

Quaderni di Sociologia

73 | 2017

Startup

la società contemporanea / Startup. Oltre il mito e il pregiudizio

Economia collaborativa e startup: forme alternative di scambio economico o mito della disintermediazione?



Sharing economy and startup: alternative economic exchange or myth of a dis-intermediated market?

DAVIDE ARCIDIACONO

p. 29-47

<https://doi.org/10.4000/qds.1656>

Abstract

The increasing interest of scholars about sharing economy is accompanied by the uncertain boundaries and vagueness of this umbrella concept, confirmed by the absence of a really shared definition. Actually, the debate seem stuck in the polarization between the good and the bad sharing economy, represented by biggest and best known multinational companies like Uber or Airbnb. The role of the national-institutional context in the rise and success of the sharing economy seems less stressed by the academic debate, despite some empirical evidences demonstrate that not all the social environments are equally fertile. The paper aim is try to define a common definition and standard of assessment for all the scholars interested in analyzing these new form of entrepreneurship and economic exchange.

Testo integrale

1. Imprenditorialità, innovazione e collaborazione

- 1 Da quando nel 2013 «The Economist» ha tributato la sua copertina all'*ascesa* della sharing economy, la notorietà e la centralità di questo fenomeno non hanno fatto che crescere. L'enfasi sulla nascita e le potenzialità di una nuova economia basata sulla

collaborazione attraverso il supporto delle tecnologie digitali non ha conosciuto tregua negli ultimi anni, alimentando il dibattito sul rapporto tra imprenditorialità e innovazione, da sempre dirimente nell'analisi socio-economica (Schumpeter, 1949; Rogers, 1962; Swedberg, 2000). Il termine *sharing economy* viene sempre più associato al dibattito pubblico su startup e innovazione e sul loro ruolo nel ridefinire modelli di relazione e fruizione di beni e servizi. Al punto tale che oggi si parla sempre meno di *smart city* e sempre più di *sharing city*, in particolare in quei contesti urbani che si propongono come leader e abilitatori delle nuove forme di imprenditorialità, come San Francisco, Seoul, o Milano, se vogliamo guardare al nostro Paese.

- 2 La *sharing economy* si propone come modello imprenditoriale innovativo perché:
 - sostituisce un modello di produzione lineare di beni e servizi attraverso un modello circolare di produzione, distribuzione e fruizione basato sull'accesso all'*over-capacity* di un bene/servizio, che tradizionalmente è stata considerata come priva di valore, o semplice rifiuto, nello scambio tradizionale (Benkler, 2004; Bonomi *et al.*, 2016);
 - è un modello basato sulla disintermediazione abilitata perlopiù da piattaforme digitali (Cuono, 2015);
 - si tratta di un paradigma che mira alla *re-embeddedness* dello scambio economico rilanciando il valore della reciprocità (Pais e Provasi, 2015), a lungo soccombente al modello dello scambio del mercato e alle sue logiche, sempre più centrate sul mero profitto e o su processi di estrazione di valore (Sawyer, 2015);
 - si basa su un sistema ibrido tra produzione e consumo, abilitando la capacità creative e generative dei cosiddetti *prosumer* (Arvidsson, 2013).
- 3 Si tratta, pertanto, di una delle sfide più importanti promosse dagli startupper basata su una concezione d'innovazione ben più ampia di quella proposta dal consueto dibattito o dalle iniziative regolative, più dispoticamente tecnocratiche o economicistiche¹.
- 4 Tuttavia, le narrazioni sulla *sharing economy* come modello *disruptive* si alimentano di riferimenti ad aziende simbolo come Airbnb e Uber, di recente sotto il mirino dei tribunali di tutto il mondo. Il dibattito sul tema sembra essersi così impantanato in una sorta di separazione manichea tra “buoni” e “cattivi” dell'economia della condivisione (Belk, 2014): da un lato, non mancano analisi apologetiche (Rifkin, 2014) che guardano a questa come un'evoluzione del capitalismo così come lo conosciamo; dall'altro, si alimentano scenari negativi (Reich, 2015) che ne mettono in discussione la concreta portata innovativa, evidenziandone potenzialità estrattive più che inclusive.
- 5 Tuttavia, l'attenzione crescente intorno alla *sharing economy* spinge l'attore pubblico a intervenire per sviluppare precise proposte regolative², seppure l'urgenza di regolare sembri precedere un adeguato livello di comprensione.
- 6 Quanto sappiamo davvero sull'economia collaborativa e le start up che la popolano? Qual è il loro reale potenziale innovativo? Incarnano davvero un modello economico alternativo?
- 7 L'articolo mira a delineare un'agenda di ricerca sul tema delle start up collaborative che risponda ad alcuni dei quesiti proposti. La trattazione sul tema si sviluppa nel modo seguente: nel primo paragrafo si confronteranno le definizioni di *sharing economy* individuate all'interno di una letteratura crescente ma quanto mai disorganica e frammentata; nel secondo paragrafo, si analizzeranno in chiave critica dati ed evidenze empiriche prodotte sul tema; concluderà l'analisi una proposta metodologica che possa rappresentare una “cassetta degli attrezzi” per il sociologo interessato a investigare sul tema.

2. Alla ricerca di una definizione

- 8 Il concetto di *sharing economy* è quanto mai ampio e dai confini incerti. Il dibattito si avvantaggia spesso di richiami teorici ai classici dell'economia del dono o dello scambio di reciprocità (Simmel, 1907; Mauss, 1922; Polanyi, 1957; Gouldner, 1960) o



alla letteratura sul capitale sociale e la fiducia (Granovetter, 1985; Coleman, 2005). Tuttavia, il tema *sharing economy* sembra espandersi ben oltre tali riferimenti, all'interno di confini concettuali non sempre definiti con certezza. Lo testimonia la pluralità di termini usati come sinonimi: da *collaborative consumption* (Botsman e Rogers, 2010) a *economia circolare* (Morace, 2014) o *commons-based peer production* (Benkler e Nissenbaum, 2006). Una simile pluralità concettuale testimonia proprio la difficoltà di rendere conto della pluralità di pratiche che ruotano all'interno di questo modello, per cui non esisterebbe neppure una definizione condivisa.

9 Juliet Schor (2014) ammette che si tratta di un *termine ombrello* che copre una tentacolare varietà di piattaforme digitali e attività off-line, includendo da aziende multinazionali e finanziariamente rilevanti come Airbnb, fino a includere piccole iniziative a carattere locale di riparazione e scambio collettivo come le *tool library*³⁰ o *bookcrossing*.

10 Botsman e Rogers (2010) la definiscono un modello economico basato sulla collaborazione e sulla condivisione di *asset*, spazi, competenze, al fine di trarre benefici monetari e non che si articolerebbe in:

- il consumo collaborativo: in cui la gente scambia, condivide, redistribuisce prodotti di cui non ha bisogno e che non utilizza con continuità (es: Reoose, Airbnb, Coachsrfing), o paga per avervi accesso piuttosto che acquisirne la proprietà (es: il car sharing);
- la produzione collaborativa: per cui reti di individui collaborano per la progettazione/design (es: Quirky, Zooppa), la produzione (casi come Open Street Map) e la distribuzione di beni e servizi (es. Nimber);
- l'apprendimento collaborativo: corsi aperti o forme di condivisione e agglomerazione di conoscenze in un'ottica crowd (es: Wikipedia o Future Learn);
- la finanza collaborativa: raccolte fondi in cui la gente può supportare la creazione di progetti, imprese, iniziative benefiche (crowdfunding) gratuitamente o ricevendo una forma di ricompensa simbolica o tangibile (es: Kickstarter; Produzioni dal Basso, Rete del Dono, Musicraiser), ma troviamo anche altre forme come i prestiti tra pari (Es: Zopa) o le monete complementari (es: Sardex).

11 Pais e Provasi (2015) evidenziano come tali pratiche si differenzino non tanto rispetto agli ambiti di collaborazione ma, in maniera scalare, in base al livello integrazione polanyano della reciprocità: dalla semplice collaborazione, orientata da motivazioni strumentali, in qualche modo più affine alle interazioni di mercato; alla reciprocità in senso stretto, tipica dell'economia del dono, che non esclude l'interesse personale che convive nell'accettazione del rischio di non cooperazione; infine, la condivisione vera e propria, basata su una dimensione di appartenenza e mutuo riconoscimento che attraversa persino la dimensione identitaria di coloro che transano.

12 Alcuni analisti hanno provato poi elaborare criteri sempre più rigorosi e restrittivi nella definizione di *sharing economy*.

13 È il caso di Franken *et al.* (2015) che suggeriscono come tali transazioni debbano includere solo le iniziative di scambio tra individui, escludendo quelle tra imprese o tra imprese e consumatori, e debbano riguardare solo scambi di *asset* fisici, non includendo scambi di prestazioni come quelli erogate dalle banche del tempo o da piattaforme come *Taskrabbit*.

14 In Italia, Sharitaly, il più grande evento italiano sull'economia collaborativa organizzato da Collaboriamo e TRAILab-Università Cattolica, effettua annualmente una mappatura delle piattaforme sharing e, dal 2015, ha stabilito i seguenti criteri definitivi:

- un modello di servizio *peer-to-peer*;
- la presenza di piattaforme digitali abilitanti;
- *user* professionisti e non;
- rilevanza dei sistemi reputazionali on line;
- prezzo stabilito dagli *user* senza la mediazione di un soggetto terzo;



- proprietà degli user sugli asset condivisi.

15 Evidentemente, i vantaggi di una definizione restrittiva a fini analitici sono evidenti, in quanto permetterebbe di valutare in maniera più chiara la concreta innovatività delle pratiche di condivisione. Al tempo stesso rischia di sacrificare la varietà organizzativa dei servizi collaborativi quale elemento distintivo di questo nuovo modello di scambio.

3. I numeri delle imprese della condivisione

16 Per valutare l'economia *sharing* dal punto di vista imprenditoriale si fa tradizionalmente riferimento a due indicatori: il valore di mercato dei servizi scambiati e l'ampiezza attuale o potenziale della base clienti interessata a questa modalità di fruizione di un prodotto/servizio.

17 Una recente stima del Parlamento Europeo (2016), calcolata in base alla sotto-utilizzazione di alcuni *asset* condivisibili (lavoro, auto, casa, ecc.), individuerrebbe un valore potenziale pari a 572 miliardi di euro. Il dato non è dissimile da quello fornito da Pwc (2015) secondo cui la *sharing economy* passerà da un mercato attuale che si aggira intorno a 13bn \$ ai 570 bn \$ entro il 2025.

18 Il grado di maturità dei mercati collaborativi non sembra uguale per tutti: *The People who share*⁴ stimerebbe l'impatto dell'economia collaborativa nel solo Regno Unito intorno a circa l'1,3% del Pil britannico. Stime più prudentziali⁵ sembrano riguardare il caso italiano, in cui si è parlato di un giro di affari attuale di circa 1 milione e mezzo di euro. Non si può negare la difficoltà di valutare l'attendibilità di queste stime, in mancanza d'indicatori chiari, a maggior ragione se, come già evidenziato, i confini dell'economia di condivisione appaiono opachi e scarsamente condivisi dagli stessi analisti.

19 Sulle dimensioni della domanda, si stimano in oltre 105 milioni gli *sharers* negli Usa, contro i 23 milioni del Regno Unito e i 14 milioni del Canada (Owyang, 2014). In una ricerca del Centro Nesta (2014), si stima che circa il 60% degli inglesi partecipa già all'economia collaborativa. In Francia, secondo l'*Observatoire de la Confiance* (2014), risulta che quasi il 50% degli intervistati ha dichiarato di prendere parte alla *sharing economy*. In Italia (Capeci, 2015) il concreto utilizzo di tali servizi si ferma a un più modesto 39%.

20 Le resistenze nei confronti della *sharing economy* nel nostro Paese sono ancora consistenti: dai dati Ipsos (2014) emerge che 58% degli intervistati sono poco o per nulla interessati a questa forma di economia. Si tratta di soggetti di età compresa tra i 55 e i 64 anni, residenti al Nord, poco istruiti e appartenenti alla classe sociale medio-bassa. In particolare, il 27% del campione non si fida di Airbnb, mentre il 29% reputa BlaBlacar pericoloso. Secondo i dati di Sharitaly (2016) solo il 4% delle piattaforme supera i 500.000 user, e solo il 15% delle piattaforme italiane si rivolge già a mercati internazionali.

21 I limiti di sviluppo della *sharing economy* italiana riguarda, pertanto, una domanda ancora poco sviluppata. Tuttavia, ragionare in termini di giro d'affari o di quote di mercato sarebbe quantomeno prematuro, poiché si tratterebbe comunque di un modello emergente ancora alla ricerca di una sua massa critica. I motivi espressivi del ritardo italiano nell'espansione dell'economia collaborativa non vanno attribuiti solo al minore interesse a condividere degli italiani o a una minore propensione a investire sulla collaborazione, ma possono essere ricondotti anche a fattori culturali radicati: una scarsa fiducia e percezione di sicurezza rispetto agli strumenti informatici, in un paese con un basso tasso di alfabetizzazione digitale, uno scarso grado di avanzamento infrastrutturale e di digitalizzazione dei processi di lavoro, fino anche a una più bassa incidenza delle transazioni on line⁶. A ciò si aggiunge un sistema di protezione dei consumatori percepito come meno efficiente rispetto ai sistemi di *common law* (tra cui la mancanza di una vera *azione di classe*)⁷, nonché un sistema di associazioni di difesa



dei consumatori frammentato e con un debole rapporto con la sua *constituency* (Arcidiacono, 2008).

22 Un ulteriore fattore di differenziazione del caso italiano riguarda il ruolo del capitale di rischio. Se si azzarda una comparazione col *benchmark* statunitense è evidente come forme di *venture capitalism* hanno contribuito in maniera sostanziale a modificare la scalabilità e la percezione sulle potenzialità della *sharing economy* negli ultimi anni: negli USA delle 200 nuove imprese di economia collaborativa censite (Altimeter, 2013) circa il 37% aveva ricevuto fondi *venture capital* per un ammontare di più di 2 miliardi di dollari: la sola Airbnb ha ricevuto fondi per circa 130 milioni; l'altrettanto nota Uber ha ricevuto quasi 50 milioni di dollari. È noto come tra i finanziatori di Airbnb ci siano società di private equity come Usa General Atlantic, o società d'investimento come la cinese Hillhouse Capital o la newyorkese Tiger Global, mentre tra i finanziatori di Uber ci sarebbe persino la californiana Google. Nel caso italiano, più del 50% si è sostanzialmente autofinanziata e solo il 10% è stata supportata da fondi di Venture Capital, evidenziando una più limitata presenza di capitale di rischio. Le piattaforme di *crowdfunding* italiane hanno sostenuto progetti per un valore complessivo stimato di 82.154.867 milioni di euro nel 2016 (Sharitaly, 2016) con un incremento del +44% rispetto all'anno precedente, ma che sembrano ben poca cosa rispetto ai 20.338.986 di dollari del solo progetto Peeble Watch raccolti da Kickstarter Usa. La debolezza della *sharing economy* italiana sembra senz'altro legata a un eco-sistema fragile. Sono note, infatti, le differenze di *corporate governance* delle imprese italiane rispetto al modello anglosassone e tale variabile in parte contribuisce a spiegare un tessuto imprenditoriale pulviscolare a bassa scalabilità.

23 Tuttavia, ridurre il valore della *sharing economy* a misure e a comparazioni che tradizionalmente riguardano l'economia capitalistica *mainstreaming* significa però adottare un *bias* nell'osservazione e degradare le reali potenzialità di queste nuove esperienze imprenditoriali. È necessario guardare alle peculiarità del caso italiano.

24 Innanzitutto, va evidenziata la vitalità di questo modello imprenditoriale in Italia. Dove erano già presenti 138 piattaforme nel 2014, nell'ultimo anno sono salite a 187 (+35% rispetto all'anno precedente) e nel 2016 sono arrivate a 206 (con una crescita ulteriore del +10%) (Sharitaly, 2016). Queste imprese sarebbero per lo più concentrate nell'ambito del *crowdfunding* (68), nel settore dei trasporti (25) e nel turismo (17).

25 Inoltre, le piattaforme di *sharing* italiane si caratterizzerebbero per una più forte vocazione locale (es: Zego o Ginger), e il 74% delle iniziative finanziate dalle piattaforme di *crowdfunding* non sono state nuove imprese ma progetti di associazioni no profit, di cui ben il 36% in ambito culturale (Pais, 2015). Osservando alcuni casi di studio di piattaforme italiane, queste rappresentano interessanti modelli d'impresa innovativi: è il caso di Sardex (Littera *et al.*, 2014; Sartori e Dini, 2016), startup che ha creato un circuito economico basato sull'omonima moneta complementare con lo scopo di rivitalizzare un'area economica depressa; o *TimeRepublik*, che nasce dall'idea di portare il sistema della banca del tempo in un ambiente digitale, che ha superato i 30.000 utenti registrati in oltre 120 paesi (Arcidiacono, 2016).

4. I limiti della condivisione

26 La stima del concreto valore generato dalle imprese della condivisione deve considerare anche i risultati delle prime analisi sul tema.

27 Un primo fattore di criticità proviene dagli studi di tipo giuridico che evidenziano come queste imprese tenderebbero a svilupparsi all'interno degli interstizi lasciati liberi dalla regolazione vigente. È evidente come queste start up pongano una serie di problemi giuridici rilevanti che crescono in base alla loro innovatività in termini di distribuzione di responsabilità e benefici (Smorto, 2015). Tali criticità sono classificabili in tre profili di rischio:

- sul piano delle tutele: in assenza di standard qualitativi di protezione dai "fallimenti" della collaborazione (la questione dell'assicurazione al centro di casi come Airbnb o di quello dell'home restaurant e del social eating);



- sul piano dell'inclusività: alcune persone possono essere escluse dal servizio o hanno più limitate possibilità di avvantaggiarsene o proteggersi in caso di reclamo;
- sul piano etico: dalla presenza di asimmetrie informative, come la questione di mancanza di trasparenza sugli algoritmi di codificazione reputazionale degli user, alle questioni fiscali (si pensi alla tassa di soggiorno per le piattaforme di *hosting*), alla privacy, ma anche la regolazione di quelle transazioni che si configurano come forme di lavoro occasionale e intermittente (es: il caso Uber Pop).

28 Quest'ultimo è il nodo più problematico in quanto la *sharing economy* ridefinisce le barriere che separavano tradizionalmente lavoro e consumo, professionismo e hobbismo, nel ripensamento complessivo delle logiche produttive ma anche dei sistemi di sicurezza così come sono stati fin qui concepiti⁸. L'inadeguatezza normativa in questo ambito sembra evidente (Dagnino, 2015): non solo si ripropongono problemi di carattere definitorio (alcuni *user* in specifiche categorie di servizi difficilmente rientrano nelle categorie giuridiche di lavoratore), ma soprattutto molte delle prestazioni erogate sono pagate al di fuori dei minimi tabellari, generando una concorrenza sleale sul mercato del lavoro legale e una strategia al ribasso delle imprese nella remunerazione della forza lavoro. Inoltre, gli user/lavoratori "in quanto *independent contractors*, non godrebbero del sistema di tutele approntato dal diritto del lavoro per i lavoratori subordinati" (ivi, 91).

29 La capacità d'innovazione dell'economia collaborativa è fortemente legata anche alla *governance* delle piattaforme, ovvero il passaggio dal *platform capitalism* al *platform cooperativism* (Scholz e Schnaider, 2015). La comunanza di elementi tra mondo cooperativo ed economia collaborativa sono molto forti (in particolare la rilevanza dei fattori relazionali, etici ma anche co-produttivi dell'azione economica) e il caso italiano rappresenta un terreno di grande fertilità per possibili interscambi tra le due esperienze. Tuttavia, se si guarda ai dati della mappatura italiana delle piattaforme *sharing*, si evidenzia che più del 50% sarebbero srl, e quasi un terzo si qualifica come start up innovativa in base al Dl. Crescita 2.0. Solo due casi si qualificano come cooperative tra le imprese censite. Inoltre, i risultati di una ricerca statunitense sottolineano il più elevato rischio di fallimento delle imprese *sharing* con un modello no-profit rispetto a quelle for profit (Schor e Fitzmaurice, 2015). Lo studio citato, mettendo a paragone diverse esperienze di condivisione, evidenzia come le prime spesso non si sviluppano per la difficoltà dei fondatori di portarle avanti o perché nel tempo mutano la loro natura o gli obiettivi costituenti, allentando i principi di solidarietà e comunità iniziali. In più, avrebbero più concreti problemi di risorse e scalabilità rispetto alle prime.

30 Per la valutazione delle opportunità della *sharing* come modello di mercato "orientato" dagli stessi consumatori – il cosiddetto *consumer capitalism* (Arcidiacono, 2013) – la ricerca si è concentrata molto sulla motivazione dei soggetti alla condivisione e sugli esiti delle loro interazioni. Sebbene alcuni analisti come Belk (2014, 17) evidenzino che "l'intenzione principale nella condivisione non è avere un riconoscimento o ottenere l'accesso a un servizio ma aiutare e sviluppare connessioni umane", le ricerche condotte finora sembrano smentirlo. Le ragioni che spingono a partecipare ai servizi collaborativi scaturirebbero da tre generi di ricompense: una ricompensa economica, una ambientale e una sociale. I dati disponibili evidenzerebbero (Owyang e Samuel, 2015; Altroconsumo, 2016) come la ricompensa economica è certamente la più importante tra le tre. La scelta di noleggiare o condividere un bene è quasi sempre una scelta strumentale e transitoria, motivata da esigenze economiche o da necessità di accesso a beni e servizi diversamente acquisibili (Moeller e Wittkowski, 2010). La dimensione proprietaria dei beni, seppur nel crescente interesse per la logica dell'accesso, manifesterebbe una forte resilienza al cambiamento, anche tra gli utilizzatori di questi servizi. Una ricerca condotta in Italia da Swg evidenzerebbe una maggiore disponibilità degli intervistati a condividere conoscenze e abilità professionali (circa l'80%) piuttosto che la propria casa (19%) o l'auto (34%) (Venturi e Zandonai, 2015). Se si considerano anche aspetti come l'impatto



ambientale, uno studio francese (Parguel *et al.*, 2016) ha dimostrato come forme di consumo, basate su piattaforme collaborative di baratto/riuso, non necessariamente sono indicatori di un comportamento di acquisto più sobrio e orientato alla sostenibilità, ma possono essere altresì coerenti con forme di sovraconsumo o di consumo compulsivo. Da segnalare anche lo studio di Martin e Shaheen (2010) sul car sharing che aumenterebbe le emissioni, incrementando l'accesso all'uso dell'automobile da parte di chi non la possiede, deviando dal trasporto pubblico, nonostante la pubblicizzazione del servizio venga giocata prevalentemente sul suo impatto ecologico.

31 Sulla dimensione socio-relazionale dei servizi *sharing*, alcune analisi su Couchsurfing, Relayrides o Zipcar (Fenton, 2013; Parigi e State, 2014; Bardhi e Eckhardt, 2012) evidenziano una produzione di capitale sociale di bassa qualità. Elevato livello di omofilia delle reti di scambio, e persino forme di discriminazione razziale e di classe si sono riscontrate nelle interazioni di condivisione con Airbnb o nei servizi di time-banking on line o di food sharing (Dubois *et al.*, 2014; Eldman e Luca, 2014; Schor e Fitzmaurice, 2015). La dimensione relazionale appare alquanto soccombente per quantità e qualità, realizzando in alcuni casi pratiche di reciprocità debole o d'interazione senza relazione. Coerentemente con l'analisi maussiana o simmelliana sul dono, non lo si può sempre definire un gesto solidaristico e spontaneo, ma anche come pratica coercitiva in qualche modo conflittuale. Come osserva Benkler (2004), il modello di scambio basato sulla condivisione non impedisce possibili costi di transazione o processi di esclusione selettiva, come nel più tradizionale scambio di mercato.

32 Anche il ruolo dell'Attore Pubblico sembra essere un fattore rilevante nell'economia di condivisione. Analisi comparative tra le cosiddette *sharing city* (Maclaren e Agyeman, 2015; Mazzucotelli e Pais, 2016) evidenziano una pluralità di strategie nella promozione di questa nuova economia in ambito urbano: modelli fortemente orientati dall'attore pubblico, come Seoul, o modelli bottom-up, come quello milanese, o ibridi, come Amsterdam e San Francisco. Tuttavia, una vera analisi sul diverso impatto "generativo" di queste strategie manca ancora dall'agenda di ricerca. Se è vero che i servizi di condivisione rifiutano ogni forma d'intermediazione, in qualche modo occorre chiedersi se ne possano prescindere o ne abbisognano per legittimarsi come innovazione sociale.

5. Condividere concetti e indicatori: una proposta di analisi sull'economia collaborativa

33 Analizzare l'innovazione delle startup della *sharing economy* significa ragionare in termini analitici che capitalizzino i contributi esposti per la costruzione di una cassetta degli attrezzi condivisa.

34 Il primo passo è "demitizzare" la *sharing economy*, riducendone l'elasticità e l'indeterminatezza concettuale. Cercando di combinare la definizione di criteri rigorosi con l'esigenza di una classificazione esaustiva, si è ritenuto necessario non fondarla sul concetto di condivisione ma bensì su quello più generale di *collaborazione*, quale forma di integrazione basilare e unificante tra le diverse pratiche osservate, secondo la scala di reciprocità fornita da Pais e Provasi (2015).

35 In quest'ottica, la *sharing economy* rappresenta più una sotto-categoria di un framing più ampio che chiameremo *economia collaborativa* (tab. 1), definibile come quel *sistema economico* basato su:

- lo scambio o messa sul mercato dell'*overcapacity* di un bene/servizio;
- un modello di consumo fondato sull'accesso e non sulla proprietà;
- su meccanismi che non escludono il ruolo del mercato;
- la riduzione dei confini tra produzione e consumo;

- la riduzione dei livelli di intermediazione tra chi eroga/usufruisce del prodotto/servizio;
- sulla concezione dell'oggetto scambiato come risorsa relazionale e non come bene rivale.

36 Tale modello si articola rispetto ai seguenti criteri -presenza di moneta, sistema di costruzione del prezzo, proprietà degli asset, ruolo della tecnologia, ruolo delle relazioni, appropriazione del valore, mercati di riferimento, tipologia dei meccanismi generativi della fiducia nelle transazioni- in tre sub-forme di scambio:

Tabella 1. Le forme dell'economia collaborativa

	<i>Collaborative economy</i>		
	<i>On Demand/ Renting Economy</i>	<i>Sharing Economy</i>	<i>New Barter Economy</i>
<i>Moneta</i>	Vi è sempre scambio monetario	Vi può essere scambio di denaro	Non vi è scambio monetario
<i>Pricing/Valore dello scambio</i>	Deciso da chi possiede la piattaforma o gli asset (non user)	Contrattazione tra user mediata dalle regole della piattaforma	Contrattazione diretta tra soggetti
<i>Asset</i>	Di proprietà di chi possiede la piattaforma o degli user	Di proprietà degli user	Di proprietà degli user
<i>Forme di integrazione prevalente</i>	Mercato	Reciprocità	Condivisione
<i>Regolazione</i>	Formale	Tra formale e informale	Informale
<i>Tecnologia</i>	Sistema di accesso al servizio	Piattaforma abilitante	Elemento accessorio
<i>Relazione</i>	Transitorie e di Mediazione Venditore/ Consumatore	Relazioni occasionali tra pari, prevalentemente on line	Relazioni durature tra pari, prevalentemente off line
<i>Appropriazione di valore</i>	Chi possiede la piattaforma di servizio	Il valore parzialmente rimane ai soggetti dello scambio	Il valore totalmente rimane ai soggetti dello scambio
<i>Mercato di riferimento</i>	Prevalentemente nazionale o multinazionale	Prevalentemente locale o nazionale	Prevalentemente locale
<i>Fiducia</i>	Prevalentemente basata sul Brand	Fondata su algoritmi reputazionali on line	Fondata sull'appartenenza a una specifica comunità

1. *on demand/renting economy*: transazioni che hanno come oggetto asset di proprietà di un attore individuale o collettivo che mette a disposizione l'*overcapacity* di un bene/servizio ad altri user, anche (non esclusivamente) attraverso l'uso di piattaforme digitali. In questo caso vi è sempre uno scambio monetario, la cui entità è stabilita dall'agente che abilita o media la transazione e/o possiede la piattaforma e gli asset, appropriandosi di buona parte del valore

economico generato. Si tratta di uno scambio in cui i meccanismi di attribuzione fiduciaria al provider seguono i tradizionali meccanismi di mercato (pubblicità e reputazione del brand). Es: Netflix, Uber, Car2go, Taskrabbit;

2. *sharing economy*: transazioni tra pari abilitate attraverso una piattaforma digitale che in qualche modo disciplina la contrattazione tra le parti, anche quando assume carattere monetario, appropriandosi di una parte del valore generato. Si tratta di esperienze con ambizioni globali, ma che nella maggior parte dei casi si concentrano su mercati nazionali o locali. Le relazioni sono perlopiù transitorie e strumentali, mediate da sistemi fiduciari basati su rating reputazionali on line. Es: digital time-banking (TimeRepublik), monete complementari (Sardex), car pooling (BlaBlacar, GogoBus), file sharing (Emule, bitTorrent) o servizi di condivisione di alloggio (Airbnb, Coachsurfing), o servizi di social eating (Eatwith, Gnammo), ecc.

3. *new barter economy*: transazioni che hanno come oggetto un bene/servizio all'interno di reti di pari, spesso territorialmente definite e a carattere per lo più locale, prive di mediazione monetaria e in cui la tecnologia agisce solo come fattore di facilitazione ma non come fattore abilitante alle relazioni, che possono preesistere allo scambio e in qualche modo lo superano. Il valore rimane esclusivamente ai diretti interlocutori e si esprime sotto forma di rafforzamento dei legami fiduciari tra gli stessi. Es: baratto/riuso, bookrunning, tool library, orti sociali, scambi di cibo, social street, banche del tempo tradizionali, ecc.

37 Da questa necessaria operazione di delimitazione semantica dell'oggetto di studio possono individuarsi due aree d'indagine sociologica:

- a. l'analisi dei fattori chiave che ne influenzano lo sviluppo;
- b. l'analisi dell'impatto socio-economico generato in uno specifico territorio.

38 L'individuazione dei fattori socio-istituzionali (tab. 2) appare un ambito tematico d'interesse per chi si propone di spiegare la varietà organizzativo-relazionale che questo modello può assumere. Si tratta di valutare quanto le caratteristiche peculiari dell'ambiente incidono sul successo, innovatività o esportabilità di una specifica pratica o piattaforma. Per l'individuazione dei fattori chiave si è partiti dai contributi della *political economy comparata* sull'individuazione delle dimensioni istituzionali che favoriscono la capacità innovativa delle imprese (Soskice, 1993) per spiegare la varietà dei capitalismi, con particolare riferimento agli elementi distintivi dei capitalismi mediterranei (Amable, 2003).

39 Si è arrivati così a elaborare la seguente tavola (tab. 2), articolata per ambiti di mercato:

Tabella 2. Fattori chiave dell'economia collaborativa per aree istituzionali rilevanti

Prodotto	Lavoro	Finanza	Formazione	Sicurezza sociale
Rilevanza dell'Ict e della digital economy	Deregolamentazione e flessibilità	Deregolazione del sistema finanziario	Formazione orientata in senso "digital"	Ricalibratura e ruolo del terzo settore e del privato nel welfare mix
Grado di maturità del mercato "consumer"	Struttura job matching forza lavoro a media e alta qualificazione	Incentivi economia digitale, start up e smart communities	Diffusione Incubatori/Fab Lab/Hackaton	Sistema di protezione e rappresentanza del consumatore
Espansione e-commerce	Social recruitment/ Crowdsourcing	Ruolo dei Private Equity Funds, Business Angels,	Relazioni e progettualità tra istituzioni formative e imprese	Radicamento e diffusione di forme tradizionali di economia del dono/reciprocità

		Venture Capitalist		Ruolo soggetti collettivi non istituzionalizzati (commoners, open data activist, ecc.)
Diffusione social network	Lavoro autonomo (free lance e gig economy)	Evoluzione dei sistemi tecnologici di pagamento delle transazioni	Politiche attive del lavoro, Learnfare e imprenditorialità	

1. di *prodotto*: il diverso grado di competizione e sviluppo di servizi digitali e del comparto Ict, ma anche il grado di “maturità” del mercato consumer rispetto ai trend più coerenti con lo sviluppo dei servizi collaborativi, come quello della ricerca dell’affare, della sostenibilità e della co-produzione;
2. del *lavoro*: il diverso grado di deregolamentazione e flessibilizzazione, le caratteristiche strutturali in termini di matching, per finire con l’espansione degli strumenti digitali nei processi di reclutamento delle risorse umane (dal social recruiting, al *crowdsourcing*);
3. *finanziario*: sia sotto il profilo del livello di deregolazione del sistema sia per il diverso peso e ruolo esercitato da investitori come Private Equity, Business Angels, Venture Capitalist. In questo ambito vanno anche considerate le risorse pubbliche messe a disposizione in termini d’incentivazione per l’economia digitale, le start up e le *smart communities*;
4. *formativo*: lo sviluppo di “infrastrutture” culturali funzionali all’economia digitale e alla collaborazione, che guardano tanto allo spazio riconosciuto alla cultura digitale tanto alla creazione e promozione di spazi di contaminazione (come incubatori, fab-lab, hackaton) che svolgono un ruolo essenziale nella costruzione di un tessuto di beni collettivi necessari all’innovazione (Manzo e Ramella, 2015);
5. *della sicurezza sociale*: dai processi di ricalibratura del welfare mix, con particolare riferimento al ruolo del privato e del terzo settore, alle tradizioni culturali preesistenti su pratiche di economia del dono e di reciprocità. Un’attenzione peculiare va anche riservata ai sistemi di garanzia e protezione dei consumatori/utenti e al ruolo svolto anche da soggetti collettivi non istituzionalizzati nella promozione del bene comune (commoners, opendatari, ecc.).

40 In relazione all’analisi d’impatto socio-economico, il dibattito sociologico deve iniziare a concentrarsi sulla costruzione di una *dashboard* di indicatori. La complessità in termini generativi e di ricadute del fenomeno, impone un modello di valutazione multidimensionale che non si appiattisca sui soli indicatori economici. Spesso è stato evidenziato come l’economia collaborativa rappresenti una delle opportunità più concrete per un modello di sviluppo sostenibile, articolato nelle tre dimensioni: economico, ambientale e sociale. Sul concetto di sviluppo sostenibile, tuttavia, si stenta ancora oggi a trovare misure affidabili e condivise all’interno della comunità scientifica (Montiel e Delgado, 2014). Inoltre, il concetto di sostenibilità trascurerebbe una dimensione importante che è quella politica, ovvero gli effetti in termini di regolazione, apertura e co-produzione nella sfera pubblica. Si è provato, pertanto, a tratteggiare un alternativo set di indicatori articolato in quattro aree d’impatto individuabili in base agli *imperativi funzionali* dello schema Agil di Talcott Parsons (1965). Diversi studi internazionali evidenziano l’utilità dello schema Agil per la valutazione d’impatto (Munch, 1987; Shye, 1989; Alexander, 2004) dimostrando, nonostante le numerose criticità, la concreta attualità del modello proposto dal sociologo statunitense.

41 La valutazione d’impatto dell’economia collaborativa andrebbe così articolata nei diversi sottosistemi:

1. *adattivo/economico*, relativo alla sfera di produzione delle risorse a partire dall’incremento generato in termini di ricchezza materiale, occupazione e intensità delle transazioni. Tuttavia, non ci si può fermare a tali fattori solo sotto il profilo quantitativo ma anche sotto quello qualitativo: a partire da dimensioni

rilevanti come l'impatto ambientale (riduzione spreco, riduzione emissioni o del consumo di suolo), le ricadute occupazionali nei confronti dei soggetti più deboli sul mercato (giovani, disoccupati di lungo periodo, donne, migranti, disabili) o in termini di stabilità/ precarietà;

2. *direzionale/politico*, le ricadute nella sfera pubblica di governo in termini di apertura e trasparenza dei processi decisionali che mettano al centro la collaborazione con la cittadinanza per la co-gestione di servizi, spazi e altri beni comuni;
3. *integrazione/relazione*, gli effetti di queste pratiche in termini di beni relazionali, capitale sociale e reti comunitarie;
4. *valoriale/culturale*, che attiene all'impatto sui valori che sottendono al modello dell'economia collaborativa, dalla sobrietà alla preminenza del valore d'uso rispetto a quello di proprietà.

6. Conclusioni: conoscere per regolare

42 Dalla disamina sul tema dell'economia collaborativa emerge soprattutto la sua "eterogeneità" imprenditoriale. Gli esempi di imprese collaborative esaminate sembrano spesso lontane dall'interesse esplicito di "hackerare" i sistemi dominanti o i modelli estrattivi di tipo capitalistico, come appare in molta letteratura *pro-sharing*. I casi più noti e di maggiore successo sono perlopiù multinazionali di origine statunitense e sono rappresentativi di una certa profittabilità della *sharing*, ma non certo della sua capacità di rappresentare un modello alternativo di scambio economico. Inoltre, le caratteristiche di questi casi negherebbero anche che si tratti di un sistema di scambio totalmente orizzontale e disintermediato. La loro notorietà e performance sancirebbero piuttosto (ancora una volta) l'intraprendenza del modello capitalistico tradizionale nell'assimilare codici e strategie dei modelli "antagonisti", attraverso la costruzione di *ibridi organizzativi* (Haigh e Hoffman, 2012), a cavallo tra modelli imprenditoriali tradizionali e nuove forme di business sostenibile, e attraverso la capacità di mobilitare risorse e sviluppare più efficacemente strategie di scalabilità.

43 I dati esaminati sembrano dare poi una chiara immagine del caso italiano e della sua distanza con i mercati più maturi, che, di fatto, hanno svolto un ruolo importante nella creazione di un *framing culturale* favorevole all'iniziativa imprenditoriale collaborativa. Tuttavia, il caso italiano sembra interpretare anche le precise caratteristiche di un sistema capitalistico basato perlopiù sul capitale umano ed economico dei suoi imprenditori, con una più forte vocazione all'economia locale e al sociale.

44 Infine, le imprese dell'economia collaborativa pongono una serie di sfide conoscitive per il sociologo ma anche per il regolatore. Ciò determinerebbe un inedito campo di convergenza tra ricerca e azione politica, in quanto le scelte regolative, oggi in discussione in ambito europeo e nazionale, non possono prescindere da una più approfondita comprensione del fenomeno. Ciò eviterebbe il rischio di una regolazione "coercitiva" in senso durkeihmiano, inadeguata e controproducente, che può generare incertezza tra gli utilizzatori e tra chi vuole intraprendere nell'economia collaborativa.

45 Gli studi sul tema mostrano a oggi l'incapacità di valutare con chiarezza il concreto impatto dell'economia collaborativa e di comprendere i motivi di successo e insuccesso a livelli sistemico. Su tale evidenza pesa l'assenza di definizioni e criteri comuni che sviluppino percorsi di ricerca comparativa e che permettano di andare oltre lo studio di caso, che finora ha rappresentato l'unico percorso di analisi efficace per approfondire motivazioni e implicazioni delle transazioni collaborative.

46 La definizione proposta permetterebbe di valorizzare percorsi di ricerca che riescano a mettere insieme sia l'eterogeneità imprenditoriale, sia le specificità dei modelli di scambio collaborativo. Inoltre, dall'applicazione della classificazione proposta è facile dedurre come la maggior parte delle riflessioni critiche e delle perplessità avanzate riguardino più la *renting economy* che le pratiche *sharing*, su cui la ricerca appare assai meno prolifica e più frammentata.



- 47 Tuttavia, valutare l'innovatività dell'economia collaborativa significa anche aprirsi a un'ottica analitica di tipo macro ma che non si limiti ai soli indicatori di performance. Da qui la necessità di applicare le categorie e l'approccio della *comparative political economy* al fine di comprendere la "varietà" di modelli di economia collaborativa, che in qualche modo si riesce a scorgere già rispetto ad analisi citate.
- 48 Tuttavia, la complessità in termini generativi del fenomeno comporta la necessità di compiere uno sforzo ulteriore per la creazione di un modello di valutazione multidimensionale orientato alla triangolazione metodologica, capace di produrre dati sufficienti nelle quattro aree d'impatto individuate. In particolare, l'area dell'impatto sociale e relazionale sembrerebbe quella più sfidante ma anche quella su cui si concentrano le maggiori aspettative e criticità, richiamando la necessità di maggiori approfondimenti e di tecniche di misurazione. In particolare, è necessario avviare un percorso di ricerca per l'individuazione e la validazione puntuale degli indicatori all'interno delle aree d'impatto evidenziate, ad esempio attraverso il ricorso a tecniche come il *metodo delphi*.

Bibliografia

- Alexander J.C. (2004), *From the depths of despair: Performance and counter-performance on September 11*, «Sociological Theory», 22, 1, pp. 88-105.
- Altimeter (2013), *The Collaborative Economy-Full Report*, San Mateo, CA, <http://www.collaboriamo.org/media/2014/04/collabecon-draft16-130531132802-phpapp02-2.pdf>.
- Altroconsumo (2016), *Sharing economy: quando il valore è partecipato*, Milano, <https://www.altroconsumo.it/organizzazione/media-e-press/comunicati/2016/iocondivido-sharing-economy-giornata-mondiale-consumatore>.
- Amable B. (2003), *The Diversity of Modern Capitalism*, London, Oxford University Press.
DOI : 10.1093/019926113X.001.0001
- Arcidiacono D. (2008), *Dal consumismo al consumerismo. Un'indagine nella città di Catania*, «Meridiana», 62, pp. 177-205.
- Id. (2013), *Consumatori attivi. Scelte d'acquisto e partecipazione per una nuova etica economica*, Milano, Franco Angeli.
- Id. (2016), *Il tempo nell'economia fondamentale tra sharing economy e personal branding: il caso del Time Banking on line*, «Sociologia del Lavoro», 142, pp. 98-114.
- Arvidsson A., *Pubblici produttivi*, in Arvidsson A., Giordano A. (a cura di) (2013), *Society Reloaded. Pubblici produttivi e innovazione sociale*, Milano, Egea.
- Bardhi F., Eckhardt G.M. (2012), *Access-based consumption: the case of car sharing*, «Journal of Consumer Research», 39, 4, pp. 881-898.
- Belk R. (2014), *Sharing versus pseudo-sharing in Web 2.0*, «Anthropologist», 18, 1, pp. 7-23.
DOI : 10.1080/09720073.2014.11891518
- Benkler Y. (2004), *Sharing nicely: On shareable goods and the emergence of sharing as a modality of economic production*, «Yale Law Journal», 114, pp. 273-358.
DOI : 10.2307/4135731
- Benkler Y., Nissenbaum H. (2006), *Commons-based peer production and virtue*, «The Journal of Political Philosophy», 14, pp. 394-419.
DOI : 10.1111/j.1467-9760.2006.00235.x
- Bonomi A., Della Puppa F., Masiero R. (2016), *La società circolare. Fordismo, capitalismo molecolare, sharing economy*, Roma, DeriveApprodi.
- Botsman R., Rogers R. (2010), *What's mine is yours: The rise of collaborative consumption*, London, Harper Business.
- Capeci F. (2015), *Sharing economy italiana: chi, cosa, quanto... quando e dove?*, Milano, Tns.
- Coleman J. (2005), *Fondamenti di teoria sociale*, Bologna, il Mulino.
- Cuono M. (2015), *In principio era il mercato, poi venne la rete. Disintermediazione, spontaneità, legittimità*, «Iride», 28, 2, pp. 305-317.
- Dagnino E. (2015), *Il lavoro nella on-demand economy: esigenze di tutela e prospettive regolatorie*, «Labour and Law Issues», 1, 2, pp. 87-106.
- Dubois E.A., Schor J., Carfagna L. (2014), *New cultures of connection in a Boston time bank*, in Schor J.B., Thompson C.J. (a cura di), *Sustainable Lifestyles and the Quest for Plenitude: Case Studies of the New Economy*, New Haven, Yale University Press.



- Edelman B., Luca M. (2014), *Digital Discrimination: The Case of Airbnb.com*, Cambridge MA, Harvard Business School.
DOI : 10.2139/ssrn.2377353
- European Parliament (2016), *The Cost of Non Europe in the Sharing Economy*, Bruxelles.
- Fenton A. (2013), *Making Markets Personal: Exploring Market Construction at the Micro Level in the Car-sharing and Time Bank Markets*, Cambridge MA, -Harvard University.
- Frenken K. Meelen T. Arets M. Van de Glind P. (2015), *Smarter regulation for the sharing economy*, «The Guardian», 20 Maggio.
- Gouldner, A.W. (1960), *The norm of reciprocity: a preliminary statement*, «American Sociological Review», 25, 2, pp. 161-178.
DOI : 10.2307/2092623
- Granovetter M. (1985), *Economic action and social structure: The problem of embeddedness*, «American Journal of Sociology», 91, pp. 481-510.
DOI : 10.1086/228311
- Haigh N., Hoffman A. (2012), *Hybrid organizations: The next chapter of sustainable business*, «Organizational Dynamics», 41, pp. 126-134.
DOI : 10.2139/ssrn.2933616
- Ipsos (2014), *La sharing economy e gli italiani*, Milano.
- Littera G., Sartori L., Dini P., Panayotis A. (2014), *From an idea to a scalable working model: Merging economic benefits with social values in Sardex*, «Lse Research Online», November, pp. 1-20.
- Mainieri M. (2015), *Sharing economy: la mappatura delle piattaforme italiane 2015*, www.collaboriamo.org.
- Manzo C., Ramella F. (2015), *Fab labs in Italy: Collective goods in the sharing economy*, «Stato e Mercato», 105, 3, pp. 379-418.
- Martin E.W., Shaheen S.A. (2010), *Greenhouse Gas Impacts of Car Sharing in North America*, San Jose, Mineta Transportation Institute.
- Mauss M. (1924), *Essai sur le don. Forme et raison de l'échange dans les sociétés archaïques*, «L'Année Sociologique», I, pp. 130-186.
- Mazzacuotelli S., Pais I. (2017), *Sharing economy as an urban phenomenon: Examining policies for sharing cities*, in Meill P., Kirovpp V. (a cura di), *Policy Implications of Virtual Work*, London, Springer, pp. 199-228.
- McLaren D., Agyeman J. (2015), *Sharing Cities. A Case from Truly Smart and Sustainable Cities*, Cambridge MA, The The Mit Press.
- Moeller S., Wittkowski K. (2010), *The burdens of ownership: Reasons for preferring renting*, «Managing Service Quality: An International Journal», 20, 2, pp. 176-191.
- Montiel I., Delgado-Ceballos J. (2014), *Defining and measuring corporate sustainability: Are we there yet*, «Organization & Environment», 27, 2, pp. 113-139.
DOI : 10.1177/1086026614526413
- Morace F. (2015), *Crescita felice. Percorsi di futuro civile*, Milano, Egea.
- Munch R. (1987), *Theory of Action. Towards a New Synthesis Going beyond Parsons*, London, Routledge.
- Nesta (2014), *Making Sense of the Collaborative Economy in UK*, London, <http://www.nesta.org.uk/publications/making-sense-uk-collaborative-economy>.
- Observatoire de la Confiance (2014), *La confiance en commun*, Paris, LE Groupe La Poste.
- Owyang J. (2014), *Sharing is the New Buying: How to Win in the Collaborative Economy*, New York, Crowd Companies.
- Owyang J., Samuel A. (2015), *The New Rules of Collaborative Economy*, New York, Crowd Companies.
- Pais I. (2015), *Il crowdfunding in Italia. Report 2015*, Milano, Tim - Università Cattolica del Sacro Cuore.
- Pais I., Provasi G. (2015), *Sharing economy: A step towards "re-embedding" the economy?*, «Stato e Mercato», 105, 3, pp. 347-377.
- Parguel B., Lunardo B., Benoit-Moreauc F. (2016), *Sustainability of Collaborative Consumption in Question: When Second-hand Peer-to-peer Platforms Stimulate Green Consumers' Impulse Buying and Overconsumption*, Paris, 2nd International Workshop on the Sharing Economy, January 28-29.
- Parigi P., State B. (2014), *Disenchanted world: The impact of technology on relationships*, «Social Informatics», 8851, pp. 166-182.
- Parsons. T. (1965), *An outline of the social system*, in Parsons T. et al., *Theories of Society*, New York, Free Press.



- Polanyi K. (1957), *The Great Transformation: The Political and Economic Origins of Our Time*, Boston, Beacon Press.
- Pwc (2015), *The Sharing Economy*, New York, Consumer Intelligence Series.
- Reich R. (2015), *Saving Capitalism: For the Many, Not the Few*, New York, Knopf.
- Rifkin J. (2014), *La società a costo marginale zero. L'Internet delle cose, l'ascesa del "Commons" collaborativo e l'eclissi del capitalismo*, Milano, Mondadori.
- Rogers E.M. (1962), *Diffusion of innovations*, New York, Free Press.
- Sartori L., Dini A. (2016), *From complementary currency to institution: A micro-macro study of the Sardex mutual credit system*, «Stato e Mercato», 2, pp. 273-304.
- Sayer A. (2015), *Why We Can't Afford the Rich*, Bristol, Policy Press.
DOI : 10.2307/j.ctt1t89fd6
- Scholz T., Schneider N. (2015), *The People's Uber: Why The Sharing Economy Must Share Ownership*, <http://www.fastcoexist.com/>.
- Schor J.B., Fitzmaurice C.J. (2015), *Collaborating and connecting: The emergence of the sharing economy*, in Reisch L., Thøgersen J. (a cura di), *Handbook on Research on Sustainable Consumption*, Cheltenham, Edward Elgar.
- Schumpeter J.A. (1949), *Economic theory and entrepreneurial history*, in Wohl R.R. (a cura di), *Change and the Entrepreneur: Postulates and the Patterns for Entrepreneurial History*, New York, Harvard University Press.
- Schor J. (2014), *Debating sharing economy*, in *Great Transition Initiative*, <http://www.greattransition.org/>.
- Shye S. (1989), *The systematic life quality model: A basis for urban renewal evaluation*, «Social Research Indicators», 21, pp. 343-378.
- Simmel G. (1907), *Philosophie des Geldes*, Leipzig, Duncker & Humblo.
DOI : 10.3790/978-3-428-01411-8
- Smorto G. (2015), *Verso la disciplina giuridica della sharing economy*, «Mercato concorrenza regole», XVII, 2, pp. 245-277.
- Soskice D. (1993), *Product Market and Innovation Strategies of Companies and Their Implications for Enterprise Tenure: A Comparative Institutional Approach to Cross-Country Differences*, Berlin, Wissenschafts Zentrum.
- Swedberg R. (2000), *Entrepreneurship: The Social Science View*, London, Oxford University Press.
- Venturi P., Zandonai F. (2015), *L'evoluzione del mercato*, in Aa. Vv., *Sharing economy. Come funziona l'evoluzione sociale e che cosa ci possiamo fare*, Milano, Nova Edu 04.

Note

1 Il decreto 221/2012 Crescita 2.0, art. 25 fa riferimento alle start up innovative come imprese che hanno come oggetto sociale, esclusivo o prevalente, lo sviluppo, la produzione e la commercializzazione di prodotti o servizi innovativi ad alto valore tecnologico. Seguono per lo più criteri di carattere tecnico o di spesa: per esempio, entità degli investimenti in ricerca e sviluppo sono uguali o superiori al 15% del maggiore valore fra costo e valore totale della produzione; o l'essere depositaria o licenziataria di almeno una privativa industriale relativa a un'invenzione industriale, biotecnologica, ecc. Tali criteri mostrano una concezione assai restrittiva del concetto d'innovazione.

2 Da quella del Comitato Europeo delle Regioni fino al recente parere dell'Antitrust al Parlamento Nazionale di disciplinarne il business e almeno due disegni di legge sul tema presentati tra Camera e Senato, fino a interventi settoriali come la recente legge appena approvata sull'home restaurant.

3 Si tratta di un sistema organizzato per il prestito attrezzature e materiali sia gratuitamente sia a noleggio.

4 <http://www.thepeoplewhoshare.com>.

5 Tale stima è stata fornita durante la *Evolutionary Wave* dedicata all'economia collaborativa organizzata da Mosaicoon e Phd, ma difficile dire quanto possa essere attendibile.

6 Seppur il commercio digitale sia in forte crescita, secondo di dati dell'E-Commerce Foundation (2014) l'Italia ha un indice di *internet penetration* del 61%, il secondo più basso dell'area Sudeuropea (dopo la Turchia), mentre paesi come Francia, Germania e UK oscillano tra l'84 e il 91%, rappresentando solo il 3,1% del mercato e-commerce in Europa contro il 29,4% di UK, 17,4% della Germania e il 14% della Francia.

7 In Italia il 60% dei consumatori intervistati sui servizi in condivisione reclamano più garanzie così come il 56% chiede più tutela delle informazioni personali on line (Capeci, 2015).

8 In particolare nelle normative sul consumo europeo la differenza tra consumatore e professionista è essenziale sotto il profilo dei meccanismi di tutela.

Per citare questo articolo

Notizia bibliografica

Davide Arcidiacono, « Economia collaborativa e startup: forme alternative di scambio economico o mito della disintermediazione? », *Quaderni di Sociologia*, 73 | 2017, 29-47.

Notizia bibliografica digitale

Davide Arcidiacono, « Economia collaborativa e startup: forme alternative di scambio economico o mito della disintermediazione? », *Quaderni di Sociologia* [Online], 73 | 2017, online dal 01 ottobre 2017, consultato il 30 juillet 2020. URL: <http://journals.openedition.org/qds/1656>; DOI: <https://doi.org/10.4000/qds.1656>

Questo articolo è citato da

- Arcidiacono, Davide. Loconto, Allison. Maestripieri, Lara. Podda, Antonello. (2018) Introducing the wave of the prosumers in the age of labour market shattering. *SOCIOLOGIA DEL LAVORO*. DOI: 10.3280/SL2018-152001
- Spillare, Stefano. Paltrinieri, Roberta. Marciante, Lucia. (2018) From Civic Food Networks to Civic Food Platforms: collaboration, trust and empowerment in the New Food Economy. *SOCIOLOGIA DEL LAVORO*. DOI: 10.3280/SL2018-152007

Autore

Davide Arcidiacono

Dipartimento di Sociologia - Università Cattolica "Sacro Cuore", Milano - davide.arcidiacono@gmail.com

Diritti d'autore



Quaderni di Sociologia è distribuita con Licenza Creative Commons Attribuzione - Non commerciale - Non opere derivate 4.0 Internazionale.