

 **MIMESIS / ETEROTOPIE**

N. 336

Collana diretta da Salvo Vaccaro e Pierre Dalla Vigna

COMITATO SCIENTIFICO

Pierandrea Amato (*Università degli Studi di Messina*)

Pierre Dalla Vigna (*Università degli Studi "Insubria", Varese*)

Giuseppe Di Giacomo (*Sapienza Università di Roma*)

Maurizio Guerri (*Accademia di Belle Arti di Brera*)

Salvo Vaccaro (*Università degli Studi di Palermo*)

José Luis Villacañas Berlanga (*Universidad Complutense de Madrid*)

Valentina Tirloni (*Université Nice Sophia Antipolis*)

Jean-Jacques Wunemberger (*Université Jean-Moulin Lyon 3*)

Micaela Latini (*Università degli Studi di Cassino*)

Luca Marchetti (*Università Sapienza di Roma*)



BENI COMUNI 2.0

Contro-egemonia e nuove istituzioni

A cura di Alessandra Quarta e Michele Spanò

Postfazione di Ugo Mattei

MIMESIS EDIZIONI (Milano – Udine)
www.mimesisedizioni.it
mimesis@mimesisedizioni.it

Collana: *Eterotopie* n. 336
Isbn: 9788857532615

© 2016 – MIM EDIZIONI SRL
Via Monfalcone, 17/19 – 20099
Sesto San Giovanni (MI)
Phone: +39 02 24861657 / 24416383
Fax: +39 02 89403935

INDICE

INTRODUZIONE. IL COMUNE CHE C'È <i>Alessandra Quarta e Michele Spanò</i>	7
---	---

SEZIONE I – BENI COMUNI

AL CUORE DEL POSSIBILE. COMUNE E IMMAGINAZIONE ISTITUZIONALE NELLA LETTERATURA UTOPISTICA <i>Lorenzo Coccoli</i>	23
--	----

L'ECONOMIA POLITICA ALLA PROVA DEI BENI COMUNI <i>Maria Enrica Virgillito</i>	35
--	----

POVEGLIA <i>RELOADED</i> . BENI COMUNI E USO PUBBLICO NEL LABORATORIO VENEZIANO <i>Rocco Alessio Albanese</i>	47
---	----

<i>IUS INCLUDENDI</i> . NOTE SU <i>BUEN VIVIR</i> E NATURA-BENE COMUNE IN ECUADOR <i>Emanuele Ariano</i>	59
---	----

BENI COMUNI E TERRENI COLLETTIVI. BREVI NOTE SULLE FRONTIERE DEL MERCATO FONDIARIO IN AFRICA <i>Margherita Baldarelli</i>	71
---	----

SEZIONE II – CONTRO-EGEMONIA

PRIVATI DELLA COOPERAZIONE. BENI COMUNI E <i>SHARING ECONOMY</i> <i>Alessandra Quarta</i>	85
--	----

IL SISTEMA CIBO COME BENE COMUNE <i>Tomaso Ferrando</i>	99
--	----

BENI COMUNI, INTERESSI COMUNI, RIMEDI INDIVIDUALI 111
Diego Bonetto

DIRITTI, SOGGETTI E GENERAZIONI FUTURE 121
Michael William Monterossi

IL COMUNE RIMEDIO. UN' APOLOGIA MINIMA DELLA TUTELA 133
Michele Spanò

SEZIONE III – NUOVE ISTITUZIONI

POSSIBILITÀ E LIMITI DEI RECENTI REGOLAMENTI COMUNALI IN MATERIA
DI BENI COMUNI 147
Chiara Angiolini

ALCUNE RIFLESSIONI SU UNA PROSPETTIVA ISTITUZIONALE DEI BENI COMUNI 157
Guido De Togni

URBAN COMMONS E MODELLI DI GOVERNO. IL *COMMUNITY LAND TRUST* 171
Antonio Vercellone

LE SFIDE DEL WELFARE E DELLA COOPERAZIONE SOCIALE NEL POSTFORDISMO 185
Giacomo Pisani

CONTRO I MALI COMUNI. PER UNA CRITICA IMMANENTE DELLE RELAZIONI
DI DOMINIO 197
Leonard Mazzone

POSTFAZIONE 209
Ugo Mattei

AUTRICI E AUTORI 213

ALESSANDRA QUARTA

PRIVATI DELLA COOPERAZIONE Beni comuni e *sharing economy*

Negli ultimi anni la *sharing economy* ha conosciuto una forte espansione: dalla condivisione delle biciclette a quella delle automobili, passando per il divano in prestito e i viaggi in auto in comune, per arrivare, infine, ai contestatissimi Uber e Airbnb.¹ L'espressione *sharing economy* designa pratiche e servizi di natura assai diversa accomunati dall'elemento della condivisione e dalla centralità dell'accesso rispetto a quella della proprietà, al punto che alcuni commentatori non hanno esitato a intravedere in queste esperienze i tratti nascenti di un capitalismo senza proprietà.²

In questo dibattito, i contributi più significativi arrivano dagli Stati Uniti, patria della *sharing economy*. La ricostruzione del *background* teorico segnala come momento di rottura il 2008, quando il classico *American Dream* si è infranto a cospetto della crisi economico-finanziaria: i risparmi di una vita bruciati sugli altari dei mercati finanziari, licenziamenti e disoccupazione, debiti altissimi e case pignorate dagli istituti di credito; il feno-

1 I servizi di Uber sono stati duramente contestati dai tassisti di tutta Europa e molte corti hanno scelto di vietarli; a Berlino e Bruxelles il divieto di circolazione risale al 2014, mentre in Italia è di maggio 2015 la pronuncia con cui il Tribunale di Milano ha inibito la prestazione del servizio. Il punto di frizione è la concorrenza sleale degli autisti di Uber che, a fronte di un servizio di trasporto molto simile a quello dei taxi, non sono titolari di una licenza di servizio né assolvono obblighi assicurativi. Anche Airbnb ha sollevato diverse polemiche, non soltanto per la concorrenza sleale nei confronti degli albergatori, ma anche perché la trasformazione del proprio appartamento in un servizio commerciale determina una variazione di fatto della pianificazione urbana della città; a tal proposito i casi più interessanti sono quello di Amsterdam e di New York, in attesa delle decisioni della nuova amministrazione di Barcellona che ha dichiarato guerra al servizio. Per una panoramica di questi problemi vd. S. Ranchordàs, *Does Sharing Mean Caring? Regulating Innovation in the Sharing Economy*, in «Minn. J.L. Sci. & Tech.», 16, 413, 2015.

2 F. Rampini, *Sharing economy: il nuovo capitalismo senza la proprietà*, in «La Repubblica» 29 giugno 2015 (versione online all'indirizzo: http://www.repubblica.it/economia/affari-e-finanza/2015/06/29/news/sharing_economy_il_nuovo_capitalismo_senza_la_propriet-117978430/).

meno ha rivelato le contraddizioni di un capitalismo ormai largamente finanziarizzato. Anche a partire da questi eventi, si sarebbe sviluppata una sorta di nuova antropologia, che sostituirebbe all'*homo oeconomicus* l'*homo empathicus*; quest'ultimo apprezza il valore profondo dell'aiuto reciproco e sa, grazie alla compassione, «riconoscere la natura temporanea della nostra esistenza, celebrando incessantemente la lotta per vivere e prosperare in questo mondo imperfetto». ³ Così, l'individuo, scoperti i limiti della società dei consumi e la natura effimera della ricchezza, è disponibile a cooperare e condividere, pronto ad abbandonare l'etica proprietaria (*produci-consuma-crepa*) del sogno americano. In questo nuovo paradigma si incrocerebbero infine anche altre tendenze: una certa stanchezza nei confronti della produzione di massa standardizzata e una crescente sensibilità ecologica che hanno reso una parte della popolazione più attenta al tema del consumo critico e disponibile a privilegiare una produzione locale e tradizionale. ⁴

Vale la pena, per cominciare, offrire una breve classificazione delle pratiche della *sharing economy*. ⁵

Sotto un primo titolo possono essere raccolte tutte quelle pratiche basate sull'idea di aumentare l'uso di beni durevoli che, normalmente, sono sotto-utilizzati. I beni, dunque, possono vivere una seconda vita ed essere ceduti da un vecchio a un nuovo proprietario in un vero e proprio mercato dell'usato (si pensi a eBay) in cui l'elemento della condivisione appare molto sfumato.

In una seconda rubrica trovano posto le pratiche basate sulla condivisione del godimento di un certo bene (e non sul trasferimento della sua proprietà) che, anche in questo caso, sarebbe normalmente sotto-utilizzato. Così, per esempio, al trasporto ferroviario, settore in cui è aumentata l'offerta di treni ad alta velocità mentre i treni regionali (più economici e diffusi sul territorio) hanno subito tagli importanti, ⁶ molti preferiscono Bla-BlaCar, un servizio che consente di condividere un viaggio in auto grazie a una piattaforma che mette in contatto conducenti e passeggeri; anche nel settore degli alloggi, la locazione per brevi periodi di una stanza del proprio

3 J. Rifkin, *La società a costo marginale zero*, Mondadori, Milano 2014, pp. 422 – 428.

4 J. Kassin, J. Orsi, *The Legal Landscape of the Sharing Economy*, in «J. Envtl. L. & Litig.», 27, 1, 2012, pp. 3-4; J. Rifkin, *op. cit.*, p. 328 ss.

5 Questa classificazione si trova in J. Schor, *Debating the Sharing Economy*, ottobre 2014, disponibile online all'indirizzo <http://www.greattransition.org/publication/ debating-the-sharing-economy>.

6 Vd. il rapporto di Legambiente *Pendolaria 2014*.

appartamento o della seconda casa non abitata costituisce una fonte di reddito per il locatore e una soluzione alternativa a *bed and breakfast*, *hotel* e ostelli che, soprattutto in alcune città, sono particolarmente costosi.

In una terza categoria si colloca lo scambio di servizi: il modello di queste pratiche è quello delle “banche del tempo”, associazioni che organizzano lo scambio a titolo gratuito e reciproco di competenze e attività (e quindi di tempo).

Da ultimo, la condivisione può essere utilizzata a fini direttamente produttivi, come accade negli spazi di lavoro – c.d. *coworking* –, che ospitano diverse postazioni, utilizzabili contemporaneamente da quei professionisti che non hanno un ufficio in cui svolgere la propria attività (si pensi alle tante “partite iva”, lavoratori autonomi che prestano la propria attività senza alcun vincolo di subordinazione nei confronti del committente).

1. Attori, strumenti e ruolo della proprietà

Sofferamoci ora sui partecipanti alla *sharing economy*.

Il primo profilo da mettere in evidenza è in questo caso il venir meno della tradizionale e netta divisione tra consumatori e produttori, giacché nell’economia collaborativa questi ruoli tendono ad assumere contorni imprecisi e a perdere stabilità. Ciò è soprattutto dovuto al fatto che il produttore (l’imprenditore) si deprofessionalizza: proprio come tutti possono consumare, allo stesso modo tutti possono produrre qualcosa nella *sharing economy* e quindi “fare” *business*. Se il discorso politico celebra questo fenomeno attraverso il mito dell’auto-imprenditorialità e delle *start up*, la letteratura del *marketing* scorge in questa commistione la comparsa sul mercato di un nuovo soggetto ibrido, il c.d. *prosumer*. Quest’ultimo, a ben vedere, rappresenta l’esito di una evoluzione che da diverso tempo sta cambiando le politiche aziendali di *marketing*: esse non si limitano più al servizio di *customers satisfaction*, che coinvolgeva il cliente oltre e dopo l’acquisto, ma puntano a offrire nuovi strumenti per valorizzarne la partecipazione *prima* della spesa.⁷

Questi attori, al fine di condividere beni e servizi, ricorrono, nella maggior parte dei casi, a piattaforme digitali: essi devono disporre di un accesso a Internet e quindi di un dispositivo che lo consenta (*pc*, *smartphone*, *tablet*...). Questo elemento è particolarmente utile per scattare una prima

7 Il noto marchio Lego, per esempio, consente di scegliere e combinare online i famosi mattoncini per creare giocattoli personalizzati.

fotografia al popolo della condivisione che rappresenta oggi una minoranza istruita urbana. A ciò assiste un recente studio che ha evidenziato come solo poco più di un terzo della popolazione mondiale abbia accesso a Internet⁸ in forza di barriere di tipo diverso, dovute in alcune parti del mondo a cause di ordine politico – limitazione della libertà di espressione del pensiero da parte dell'autorità pubblica –, in altre a mancanze infrastrutturali (ridotta estensione della banda larga) e, non da ultimo, a motivi personali di carattere economico (un reddito basso). In Italia, secondo l'Istat, nel 2014 circa il 60% delle famiglie ha avuto a disposizione un accesso Internet da casa e una connessione a banda larga; i dati differiscono secondo la condizione economica familiare (l'accesso è più diffuso nelle famiglie in cui è presente un dirigente piuttosto che un operaio) e della provenienza geografica (maggiore diffusione al Centro-Nord rispetto al Centro-Sud).⁹

L'accesso a Internet (e una discreta alfabetizzazione digitale) è dunque la prima condizione abilitante per partecipare alla *sharing economy*. Esso però, come dimostrano i dati brevemente ricordati, non è ancora egualmente distribuito nel mondo.

La seconda condizione abilitante coincide paradossalmente con l'essere proprietari. Questo argomento è il primo con cui intendo dimostrare che la *sharing economy* non stia in alcun modo inaugurando una fase di abbandono della proprietà, che continua a essere un istituto fondativo del mercato. Infatti, la condivisione di beni e servizi può verificarsi soltanto se qualcuno mette a disposizione il proprio bene: senza la proprietà di un'automobile, per esempio, BlaBlaCar non potrebbe esistere. Il mercato della condivisione e della cooperazione, pertanto, continua a trovare nel diritto di proprietà il suo fondamento strutturale e la sua garanzia di funzionamento.

Ciò è confermato anche da un altro elemento. Nelle piattaforme in cui lo scambio cooperativo non avviene a titolo gratuito, il bene rileva per il suo valore di scambio e non per il suo valore d'uso, senza alcuna differenza rispetto alle tradizionali transazioni commerciali. Il valore d'uso non è tuttavia assente dalla *sharing economy*, perché caratterizza le pratiche in cui la condivisione di un certo bene non è soltanto utile ad abbattere i costi di alcuni servizi, ma è il mezzo attraverso cui creare relazioni sociali. Si pensi al *couchsurfing*, servizio in cui il proprietario di un divano è disposto a condividerlo a titolo gratuito, perché il suo valore d'uso supera il suo valo-

8 Vd. la mappa tracciata dai ricercatori dell'Oxford Internet Institute e la relativa ricerca The World Online (disponibile online all'indirizzo <http://geonet.oii.ox.ac.uk/blog/the-world-online/>).

9 Vd. il rapporto Istat per il 2014 *Cittadini e nuove tecnologie*.

re di scambio, essendo arricchito dall'*affectio* (la possibilità di stringere nuove amicizie) e dalla reciprocità (poter contare, in futuro, sull'ospitalità del viaggiatore che ha dormito sul proprio sofà); o ancora, si considerino quei casi di *coworking* in cui i lavoratori condividono non soltanto un ufficio, ma mettono in comune idee e progetti, trovando nello stare insieme una fonte di nuove relazioni umane e lavorative.

Il discorso non è però così semplice. La *sharing economy* è infatti caratterizzata da una complicata catena del valore. Se le relazioni sociali rendono prevalente il valore d'uso sul valore di scambio tra coloro che condividono, contemporaneamente esse diventano valore di scambio per le piattaforme che veicolano il contatto umano. In questo modo, le relazioni sociali, la reciprocità e lo stesso dono finiscono col diventare i protagonisti involontari di un processo di mercificazione. Questa dinamica è eloquentemente testimoniata dalle recenti modifiche introdotte da BlaBlaCar che cambiano sensibilmente i tratti di auto-organizzazione tipici del servizio. In una prima fase, infatti, la piattaforma si occupava soltanto di mettere in contatto automobilisti con posti liberi a bordo e persone che viaggiavano nella stessa direzione: questi dividevano la spesa del carburante e gli eventuali pedaggi e il conducente riceveva dai compagni di viaggio la loro quota parte in contanti. Progressivamente (in Francia nel 2011, in Spagna nel 2014 e in Italia nel 2015), l'azienda ha introdotto un meccanismo di prenotazione *online* e un sistema di pagamento virtuale che le consente di trattenerne una commissione, pari a una percentuale del prezzo che il conducente chiede ai compagni di viaggio.

2. La sharing economy e il diritto

Se la proprietà continua a strutturare il segmento di mercato occupato dalle logiche della condivisione al punto da costituirne una condizione abilitante, si può davvero credere che uno degli *slogan* principali della *sharing economy* – «tu sei ciò a cui hai accesso e non ciò che hai»¹⁰ – sia uno dei comandamenti laici del sistema economico, sociale e giuridico che verrà? A me pare, prima di tutto, che il commiato all'individuo possessivo sia solo formale e racconti perciò solo una parte del fenomeno. *Formale* perché comunque il «tu sei ciò a cui hai accesso» continua a qualificare l'essere umano in base ai beni che ha: il fatto che questo avere non assuma più la

10 R. Belk, *You Are What You Can Access: Sharing and Collaborative Consumption Online*, in «J. Bus. Res.», 67, 8, 2014, pp. 1595-1600.

forma proprietaria ma quella della detenzione non è però sufficiente a rendere meno sacro il culto delle merci e il ruolo che esse hanno nell'immaginario consumeristico contemporaneo. Prova ne è, tra le altre, la diffusione di piattaforme in cui si possono condividere capi d'abbigliamento e accessori di alta moda¹¹ che, per una notte, danno corpo e sostanza alla favola di Cenerentola. Racconto *parziale*, inoltre, perché non riconosce che la maggiore propensione a rinunciare alla proprietà si riscontra soprattutto tra quanti non possono permettersi l'acquisto per ragioni economiche,¹² mentre i grandi proprietari continuano a prosperare e ad arricchirsi. Il rischio è, in altre parole, che mettendo in soffitta la proprietà (solo per alcuni) si perda l'occasione di affrontare il problema più significativo dei nostri tempi, ossia la profonda diseguaglianza nella distribuzione delle ricchezze, per la cui soluzione non si può fare a meno del riferimento alla struttura proprietaria. Questo timore potrebbe essere sfatato dalla dimostrazione che la *sharing economy* stia in effetti redistribuendo ricchezza, ma su questo oggi non ci sono certezze. A tal proposito, mi sembra che al più si possa sostenere che la *sharing economy* operi una redistribuzione diffusa e orizzontale, perché coinvolge quanti appartengono, non senza differenze, a quella che continuiamo a definire la classe media, mentre non esiste una redistribuzione verticale che interessi i patrimoni delle *corporation*, le quali continuano a crescere proprio perché hanno trovato nella crisi, nella condivisione e nella cooperazione un nuovo modo di fare *business*. La redistribuzione verticale richiede perciò un ripensamento del paradigma proprietario che non implica il superamento dell'istituto ma la correzione delle sue disfunzioni anche attraverso un'impostazione contro-egemonica della teoria giuridica che le fa da infrastruttura.

Precisati questi punti e giacché l'obiettivo non è demonizzare la *sharing economy* ma soltanto evitarne una scontata retorica celebrativa, il giurista deve chiedersi in che modo queste pratiche possano contribuire a innova-

11 Funziona così la piattaforma digitale *Rent The Runway*.

12 Il risparmio rispetto ai beni e ai servizi acquistabili sul mercato "tradizionale" è il primo motivo del ricorso alle piattaforme di *sharing economy*, seguito dalla ricerca di maggiore flessibilità e da motivi politici o ecologici. Vd. J. Owyang *People are Sharing in the Collaborative Economy for Convenience and Price*, in «Web-Strategist.com», 24 marzo 2014 e J. Rifkin, *op. cit.*, pp. 358-359. Vi sono poi dei casi in cui il ricorso a strumenti privati alternativi colma l'insufficienza dei circuiti ordinari per motivi economici o etici; è il caso delle piattaforme di *crowdfunding*, in cui si cercano finanziamenti tra il pubblico degli utenti web perché non si può o non si vuole accedere a un prestito bancario. Sul *crowdfunding* vd. I. Pais, P. Peretti, C. Spinelli, *Crowdfunding: la via collaborativa all'imprenditorialità*, Egea, Milano 2014.

zioni istituzionali. A tal proposito, esiste a mio avviso un profilo di grande interesse che, prima di essere abbozzato, richiede un passaggio teorico preliminare.

Gli accordi che traducono giuridicamente le pratiche della *sharing economy* altro non sono se non contratti tipici regolati dal codice civile. Così in Uber o BlaBlaCar il conducente e i viaggiatori concludono un contratto di trasporto, in Airbnb vi è una locazione temporanea, nel *couchsurfing* un contratto di comodato; vi sono poi delle ipotesi in cui la sussunzione del fatto concreto alla regola non è così facile, come accade nel caso di certe tipologie di *crowdfunding*, in cui bisogna valutare se lo scambio integri una donazione o una compravendita. I commentatori statunitensi non condividerebbero questa interpretazione, dal momento che essi sono soliti distinguere i contratti della *sharing economy* da quelli “tradizionali” in forza della loro orizzontalità che oppongono a un diritto dei contratti pensato per rapporti verticali: la novità è tale, a loro avviso, da rendere necessaria la formazione di *sharing lawyers*, avvocati capaci di dare forma giuridica agli scambi cooperativi.

Questa distinzione tra verticalità e orizzontalità nel rapporto contrattuale risulta piuttosto difficile da capire, soprattutto se si considera che nella nostra tradizione giuridica l'autonomia contrattuale consente di ritenere uguali le parti che stipulano un contratto, fatte salve alcune ipotesi eccezionali che hanno richiesto discipline specifiche per riequilibrare rapporti altrimenti sbilanciati, come nel caso del diritto dei consumatori. La questione dunque non è quella dell'orizzontalità o della verticalità del rapporto, ma la rilevanza dei motivi che spingono gli attori a scegliere un certo bene o un certo servizio e, prima ancora, quelli che li spingono a cooperare.

Nel nostro diritto dei contratti, infatti, i motivi non rilevano salvo quando essi siano illeciti, comuni a entrambe le parti e siano stati l'unica ragione che abbia determinato le parti a contrarre (art. 1345 c.c.). Ciò vuol dire che il motivo per cui Tizio sceglie di condividere con altri il viaggio da Torino a Milano (ristrettezza economica, voglia di chiacchierare, contrarietà politica alla linea ferroviaria ad alta velocità, ecc.) non può mai determinare la nullità del contratto. Se la condivisione, la cooperazione e l'*affectio* possono contribuire alla creazione di nuove istituzioni della solidarietà,¹³ occorrerà allora che il giurista recuperi un atteggiamento critico nei confronti di mol-

13 Su questo vd. S. Rodotà, *Solidarietà: un'utopia necessaria*, Laterza, Roma-Bari 2014.

te delle regole esistenti,¹⁴ al fine di renderle utili nel nuovo scenario. Occorrerà, in altre parole, interpretarle in chiave contro-egemonica.

3. Privati della cooperazione: «chi comanda qui»?

Nelle pratiche collaborative su larga scala, che potrebbero potenzialmente coinvolgere una comunità globale, le piattaforme digitali sono essenziali; esse possono essere gestite da enti senza scopo di lucro – che sovente operano solo a livello territoriale, legate perciò a piccole comunità – oppure da soggetti *for profit*, solitamente società per azioni, il cui capitale è frammentato tra diversi investitori. Il proprietario della piattaforma applica allo scambio cooperativo ospitato una commissione (modello *peer to peer*), oppure chiede un pagamento *una tantum*, di solito consistente nel versamento di una quota di iscrizione (*business to peer*).

Pertanto, le piattaforme (o meglio, i loro proprietari) sono strutturalmente votate alla realizzazione e alla massimizzazione dei profitti, generati dall'intensità delle interazioni dei loro utenti e dalle inserzioni pubblicitarie. Un'importante fonte di guadagno dipende dal trattamento dei dati personali e delle informazioni relative agli utenti, che sono raccolti e conservati dalla piattaforma (cosa ci piace, cosa facciamo, chi frequentiamo e perché, in che modo consumiamo, ecc.). I dati sono dei nuovi e preziosissimi beni¹⁵ che possono essere utilizzati per conoscere le abitudini degli utenti, per fidelizzarli e per migliorare le prestazioni della piattaforma. Essi, inoltre, possono anche essere ceduti a terzi, solitamente inserzionisti interessati a conoscere meglio il mercato per promuovere i loro prodotti.¹⁶ I soggetti disponibili all'acquisto dei dati, tuttavia, sono numerosi: si pensi ad esempio alle compagnie assicurative che potrebbero usarli per perfezionare il calcolo dei premi delle polizze. La possibilità di trattare questi dati è quindi un altro elemento utile a sottolineare l'impossibilità di superare i diritti proprietari nella *sharing economy*.

Secondo un'interpretazione che manca di riconoscere il giusto rilievo alla struttura proprietaria delle piattaforme, queste ultime sarebbero da

14 Su questo punto vd. G. Resta, *Gratuità e solidarietà. Fondamenti emotivi e "irrazionali"*, in «Rivista Critica del Diritto Privato», 32, 1, 2014, pp. 39-74.

15 C. Koopman, M. Mitchell, A. Thiere, *The Sharing Economy: Issues Facing Platforms, Participants and Regulators*, Maggio 2015, disponibile online all'indirizzo <http://ssrn.com/abstract=2610875> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2610875>, 10 e in particolare vd. nt. 40.

16 M. A. Dujaner, *Il lavoro del consumatore*, Egea, Milano 2015, p. 76.

considerare come semplici luoghi virtuali o, più correttamente, come nuovi mercati in cui la domanda e l'offerta di beni e servizi si incontrano.¹⁷ Secondo questa lettura, le piattaforme si auto-regolano¹⁸ e sviluppano sistemi di controllo alternativi alla regolazione pubblica (si pensi, ad esempio, all'uso della reputazione attraverso il sistema dei *feedback* per colmare le asimmetrie informative tra le parti), che manifesterebbe una profonda inadeguatezza nel trattamento di queste nuove pratiche.

Va detto, prima di tutto, che il legislatore ha davanti a sé due possibilità: applicare alla *sharing economy* le regole esistenti oppure crearne di nuove. Entrambe le opzioni, tuttavia, sembrano insufficienti, perché, nel primo caso, non si darebbe adeguata importanza ai tratti innovativi di questi fenomeni – a cui le vecchie regole non possono che calzare strette –, mentre nel secondo, la cristallizzazione in una regola finirebbe per urtare con la continua evoluzione di pratiche ancora molto giovani.

Pur non negando le difficoltà del legislatore, sarebbe sbagliato immaginare di liberarsi della regolazione pubblica. L'intera discussione, peraltro, beneficerebbe di alcune distinzioni, giacché, come si è detto all'inizio, l'impostazione statunitense comprende sotto il titolo *sharing economy* pratiche tra loro molto diverse. In alcune, gli individui agiscono secondo la cultura del dono, senza che la loro interazione sia attratta nella sfera commerciale: in questi casi, la *sharing economy* è solo un'etichetta alla moda con cui rinominare modi di collaborazione sempre esistiti. In altre, e segnatamente in servizi come Uber, Airbnb, ZipCar, Home Exchange, i proprietari delle piattaforme usano le relazioni tra gli individui, i loro processi di condivisione e la fiducia reciproca per creare nuovi segmenti di mercato in cui essi possono anche agire da monopolisti, ricavano profitti sostenendo soltanto una parte dei costi della produzione e capitalizzano il surplus prodotto dallo scambio cooperativo delle parti.¹⁹ Si tratta, in altre parole, di puri e semplici servizi commerciali a cui può essere applicata la “vecchia” regolazione: essi usano la condivisione in una sorta di *sharwashing* al fine di vendere di più, talvolta per non rispettare la legge o non pagare le tasse,

17 M. Cohen, A. Sundararajan, *Self-Regulation and Innovation in the Peer-to-Peer Sharing Economy*, in «U. Chi. L. Rev. Dialogue», 82, 2015, pp. 116-133.

18 Cohen e Sundararajan accomunano, in maniera molto arida, l'autoregolazione delle piattaforme digitali alle gilde medievali, alle comunità che gestivano in comune i pascoli e agli ordini professionali (*Ivi*, pp. 123 – 126).

19 I fatturati di queste società spiegano bene questa affermazione: vd. A. Ross Sorkin, *Why Uber Might Well Be Worth \$ 18 Billion*, in «New York Times», 10 giugno 2014; E. Rusli, D. MacMillan, M. Spector, *Airbnb is in Advanced Talks to Raise Funds at \$ 10 Billion Valuation*, in «Wall Street Journal», 21 marzo 2014.

altre per spostare il rischio di impresa sui lavoratori senza redistribuire il valore estratto grazie alla loro prestazione²⁰ e invece abbassando le garanzie sul lavoro.²¹ Questo fenomeno è stato efficacemente definito col neologismo «uberizzazione» (*uberification*), con cui si indica l'estensione del modello tipico di Uber ad altri settori della produzione.²² Gli autisti non professionisti di Uber offrono un servizio di trasporto urbano: essi lavorano per una *corporation* da cui non sono assunti, svolgono prestazioni *on demand* sulla base delle richieste dei clienti e quindi non hanno né un orario di lavoro né minimi stipendiali, né tantomeno coperture assicurative o strumenti pensionistici.²³ Uberizzazione è allora sinonimo di precarietà lavorativa ed esistenziale, come se non bastasse d'altronde quella che caratterizza il mercato del lavoro tradizionale.

L'azione delle piattaforme non regolata in alcun modo dal pubblico è pertanto solo la riedizione nell'era di Internet del *laissez faire* liberale e la celebrazione delle virtù progressive dei mercati: se questo è vero, non basterà enfatizzare la cooperazione e la condivisione degli utenti per superare il modello capitalista e inaugurare così la grande transizione celebrata da molti sostenitori della *sharing economy*.

4. Beni comuni e sharing economy

Le precisazioni contenute nei paragrafi precedenti sono sufficienti per arrischiare una primissima conclusione: le pratiche della *sharing economy*

-
- 20 A. Kalamar, *Sharewashing is the New Greenwashing*, in «OpEd News», 13 maggio 2013.
- 21 K. Roose, *The Sharing Economy Isn't About Trust, it's About Desperation*, in «New York Magazine», 24 aprile 2014.
- 22 Come auspicato da alcuni: vd. F. Manjoo, *Uber's Business Model Could Change Your Work*, in «New York Times», 28 gennaio 2015 (disponibile online all'indirizzo: http://www.nytimes.com/2015/01/29/technology/personaltech/uber-a-rising-business-model.html?_r=1).
- 23 G. Smorto, *Sharing economy e modelli di organizzazione*, paper presentato in occasione del colloquio scientifico sull'impresa sociale, 22-23 maggio 2015 Dipartimento PAU (Patrimonio, Architettura, Urbanistica) – Università degli Studi di Reggio Calabria (disponibile online all'indirizzo <http://irisnetwork.it/wp-content/uploads/2015/06/colloquio15-smorto.pdf>). Si segnalano sempre dello stesso autore, *Dall'impresa gerarchica alla comunità distribuita. Il diritto e le nuove forme di produzione collaborativa*, in «Orizzonti del diritto commerciale», 3, 2014 (disponibile online all'indirizzo www.rivistaodc.eu) e *I contratti della sharing economy*, in «Il Foro Italiano», aprile 2015, V, p. 221 e segg.

non sono tra loro tutte uguali e, perciò, operare delle distinzioni è essenziale. Infatti, nel caso di quelle caratterizzate da una forte vocazione commerciale, in cui una *corporation* gestisce la piattaforma *web*, il terreno di gioco è ancora quello del mercato, alla cui evoluzione esse sono funzionali, attraverso la produzione di nuovi beni dotati di un valore di scambio, come i dati e le stesse relazioni umane.

Ammettere che «[i]l sistema capitalistico, tuttora dominante, ritiene di poter estrarre valore dall'economia collaborativa sfruttando alcuni aspetti della cultura della condivisione per trarne nuovi fonti di profitto»²⁴ non costituisce un'affermazione irrilevante; né basta dire che il terreno che si dovrà cedere è ben poca cosa rispetto ai grandi guadagni che lo sviluppo della condivisione è destinato a produrre.²⁵ La valutazione, infatti, deve essere qualitativa e non quantitativa e va condotta guardando a quale (e non a quanto) terreno si sta cedendo: la diffusione di queste pratiche di *sharing economy* implica sovente un indebolimento delle tutele sociali (si pensi ad alcune garanzie dei servizi pubblici o agli standard sanitari) e la negazione della regolazione pubblica del mercato²⁶ in nome della convinzione che nella piattaforma si generi spontaneamente un'adeguata disciplina dei rapporti. Se questo è vero, chi coopera e condivide sta involontariamente aiutando il mercato a colonizzare nuovi segmenti e sta contribuendo a un'espansione – larvata – del modello neoliberale.

La riflessione giuridica, allora, può essere determinante per individuare quelle coordinate utili a non buttare via «il bambino con l'acqua sporca», considerata la grande diffusione della *sharing economy* e la possibilità che alcuni suoi meccanismi contagino altri settori.

Il discorso sui beni comuni può svolgere un ruolo cruciale in questo processo di chiarificazione, aiutando l'interprete a distinguere le forme di condivisione e di cooperazione che sono capaci di ricomporre la frammentazione sociale e di progettare altre forme di appartenenza: sono queste a dover essere protette e incentivate dalla regolazione pubblica.

Un simile tratto caratterizza, per esempio, quelle esperienze di condivisione capaci di generare un forte impatto sul territorio in forza di modalità cooperative che riattivano legami sociali e innescano circoli virtuosi nella produzione e nel consumo. In questo caso, l'effetto redistributivo di tipo orizzontale è capace di produrre esternalità positive di cui beneficiano an-

24 J. Rifkin, *op. cit.*, p. 334.

25 *Ibid.*

26 E. Morozov, *Il nuovo capitalismo somiglia a quello di ieri*, in «Internazionale», n. 1121, 25 settembre/1 ottobre 2015.

che quanti sono estranei alla comunità coinvolta nella condivisione. Ciò avviene, ad esempio, nel caso del *coworking* quando vi sia la volontà di costruire una comunità e di creare, così, la condizione basilare (la vicinanza dei corpi) per articolare un piano di rivendicazioni di carattere sindacale; nei gruppi di acquisto collettivi, quando i consumatori sostengono la produzione dei piccoli contadini; nella creazione di associazioni in cui lo “stare insieme” crea un interstizio nel mercato dove possono affiorare altre forme di lavoro e di *welfare*.

Sono queste le pratiche che devono spronare il giurista a interpretare contro-egemonicamente le regole a sua disposizione. In questo nuovo quadro ci sarà infatti posto per una proprietà inclusiva e non esclusiva: condivisione e beni comuni stringono una nuova alleanza in cui l’accesso non è confinato agli spazi angusti (la rete o i dispositivi digitali) che gli riserva il discorso sulla *sharing economy*, ma esso diventa il diritto di chi non ha che prima confligge e poi trova un bilanciamento con il diritto di escludere del proprietario.

Ancora: il discorso sui beni comuni, implicando una critica alla proprietà, consente un sabotaggio del diritto dei contratti pensato come quel complesso di regole che disciplina lo scambio e la circolazione dei beni. In questa ottica, il contratto può infatti regolare interessi contrapposti e interessi convergenti, in forza dei quali le parti svolgono insieme una certa attività, cooperano.²⁷ Il tema non è soltanto quello della gestione dei beni comuni, rispetto alla quale il contratto può certamente svolgere un ruolo, ma la possibilità di fare assegnamento su un istituto che non sia solo utile alla circolazione della ricchezza: per farlo occorre valorizzare il contraente e le sue ragioni e avviare, pertanto, un ripensamento critico dei motivi.

Infine, beni comuni e *sharing economy* possono aiutare ad aprire una nuova riflessione sull’impresa, andando oltre le forme di cooperazione sociale e il modello olivettiano²⁸ con l’obiettivo di trasformarne la struttura gerarchica²⁹ e diffondere così il potere proprietario. Si tratta di un elemento molto importante anche per evitare che una sua eccessiva concentrazione possa compromettere, falsandoli, alcuni meccanismi democratici, come sembrerebbe indicare l’ingente investimento pari a circa otto milioni di

27 A. Nervi, *Beni comuni e ruolo del contratto*, in «Rassegna di Diritto Civile», 1, 2014, pp. 180-203.

28 Vd. A. Magnaghi, A. Bonomi, M. Revelli, *Il vento di Adriano. La comunità concreta di Adriano tra non più e non ancora*, DeriveApprodi, Roma 2015.

29 G. Smorto, *Dall’impresa gerarchica alla comunità distribuita*, cit.; F. Barbera, *L’innovazione sociale* (saggio inedito).

dollari³⁰ in campagne comunicative che ha consentito ad Airbnb di vincere il referendum (e in particolare la *proposition f*)³¹ indetto dall'amministrazione di San Francisco per rendere più severe le regole sulla locazione per brevi periodi.

Questi itinerari di studio e ricerca contribuirebbero a evitare lo smarrimento che il giurista rischia di vivere di fronte a fenomeni sospesi tra individuale e collettivo, personale e commerciale. Una lettura della *sharing economy* mediata dal discorso dei beni comuni, consente, al contrario, che la messa in discussione delle fondamenta del diritto privato (proprietà-contracto-impresa) produca avanzamenti istituzionali e innovazione giuridica.

30 Vd. *San Francisco Voters Reject Proposition to Restrict Airbnb Rentals*, in «The Guardian», disponibile online all'indirizzo <http://www.theguardian.com/us-news/2015/nov/04/san-francisco-voters-reject-proposition-f-restrict-airbnb-rentals>.

31 Utile per capire i termini della questione la guida predisposta dal Los Angeles Times, disponibile online all'indirizzo <http://www.latimes.com/business/technology/la-fi-tn-airbnb-prop-f-san-francisco-20151029-htmllstory.html>.