità legate ad esempio alla scarsa partecipazione del terzo settore, al fatto che spesso i rapporti tra gli Enti locali e i soggetti non-profit sono "esternalizzazioni" o, ancora, a fenomeni dove i soggetti non-profit tendono a non sperimentare nuove modalità di erogazione dei servizi (Bolognini, Bosetto, 2015, p. 13).

Questo significa, allora, che le istituzioni sociali, politiche ed economiche costruite fino ad ora non si possono cancellare, perché alla lunga la prevalenza di forme di fiducia interpersonale sulla fiducia nelle istituzioni può avere costi altissimi. Laurent (2013) auspica che la costruzione di nuove stratificazioni non deve comportare la sparizione del sistema, ma semplicemente l'invenzione di nuovi modi per ravvivare la fiducia. Non c'è immobilità nelle forme di fiducia, che al contrario hanno andamenti ciclici nel corso della storia. La sola cosa certa è che senza fiducia non si può fare una società, prosperare e restare liberi (Comelli, 2014).

Dalla dicotomia stato-mercato infatti non si può uscire attraverso l'individualizzazione ma con la costruzione di legami, il che comporta anzitutto la ri-socializzazione dei rischi, la condivisione delle risposte, il riconoscimento reciproco dei bisogni e della medesima condizione umana di finitezza e precarietà (Manghi, 2012, pp.15-27). Una via si apre proprio tramite i processi di riaggregazione della domanda (e dell'offerta, aspetto che qui non abbiamo qui lo spazio di considerare), capaci di condurre alla sostenibilità economica e sociale (relazionale) delle risposte. L'obiettivo è la creazione di una sfera d'azione collettiva in cui è la socialità, la responsabilità condivisa, la solidarietà a essere lo specifico. Per dirla in sintesi, lo snodo di questa visione non sta nel trade-off "meno stato più privato", ma nella trasformazione intima delle diverse sfere, che sposta il ragionamento dal piano quantitativo a quello qualitativo e pone in questione la qualità, il "tipo" di stato, di welfare pubblico, di welfare privato e di welfare civile e delle relazioni tra di essi. Ciò obbliga però a fare ciò che il welfare societario aveva già indicato come indispensabile, ovvero la "ridefinizione dello spazio pubblico" (Donati, 2011), della sua regolazione e *governance*. La pluralizzazione "radicale" del sistema spinge a declinare in modo inedito il principio di sussidiarietà, a confrontarsi seriamente con la prospettiva della poliarchia, a riscrivere i rapporti tra i soggetti in campo, i luoghi e le arene deliberative e partecipative, riconoscere che la produzione delle condizioni di benessere dei cittadini non è una prerogativa esclusiva dello stato bensì

una funzione sociale diffusa. Il tema è amplissimo per portata e criticità⁷, ed rappresenta il banco di prova più rilevante per innovare il welfare nella direzione indicata (Lodigiani & Magatti, 2013). “Le strutture sociali del futuro dovranno basarsi più che mai su una pianificazione volontaria. Ciò non significa che debba essere per forza centralizzata; nulla impedisce di progettare con intelligenza un insieme di processi decentralizzati. In ogni caso, però, è necessaria una struttura che coordini le azioni e che impedisca l’insorgere dello sfruttamento dell’interno. Se si vuole che la struttura funzioni su scala globale, il criterio di selezione dovrà essere il benessere su scala globale” (Wilson, 2015, p. 105-106).

E un modo per far sì che queste funzioni è partire dal basso, dalle esperienze locali che l’innovazione può realisticamente prendere forma, laddove il volontariato organizzato esprime la comunità locale, le aziende profit con una visione territoriale, le municipalità vicine ai cittadini, le cooperative con una logica da impresa sociale, i sindacati, le associazioni e le nuove forme mutualistiche sono i soggetti che si candidano a inventare – sull’unica base possibile che è quella territoriale – l’universalismo, da coniugare con forme di risocializzazione in grado di dare maggiore forza alle comunità. Non si tratta di ricadere in una logica particolaristica anti-universalistica, ma al contrario di riscoprire nel particolare una forza universalizzante, una tensione verso l’universale concreto che emerge nell’eccedenza di significato e di valore che l’esperienza particolare produce. Per innescare un simile percorso di innovazione, occorre ridisegnare il baricentro del sistema di protezione e collocarlo nelle comunità locali; creando luoghi, forme, strategie, azioni in cui alcune mediazioni vengano fatte da soggetti aggreganti capaci di rilanciare una dimensione pubblica territoriale (Lodigiani & Magatti, 2013). Ed è proprio in questa direzione che si sta muovendo il terzo settore che ha colto il cambiamento in atto e le opportunità insite nel fenomeno sociale emergente della *sharing economy*, accettando di mettersi in gioco in termini di riposizionamento strategico all’interno di un welfare che muta, in termini di ripensamento dell’offerta e delle stesse logiche di creazione ed erogazione dei servizi, nonché in termini di ridefinizione delle proprie modalità organizzative e operative, rispondendo alla sfida lanciata dall’innovazione tecnologica (Bolognini & Bosetto, 2015, p. 19).

Interpretato in ottica “generativa” (Magatti, 2012), lungi dall’essere un fardello di cui liberarsi, il welfare si trasforma in una delle leve strategiche per l’innovazione sociale, un ambito decisivo per la produzione di nuovo

⁷ Si pensi alle riflessioni sul concetto di *Good Governance*. Si segnalano, tra gli altri, i lavori di Ager (2000), Lanzalaco (1999), Orlandini (2010), Martini & Serluca (2012).

valore, luogo di uno scambio positivo tra l'individuo e il suo contesto sociale.

Bibliografia di riferimento

- Agere, S. (2000). *Promoting good governance*. Commonwealth Secretariat
- Akerlof, G.A. (1970). The market for lemons: quality uncertainty and the market mechanism. *The Quarterly Journal of Economics*, 3(LXXXIV), 488-500.
- Ascoli, U., Pasquinelli, S., (1993). *Il welfare mix. Stato sociale e terzo settore*. Milano: FrancoAngeli.
- Bolognini, S. & Bosetto, D. (2015). *La cocreazione quale incipit alla declinazione attuativa di iniziative di sharing economy in ambito welfare, condivise dalle politiche locali*, disponibile su <http://docplayer.it/>
- Botsman, R. (2012). *The currency of the new economy is trust*. TED Talk, disponibile su <https://www.ted.com>
- Botsman, R. (2015). *Defining The Sharing Economy: What Is Collaborative Consumption – And What Isn't?*, disponibile su <http://www.fastcoexist.com>
- Botsman, R. & Rogers, R. (2010). *What's Mine Is Yours. The Rise of Collaborative Consumption*. Harper Collins Publishers.
- Botsman, R. & Rogers, R. (2011). *What's Mine is Yours: How Collaborative Consumption is Changing the Way We Live*. Harper Collins Publishers
- Comelli, E. (2014). *La crisi finanziaria rilancia l'economia della reputazione*, disponibile su <http://nova.ilsole24ore.com/frontiere/la-crisi-finanziaria-rilancia-leconomia-della-reputazione/>
- d'Andrea, L. (2006). Per una teoria sociologia dell'innovazione, Parti I e II. *Conoscenza & Innovazione*, disponibile su <http://www.conoscenzaeinnovazione.org>
- Donati, P. (2011). Distinguere fra bene comune, beni pubblici e beni relazionali: per rifondare le relazioni fra Stato e società civile. In P. Donati e R. Solci (a cura di). *I beni relazionali. Che cosa sono e quali effetti producono*. Torino: Bollettini Boringhieri.
- Fukuyama, F. (1996). *Fiducia*. Milano: Rizzoli
- Gansky, L. (2012). *The Mesh: why the future of business is sharing*. London: Penguin.
- Gorenflo, N. (2012). *Share or Die!*, Gabriola Island: New Society Publishers.
- Lanzalaco, L. (1999). Tra micro e macro. Il ruolo delle istituzioni intermedie negli ordini regolativi. In A. Arrighetti e G. Seravalli (a cura di). *Istituzioni intermedie e sviluppo locale* (pp. 3-23), Roma: Donzelli.
- Laurent, È. (2013), *L'economia della fiducia*. Roma: Castelvecchi.
- Lazarsfeld, P.F. & Menzel H. (1963). Mass media and personal influence. In
- Lodigiani R. & Magatti M. (2013). Una leva strategica di legami sociali e di nuovi valori civili. *Etica per le professioni*, 1, 33-39.
- Magatti, M. (2012). *La grande contrazione*. Milano: Feltrinelli.
- Mainieri, M. (2013). *Collaboriamo. Come i social network ti aiutano a lavorare e a vivere bene in tempo di crisi*. Milano: Hoepli.

- Mainieri, M. (2014). *Le 5 caratteristiche dell'economia collaborativa (e cosa distingue Airbnb e Car2go)*, disponibile su <http://www.chefuturo.it/2014/08/le-5-caratteristiche-chiave-delleconomia-collaborativa-e-cosa-distingue-airbnb-da-car2go/>
- Manghi, S. (2012). Ripartire dal legame fraterno. Nuovo welfare, bene comune e pratiche sociali. *Animazione sociale*, 267, 15-27.
- Martini, E. & Serluca, M.C. (2012). La good governance della Pubblica amministrazione per lo sviluppo e competitività del territorio. In Vespasiano F., Ben-cardino F. (a cura di). *Sviluppo locale e turismo. Laboratorio sociologico per le intelligenze territoriali* (247-270), Napoli: IRSeV Campania,.
- Orlandini, B. (2010). Sviluppo e good governance: retorica e pratica di nuove forme di potere. *Meridiana*, 68, 125-142.
- Pais, I. & Minieri, M. (2015). Il fenomeno della sharing economy in Italia e nel mondo. *Equilibri*, 1, 11-20.
- Perotti, S. (2015). Prefazione. In Scancarello G., *Mi fido di te* (pp. IX-XII). Milano: Chiarettere.
- Rifkin, J. (2014). *La società a costo marginale zero*. Milano: Mondadori.
- Rogers, E.M. (2003^{5th}). *Diffusion of Innovations*. New York: The Free Press (ed. or. 1962).
- Schramm, W., *The Science of Human Communications*. New York: Basic Book.
- Sennett, R. (2012). *Insieme. Rituali, piaceri, politiche di collaborazione*. Milano: Feltrinelli Editore.
- Tomasello, M. (2009). *Why we cooperate*. Cambridge: MIT press.
- Wenger, E. (2006). *Comunità di pratica. Apprendimento, significato e identità*. Milano: Raffaello Cortina.
- Wilson, D.S. (2015). *L'altruismo. La cultura, la genetica e il benessere degli altri*. Torino: Bollati Boringhieri.