

Guido Smorto

Economia della condivisione e antropologia dello scambio

The sharing economy and the anthropology of exchange. The article analyzes the distinctive economic models based on sharing that proliferated with the rise of web 2.0 (or social web). In particular, it analyzes what sharing means in different contexts (material and immaterial goods, and services) and it questions whether sharing can be seen as a discrete category, different from both market exchange and gift. Finally, the article questions the role of law with respect of these new economic activities.

Keywords: Sharing, Sharing economy, Market exchange, Gift; Internet.

1. Verso una nuova età della condivisione

Dopo una fase iniziale in cui la rete è stata soprattutto una vetrina di contenuti di tipo statico fruiti in modo passivo dagli utenti, negli ultimi quindici anni abbiamo assistito all'affermazione di una seconda età del web, caratterizzata da un maggiore coinvolgimento degli utenti e basata sulla partecipazione attiva e sui contributi dei singoli fruitori (c.d. *web 2.0* o *social web*)¹. Sfruttando queste architetture sono nati molti modelli economici basati su meccanismi di "condivisione". Rimasta alla periferia nell'era dell'economia industriale, la condivisione trova oggi nei *digital network* una nuova centralità², al punto da far parlare di una vera e propria "new

¹ L'espressione *web 2.0* è stata coniata da Tim O'Reilly nel corso della prima conferenza sul tema. A tal proposito, cfr. T. O'Reilly, *What is Web 2.0*, Sept. 2009, <http://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html?page=1>.

² Y. Benkler, *Sharing Nicely: On Shareable Goods and the Emergence of Sharing as a Modality of Economic Production*, 114 *Yale L.J.* 273, 278 (2004): "The capital cost of effective economic action in the industrial economy shunted sharing to its peripheries-to households in the advanced economies, and to the global economic peripheries that have been the subject of the anthropology of gift or common property regime literatures. The emerging restructuring of capital investment in digital networks-in particular the phenomenon of user-capitalized computation and communications capabilities-is at least partly reversing that effect."

era of sharing”³.

Un’analisi sull’evoluzione della lingua sembrerebbe confermare questa tendenza.

Negli ultimi anni abbiamo assistito ad un uso pervasivo del termine “condivisione” e dell’espressione “economia della condivisione” o, più spesso, del suo equivalente inglese *sharing economy*: un’ascesa costante consacrata nel 2015 dal prestigioso *Oxford Dictionary*, il quale ha accolto *sharing economy* tra i neologismi, definendolo come “un sistema economico nel quale beni o servizi sono condivisi tra privati, gratuitamente o in cambio di una somma di denaro, tipicamente attraverso internet”⁴.

Questa pervasività nell’uso linguistico dell’espressione condivisione nelle sue diverse declinazioni ha prevedibilmente generato notevole confusione⁵. “Condividere” sembra essere diventato un imperativo ineludibile della rete, ed economia della condivisione un’espressione usata per designare pratiche e comportamenti – *online*, ma talvolta anche *offline* – anche molto diversi tra loro per meccanismi di *governance*, centralizzati o diffusi, e per gli scopi, di profitto o di tipo sociale⁶.

Di condivisione si parla innanzitutto con riferimento a forme di sfruttamento in comune di beni tanto materiali, dalle automobili alle stanze libere, e immateriali come musica, film e libri (*file sharing*). Altre volte il termine è utilizzato per designare pratiche che istaurano un regime comune di sfruttamento delle informazioni – *commons-based peer production* – come *l’open software* (Linux), *l’open hardware* (Arduino) ed in generale l’economia dell’informazione (Wikipedia)⁷.

³ R. Belk, *Sharing*, in 37 *Journal of Consumer Research*, 715, 2010; Id., *Sharing Versus Pseudo-Sharing in Web 2.0*, 18 (1) *Anthropologist* 7 (2014). Cfr. Anche V. Grassmuck, *The Sharing Turn: Why we are generally nice and have a good chance to cooperate our way out of the mess we have gotten ourselves into*, in W. Sützl, F. Stalder, R. Maier, T. Hug (eds.), *Cultures and Ethics of Sharing / Kulturen und Ethiken des Teilens*, Innsbruck, 2012.

⁴ “An economic system in which assets or services are shared between private individuals, either for free or for a fee, typically by means of the Internet, e.g. thanks to the sharing economy you can easily rent out your car, your apartment, your bike, even your wifi network when you don’t need it”, <http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/sharing-economy>.

⁵ R. Botsman, *The Sharing Economy Lacks a Shared Definition*, in *Fast Company*, 21-11-2013, <http://www.fastcoexist.com/3022028/the-sharing-economy-lacks-a-shared-definition>.

⁶ V. Kostakis, M. Bauwens, *Network Society and Future Scenarios for a Collaborative Economy*, Basingstoke UK, 2014, distinguono le soluzioni astrattamente adottabili in base alla presenza o meno di forme di accumulazione del capitale o alla comunità e ai beni comuni, dalla cui combinazione risultano quattro quadranti, i quali identificano altrettanti futuri “scenari”, orientati alternativamente all’accumulazione del capitale (*metarchical* o *distributed capitalism*) o alla comunità e ai beni comuni (*resilient communitites* e *global commons*).

⁷ *Commons-based peer production* sono quei sistemi decentrati di organizzazione produttiva – alternativi tanto al mercato quanto all’impresa – in cui una comunità di soggetti non legati

L'espressione è impiegata anche per descrivere l'erogazione diretta di servizi *peer-to-peer*, ossia da parte di non professionisti. In questo caso ad essere condivisi sarebbero il tempo libero e le capacità individuali⁸. Quest'uso così pervasivo dell'espressione "condividere" non può stupire: il termine "condivisione" evoca comportamenti virtuosi e positivi e ha dato luogo ad una sorta di *sharing washing* simile a quel *green washing* che ha accompagnato il progressivo successo della c.d. *green economy*. Lo dimostrano anche i continui inviti che campeggiano sui *social network* a "condividere" con gli altri utenti foto, video, opinioni, pensieri o persino informazioni con terze parti (cioè a prestare il consenso alla cessione e all'utilizzo dei propri dati a società commerciali per scopi di lucro)⁹.

Così, secondo alcuni osservatori il verbo "condividere" starebbe perdendo gran parte del suo significato¹⁰ mentre "economia della condivisione" sarebbe espressione fuorviante, da utilizzare per ragioni di co-

tra loro, con motivazioni diverse e spesso non economiche, conferisce il proprio apporto alla definizione ed al compimento di un dato progetto finalizzato alla creazione di beni comuni (*commons*) in un regime aperto di accesso alle risorse. L'espressione è stata coniata da Y. Benkler, *Coase's Penguin, or, Linux and The Nature of the Firm*, in 112 *Yale L.J.* 369 (2002), mentre l'identificazione del concetto si trova già in E. Moglen, *Anarchism Triumphant: Free Software and the Death of Copyright*, vol. 4, no. 8, in *First Monday* 1 (2.8.1999), <http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/684/594>. Per una ricostruzione del fenomeno si rinvia a Y. Benkler, *The Wealth of Networks. How Social Production Transforms Markets and Freedom*, New Haven, 2006. Molti osservatori considerano tale modello organizzativo passibile di applicazioni significative ben al di fuori di questi confini. Cfr., ad esempio, J. Rifkin, *The Zero Marginal Cost Society. The Internet of Things, The Collaborative Commons, and the Eclipse of Capitalism*, New York, 2014; tr. it *La società a costo marginale zero. L'internet delle cose, l'ascesa del "commons" collaborativo e l'eclissi del capitalismo*, Milano, 2014.

⁸ In senso critico v. G.M: Eckhardt, F. Bardhi, *The Sharing Economy Isn't About Sharing at All*, *Harvard Business Review*, 2015, <https://hbr.org/2015/01/the-sharing-economy-isnt-about-sharing-at-all>; M. Loukides, *What passes for sharing these days*, in *O'Reilly Media*, 2016, <https://www.oreilly.com/ideas/what-passes-for-sharing-these-days>.

⁹ N.A. John, *Sharing and web 2.0: The emergence of a keyword*, in 15 *New Media and Society* 167 (2013), doi:10.1177/1451444812450684; Id., *The social logics of sharing*, in 1 *The Communication Review*, 113, 2013.

¹⁰ Cfr. P. Romer, *Talkin' bout a Revolution*, NYU Marron Institute of Urban Management, Jun 3, 2015, <http://marroninstitute.nyu.edu/content/blog/talkin-bout-a-revolution>: «The word "sharing" is now used to mean two very different things. Several people can share (= travel together in) a minibus. Or several different people can share (= take turns using) a rental car. The first use is the traditional one. The second has spun up from the hype around "the sharing economy." No consensus emerged around two simple words that we could use in place of share that convey these two different meanings. (Serial monogamy versus polygamy was good for a laugh.) Think about the potential for confusion in a discussion about sharing in the context of S2S trips where one person is thinking of a subway and the other is picturing a convoy of self-driving single person vehicles. Avoiding "share" does seem like a necessary concession to clarity. A good verb has died.» Sul punto v. anche A. Wittel, *Qualities of sharing and their transformation in the digital age*, in 15 *International Review of Information Ethics* 3 (2011).

modo, dato che oramai sembra aver prevalso sulle alternative prescelte per descrivere le nuove forme economiche¹¹.

Di fronte ad uno scenario così frammentato, dove comportamenti, modelli di organizzazione ed espressioni usate per designarli sono confuse e spesso in contrasto tra loro, intendiamo descrivere in cosa consistano queste diverse forme di “condivisione” per poi verificare se esista la condivisione come categoria autonoma, diversa rispetto tanto allo scambio di mercato che al dono, e quali siano le sue caratteristiche. Infine, proveremo a definire quali sono le circostanze economiche che favoriscono la nascita dell’una e dell’altra forma di condivisione – di mercato o di comunità – e, in chiusura, avviare la riflessione sul ruolo del diritto rispetto alle diverse pratiche di condivisione.

2. La condivisione di beni materiali

Un primo elemento di novità che segna il nascere dell’economia della condivisione (o *sharing economy*) è la diffusione di modi di fruizione delle risorse basati sull’accesso temporaneo in alternativa all’acquisto ed al consumo proprietario (*access-based consumption*).

In questa accezione, *sharing economy* identifica un ampio spettro di pratiche dirette a sfruttare al meglio la funzionalità di beni che hanno una capacità in eccesso rispetto all’uso individuale, che nell’economia tradizionale sono acquistati dal singolo e pertanto sottoutilizzati. Rinunciare all’auto e abbonarsi ad un servizio di *carsharing* è l’esempio più riconoscibile e diffuso di questa transizione dalla vendita di beni alla fornitura di servizi, ma l’economia dell’accesso consente il noleggio di tanti altri oggetti che in passato si potevano solo acquistare: giocattoli con le *toy library*, attrezzi da lavoro con le *tool library*, fino ad articoli di lusso come borse e abiti firmati¹².

La ragione per cui si assiste al passaggio da un consumo basato sulla proprietà ad uno basato sull’accesso e sulla condivisione delle risorse è legata alle nuove tecnologie (internet, smartphone, sistemi gps), le quali consentono lo sfruttamento in comune delle risorse.

¹¹ Ad esempio collaborative, peer-to-peer, on-demand o gig economy, collaborative consumption. Propone di utilizzare l’espressione crowd-based capitalism A. Sundararajan, *The Sharing Economy. The End of Employment and the Rise of Crowd-based Capitalism*, Cambridge MA, 2016. Per un’analisi del successo delle diverse espressioni si veda J.J. Roberts, *As “sharing economy” fades, these 2 phrases are likely to replace it*, in *Fortune*, 29-7-2015, <http://fortune.com/2015/07/29/sharing-economy-chart/>.

¹² Sul punto mi sia consentito rinviare a G. Smorto, *Verso la disciplina giuridica della sharing economy*, in *Mercato concorrenza regole*, 2015, 245.

Grazie all'innovazione tecnologica diviene improvvisamente possibile ridefinire le modalità di fruizione dei beni e mettere in discussione il modello tradizionale del consumo proprietario. Del resto, ci serve il trapano o il buco nel muro? E che dire dei tanti cd, libri, dvd, che tutti abbiamo a casa? Vogliamo oggetti in bella mostra nelle nostre librerie o desideriamo leggere un romanzo, ascoltare musica, vedere film? In altre parole, vogliamo il prodotto o l'utilità che genera? Come dimostrano bene questi esempi, sono tantissime le risorse sottoutilizzate: l'auto parcheggiata per ventitré ore al giorno, la borsa firmata, pagata una fortuna e usata solo per le grandi occasioni, fino al vestito del bambino oramai troppo piccolo: tutti beni con una "capacità a riposo" – "idling capacity" – che sono lì ad aspettare di essere utilizzati in modo più efficiente¹³.

"Condividere" diventa la risposta a questo colossale spreco e nasce così la *sharing economy*: l'idea di mettere insieme chi ha una stanza libera, l'auto o il proverbiale trapano, o chi cerca un posto per dormire. In tutti questi casi, c'è spazio per l'affermarsi di modelli economici e organizzativi basati sulla condivisione delle risorse.

Ad essere potenzialmente condivisibili sono tutti quei beni che, in un dato momento storico ed in un certo luogo, sono accessibili ad una parte significativa della popolazione – ossia beni di uso comune¹⁴ – e che, ad un determinato stadio dell'evoluzione tecnologica, sono offerti sul mercato in "blocchi" di capacità e che, pertanto, il singolo non può acquistare nell'esatta quantità che gli occorre¹⁵. Quando il consumo da parte dell'acquirente è inferiore al "blocco" di funzionalità, il bene va incontro ad una sottoutilizzazione¹⁶ e la capacità non consumata può essere perduta o ceduta a terzi "condividendo" la risorsa in questione.

¹³ R. Botsman, R. Rogers, *What's Mine is Yours. How Collaborative Consumption is Changing the Way We Live*, London, 2010, 83.

¹⁴ Di mid-granularity parla, a tal proposito, Y. Benkler, *Sharing Nicely: On Shareable Goods and the Emergence of Sharing as a Modality of Economic Production*, cit., 296.

¹⁵ Cedere la capacità inutilizzata, del resto, è razionale ogni volta che sia possibile trarre una qualche utilità – economica o sociale – dall'inclusione posto che non comporta alcun costo per il cedente diverso dai costi connessi alla cessione. Il costo dell'esclusione totale è innanzitutto il costo opportunità, ossia il mancato ritorno – economico o meno – derivante dall'inclusione di altri soggetti. Ci sono casi, tuttavia, in cui il costo di consentire l'accesso a terzi è più alto di quello connesso all'esclusione totale, ad esempio per i rischi di congestione. Quando il costo di includere (selettivamente o meno) gli altri è più alto dell'esclusione totale la scelta più efficiente è l'esclusione. Cfr. Y. Benkler, *Sharing Nicely: On Shareable Goods and the Emergence of Sharing as a Modality of Economic Production*, cit., 301, cui si rinvia per un'analisi più dettagliata.

¹⁶ I beni con capacità in eccesso appartengono a due classi principali. La prima è quella delle risorse "rinnovabili", le quali offrono una data funzionalità in ogni momento della propria esistenza, indipendentemente dal fatto di essere state utilizzate in precedenza, ed il cui ciclo di vita è relativamente indipendente dall'impiego effettivo (l'automobile): un'automobile ha un ciclo di

3. La condivisione della conoscenza

Tra le pratiche di “condivisione” favorite dalla rete un ruolo centrale occupano quelle forme della produzione che si fondano sullo sfruttamento in comune di saperi, competenze e capacità.

Queste modalità di produzione e scambio si distinguono dal modello tradizionale nel quale le forme di conoscenza rilevanti nell’organizzazione produttiva sono progettate attorno alla proprietà intellettuale (brevetti, marchi, *copyright*) ed alle forme di disponibilità ad esse connesse (cessione definitiva della titolarità e attribuzione del diritto d’uso di ampiezza variabile).

In questo contesto, l’espressione condivisione evoca questioni diverse, sul piano economico e giuridico, da quelle relative alla condivisione di beni materiali: la conoscenza è un bene non rivale e non escludibile, la cui fruizione non diminuisce l’ammontare della risorsa disponibile per gli altri e la cui diffusione è di per sé priva di barriere che ne consentano l’esclusione degli utilizzatori. Condividere musica, testi, software di per sé non crea alcuna perdita per chi condivide ma solamente un vantaggio per i destinatari della condivisione¹⁷.

L’esigenza di garantire l’appropriazione della conoscenza attraverso tecniche proprietarie nasce dalla constatazione secondo cui l’informazione, come tutti i *public goods*, va incontro ad un problema di offerta, dovuto alla mancanza di incentivi a produrla. Per questa ragione – insegna la teoria economica – è necessario istituire forme di appropriazione di tipo proprietario (ovvero di remunerazione pubblica)¹⁸.

vita che è, almeno in parte, indipendente dall’uso effettivo del proprietario. Chi abbia determinate esigenze di mobilità può risolversi ad acquistare un’auto anche se non intenda utilizzarla a pieno regime. Tale acquisto è razionale se l’utilità che l’acquirente riesce a estrarre dall’auto nel suo ciclo di vita è superiore al prezzo pagato, indipendentemente dalla circostanza che vi sia un eccesso di funzionalità non utilizzato. La seconda categoria di beni con capacità in eccesso è quella delle risorse “a decadimento rapido” le quali, una volta messe in uso, producono una capacità in eccesso sfruttabile entro un ristretto lasso di tempo (il bene “posto in auto da Roma a Milano il giorno x”). In conclusione, il *carsharing* (condivisione dell’auto) è un modo per condividere risorse quasi perfettamente rinnovabili come l’automobile; il *ridesharing* (condivisione del viaggio) è un modo per condividere risorse ad alto tasso di decadimento come i passaggi in macchina. Oltre che essere acquistata e utilizzata in modo esclusivo secondo il tradizionale modello proprietario, oggi un’automobile può essere noleggiata a ore a fronte del pagamento di un prezzo di mercato o di una tariffa a copertura dei costi (*carsharing*); condivisa tra privati in cambio della divisione delle spese e senza scopo di lucro, alternandosi nell’uso (*carpooling*) o utilizzata contemporaneamente con l’offerta di passaggi (*ridesharing*).

¹⁷ D.S. Karjala, *Congestion Externalities and Extended Copyright Protection*, in 94 *Geo. L.J.* 1065 (2006).

¹⁸ In assenza di uno strumento giuridico del genere – si osserva comunemente – il bene informazione potrebbe essere oggetto di appropriazione da parte di chiunque e, di conseguenza, gli investimenti in ricerca e la produzione di informazione sarebbero subottimali,

Questa conclusione, attestata dal pensiero economico tradizionale, è stata recepita dall'elaborazione giuridica, la quale oramai considera la proprietà intellettuale un "affare ben congegnato" (*a carefully crafted bargain*)¹⁹ in cui l'innovazione è ripagata attraverso il riconoscimento di un temporaneo monopolio sui frutti dell'innovazione: una sorta di "male necessario" da accettare di buon grado²⁰. Da questa conclusione nasce quello che è stato efficacemente definito il "mito creativo" della proprietà intellettuale, secondo cui il bilancio di questo *trade-off* tra produzione di informazione e utilizzazione dell'informazione prodotta è a favore dell'istituzione di forme di proprietà sulla conoscenza²¹.

Di recente queste conclusioni sono state sottoposte ad un'attenta revisione critica che, partendo dall'osservazione empirica, ha respinto le conclusioni di portata universale a favore di letture più attente al singolo contesto²².

La creazione di diritti di proprietà intellettuale sconta talvolta alcuni problemi legati al monopolio temporaneo che deriva dall'attribuzione della privativa: istituire diritti di proprietà sulla conoscenza aumenta la produzione di informazione ma determina una diminuzione nell'utilizzazione

a causa del disallineamento che si verrebbe a creare tra valore individuale per il creatore e valore sociale dell'informazione. La ragione che presiede alla creazione di diritti di proprietà intellettuale sull'informazione è, dunque, che l'attribuzione di prerogative proprietarie consente l'appropriazione dei benefici dell'informazione da parte di colui che l'ha prodotta. In sintesi, i diritti di proprietà intellettuale servono ad internalizzare i benefici della conoscenza e, consentendone l'appropriazione e lo scambio, ad incentivare un livello efficiente di produzione di informazione. Cfr. W.M. Landes, R.A. Posner, *Indefinitely Renewable Copyright*, in 70 *U. Chi. L. Rev.* 471, 484-88 (2003).

¹⁹ Dastar Corp. v. 20th Century Fox Film Corp., 539 U.S. 23, 33-34 (2003).

²⁰ M.A. Lemley, *Ex Ante Versus Ex Post Justifications for Intellectual Property*, in 71 *U. Chi. L. Rev.* 129, 131 (2004).

²¹ M.J. Madison, *Comment: Where Does Creativity Come From? and Other Stories of Copyright*, in 53 *Case W. Res. L. Rev.* 747 (2003); J. Silbey, *The Mythical Beginnings of Intellectual Property*, in 15 *Geo. Mason L. Rev.* 319 (2008). La solidità di questo "mito" – si osserva – non è scalfita dal fatto di essere un'istituzione giuridica relativamente recente. Sul punto cfr. E.C. Walterscheid, *The Nature Of The Intellectual Property Clause: A Study In Historical Perspective*, New York, 2002; F. Machlup, E. Penrose, *The Patent Controversy in the Nineteenth Century*, in 10 *Journal of Economic History* 1 (1950). Ancora più recente è l'espansione della portata dei diritti di proprietà legata all'affermarsi di un'economia dei servizi e della conoscenza rispetto all'economia industriale. Cfr. A. Beckerman, Rodau, *The Problem with Intellectual Property Rights: Subject Matter Expansion*, in 3 *Yale J.L. & Tech.* 35 (2011). A testimonianza dell'attualità della questione viene spesso sottolineato il crescente numero di casi decisi dalla Suprema Corte negli ultimi anni. Sul punto, cfr. G. Bernstein, *In the Shadow of Innovation*, in 31 *Cardozo L. Rev.* 2257 (2010).

²² Il riferimento è, innanzitutto, a E. Ostrom, *Governing the Commons. The Evolution of Institutions for Collective Action*, Cambridge, Oxford University Press, 1990; tr. it. *Governare i beni collettivi*, Venezia, 2006, spec. 7 ss.

dell'informazione prodotta²³. In taluni settori ed in determinate circostanze, "troppa" proprietà intellettuale può creare una "tragedia" opposta a quella dei *commons* ipotizzata da Hardin: la tragedia degli *anticommons*, ossia la sottoutilizzazione di una risorsa economica a causa della presenza di troppi diritti di esclusiva su singoli frammenti e che, al contrario, una gestione condivisa può talvolta risultare più efficiente²⁴. Al contrario, un regime di informazione aperta può offrire molti vantaggi: svelare i risultati della propria ricerca rende più probabile che qualcuno apporti miglioramenti al prodotto ed accresce la reputazione di colui che svela l'informazione, mentre si evita di incorrere nei costi di istituire un diritto di privativa e di proteggerlo contro eventuali violazioni²⁵.

Ed infatti, diversi studi hanno dimostrato una propensione crescente a diffondere volontariamente le informazioni frutto di innovazione²⁶, secondo una tendenza già in atto nel diciannovesimo secolo²⁷, e che trova conferma in diversi settori industriali²⁸, da ultimo nello sviluppo del *software*.

Naturalmente la transizione da un modello all'altro è tutt'altro che lineare, soprattutto quando questa travolge industrie di rilevante interesse economico, come testimoniato dalla reazione dei colossi dell'industria discografica al *file sharing*: una *war on sharing*²⁹, com'è stata definita, che si

²³ Dal punto di vista dell'efficienza, infatti, l'informazione dovrebbe circolare ogni qual volta il fruitore le attribuisca un valore superiore al costo marginale dell'incremento di utilizzazione, ma questo non può avvenire proprio perché i costi riflettono la privativa concessa al creatore dell'informazione. E. Penrose, *The Economics of the International Patent System*, Baltimore, 1951; D. Foray, *Economics of Knowledge*, Cambridge - MA, 2004; P.J. Heald, *A Transaction Cost Theory of Patent Law*, in 66 *Ohio St. L.J.* 473 (2005).

²⁴ Cfr. M.A. Heller, R.S. Eisenberg, *Can Patents Deter Innovation? The Anticommons in Biomedical Research*, 280 *Science* 698 (1998); C.M. Rose, *The Comedy of the Commons: Custom, Commerce, and Inherently Public Property*, in 53 *U. Chi. L. Rev.* 711 (1986). Il riferimento alla "tragedia dei comuni" è ovviamente a G. Hardin, *The Tragedy of the Commons*, in 162 *Science* 1243 (1968).

²⁵ C. Baldwin, E. von Hippel, *Modeling a Paradigm Shift: From Producer Innovation to User and Open Collaborative Innovation*, Harvard Business School Working Paper 10-038 (2010), http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1502864, 1 ss.

²⁶ D. Harhoff, J. Henkel, E. von Hippel, *Profiting from Voluntary Information Spillovers: How Users Benefit by Freely Revealing their Innovations*, in 32 *Research Policy* 1753 (2003).

²⁷ A. Nuvolari, *Collective Invention during the British Industrial Revolution: The Case of the Cornish Pumping Engine*, in 28 *Cambridge Journal of Economics* 347 (2004); R.C. Allen, *Collective Invention*, in 4 *Journal of Economic Behavior and Organization* 1 (1983).

²⁸ E. von Hippel, S.N. Finkelstein, *Analysis of Innovation in Automated Clinical Chemistry Analyzers*, in 6 *Science & Public Policy* 24 (1979); P.D. Morrison, J.H. Roberts, E. von Hippel, *Determinants of User Innovation and Innovation Sharing in a Local Market*, in 46 *Management Science* 1513 (2000); N. Franke, S. Shah, *How Communities Support Innovative Activities: An Exploration of Assistance and Sharing Among End-Users*, in 32 *Research Policy* 157 (2003).

²⁹ P. Aigrain, *Sharing. Culture and Economy in the Internet Age*, Amsterdam, 2012.

è mossa tanto sul piano giuridico, con azioni in giudizio e nuove norme a protezione della proprietà intellettuale, quanto linguistica, con l'assimilazione di queste forme di condivisione a comportamenti penalmente rilevanti, dal furto alla contraffazione³⁰.

4. La condivisione di servizi

Ma c'è di più. Di condivisione si parla non solamente per case, auto, musica e film, ma anche per tempo libero, capacità individuali o "cognitive surplus"³¹. Economia della condivisione diviene così un'espressione sempre più spesso utilizzata per descrivere la "condivisione" del proprio tempo, ossia l'offerta di servizi *peer to peer* da parte di soggetti non professionisti attraverso piattaforme *on line*, imprese quasi del tutto prive di infrastrutture e di lavoratori propri.

A favorire la nascita di molte di queste pratiche è anche qui l'innovazione tecnologica, che ha determinato un drastico processo di disintermediazione, ossia di riduzione degli intermediari tradizionali che ha permesso in molti settori di accorciare la filiera – *cut the middleman* – e di coordinare in modo diretto domanda ed offerta di beni e servizi tra pari, i cosiddetti *peers*, consentendo loro di offrire direttamente servizi su internet.

In questa terza accezione, "economia della condivisione" identifica la profonda trasformazione in atto dei modelli di impresa e dell'organizzazione del lavoro: sul piano organizzativo nascono strutture "intermedie" o "ibride"³² che ricorrono alla collaborazione di soggetti esterni per soddisfare la domanda quando se ne presenti la necessità³³.

³⁰ A. Sinreich, *The Piracy Crusade: How the Music Industry's War on Sharing Destroys Markets and Erodes Civil Liberties*, Amherst MA, 2013; A. Johns, *Piracy, The Intellectual Property Wars from Gutenberg to Gates*, Chicago, 2009.

³¹ C. Shirky, *Cognitive Surplus: Creativity and Generosity in a Connected Age*, New York, 2010.

³² Afferma O.E. Williamson, *Economic Organization*, Brighton, Wheatsheaf Books, 1986; trad. it. *L'organizzazione economica. Imprese, mercati e controllo politico*, Bologna, 1991, 251, che occorre effettuare "una valutazione comparativa delle singole alternative istituzionali – di cui la contrattazione classica sul mercato costituisce un estremo, l'organizzazione gerarchica centralizzata l'altro estremo, mentre le soluzioni miste tra mercato e impresa si collocano nel mezzo". Sulle reti di imprese v. W.W. Powell, *Neither Market nor Hierarchy: Networks Forms of Organization*, in L.L. Cummings, B. Shaw (eds.), *Research in Organizational Behavior*, Greenwich, 1990; F. Cafaggi (cur.), *Reti di imprese tra regolazioni e norme sociali. Nuove sfide per diritto ed economia*, Bologna, 2004.

³³ T. O'Reilly, *Networks and the Nature of the Firm: The discussion around companies like Uber and Airbnb is too narrow*, in *Medium*, 14-8-2015, <https://medium.com/the-wtf-economy/networks-and-the-nature-of-the-firm-28790b6afdcc>; E. Kilpi, *The Future of Firms. Is There an App for*

Oltre a compiti circoscritti e di tipo ripetitivo (Amazon's Mechanical Turk, Taskrabbit), il modello *on demand* si afferma anche per professionalità complesse come quelle di avvocati (AxiomLaw, Quicklegal, Upcounsel), consulenti (Eden McCallum) medici (Medicast, Heal), top manager (Talent Group) e creativi (Elance-oDesk, Tongal), secondo un modello organizzativo astrattamente replicabile in molti settori.

Sul piano delle nuove forme di lavoro occorre verificare che le nuove organizzazioni produttive realizzino una sistematica esternalizzazione del rischio di impresa su terzi privi di potere decisionale effettivo³⁴ e che i lavoratori godano di tutele adeguate³⁵. In questa accezione, nel dibattito pubblico l'espressione "economia della condivisione" è presto divenuta il punto di approdo più critico di quella rivisitazione del diritto del lavoro plasmato sul modello delle relazioni industriali in atto da qualche decennio³⁶.

5. Scambio di mercato e dono

Nel diritto e nelle scienze sociali si identificano due meccanismi fondamentali di allocazione delle risorse: lo scambio di mercato e il dono.

Dono e scambio mercantile sono due sfere separate ed anche i rituali che in ciascuna società circondano i due ambiti hanno lo scopo di distinguerli³⁷. Il peso relativo di ciascuna delle due sfere varia a seconda dei luoghi geografici e dei contesti di riferimento. Sotto l'aspetto geografico è comune osservazione che la cultura occidentale sia dominata dalla logica di mercato: entro la *western legal tradition* – si osserva – esiste una netta distinzione tra

That?, in *Medium*, 16-2-2015, <https://medium.com/@EskoKilpi/movement-of-thought-that-led-to-airbnb-and-uber-9d4da5e3da3a>.

³⁴ B. Rogers, *The Social Costs of Uber*, 82 U Chi. L. Rev. Dialogue, 85, 98 (2015).

³⁵ Cfr. B. Bergvall-Kåreborn – D. Howcroft, Amazon Mechanical Turk and the Commodification of Labour, in 29 *New Technology, Work and Employment*, 213 (2014); A. Felstiner, Working the Crowd: Employment and Labor Law in the Crowdsourcing Industry, in 32 *Berkeley J. Emp. & Lab. L.* 143 (2011).

³⁶ *The on-demand economy. Workers on tap*, in *The Economist*, 3-1-2015, <http://www.economist.com/news/leaders/21637393-rise-demand-economy-poses-difficult-questions-workers-companies-and>. Osserva *Bloomberg Brief. The Sharing Economy*, cit., 5, che, se è vero, infatti, che già in passato abbiamo assistito all'esternalizzazione del lavoro e all'evoluzione dei modelli produttivi, con la *sharing economy* per la prima volta si realizza allo stesso tempo la trasformazione simultanea tanto dei rapporti tra impresa e lavoratori quanto di quelli tra impresa e consumatori.

³⁷ R. Belk, *Sharing*, cit., 718. J. Derrida, *Donner le temps*, Paris, 1991; ed. it. *Donare il tempo*, Milano, 1992, esclude che il dono esista in questa forma. Di un continuum che vede ad un estremo il dono puro ed all'altro lo scambio commerciale puro v. B. Malinowski, *Argonauts of the Western Pacific*, London, 1922.

la sfera dell'attività economica, in cui è il mercato a costituire il modello di riferimento e il dono l'eccezione, e quella della vita privata, dove è vero il contrario³⁸. Al contrario, il dono avrebbe maggiore spazio nel resto del mondo³⁹.

Nella negoziazione di mercato – il cui caso prototipico è la vendita, ossia lo scambio di cosa (mobile) contro prezzo – due parti si incontrano temporaneamente e perfezionano in modo definitivo uno scambio di tipo impersonale attraverso la moneta (ossia una c.d. *perfect commodity*). Impersonalità, istantaneità e simultaneità ne sono i tratti fondanti⁴⁰. Lo scambio consente, inoltre, una perfetta calcolabilità dei valori in gioco: prezzo, pesi, misure e caratteristiche dei beni sono individuati *ex ante* nell'accordo delle parti nel modo più chiaro e puntuale possibile⁴¹. Ed il diritto contrattuale si incarica di proteggere le aspettative delle parti sorte in relazione a quanto stabilito nell'accordo di scambio.

Il dono, al contrario, nella sua forma prototipica è immateriale, senza prezzo, e non impone alcun obbligo diretto di reciprocità. Esso, inoltre, manca della specificità dell'accordo di mercato. L'assenza di specificazione nel dono ne costituisce un aspetto essenziale e provare a definire ogni aspetto della relazione rischierebbe di riportare il dono alla logica dello scambio commerciale (c.d. *commodification*)⁴².

In realtà i confini tra le due categorie sono più difficili da tracciare.

Molti studi hanno mostrato come il dono crei obbligazioni⁴³, instaurando una corresponsività che “rende sbiadita la contrapposizione tra dono e scambio, poiché in molte situazioni e in molte culture il dono crea la

³⁸ V. Zelizer, *The Purchase of Intimacy*, Princeton, 2005.

³⁹ K. Hart, Marcel Mauss: In Pursuit of the Whole; A Review Essay, in 49 (2) *Comparative Studies in Society and History* 1 (2007); L. Sigaud, The Vicissitudes of The Gift, in 10 (3) *Social Anthropology* 335 (2002).

⁴⁰ In questo, lo scambio si distingue anche dal baratto nel quale l'assenza di una piena equivalenza tra gli oggetti dello scambio può creare legami di tipo obbligatorio tra le parti. Cfr. C. Humphrey, S. Hugh-Jones, *Introduction: Barter, Exchange, and Value*, in C. Humphrey, S. Hugh-Jones (eds.), *Barter, Exchange, and Value: An Anthropological Approach*, Cambridge, 1992, 1. Diversamente, P. Bordieu, *Outline of a Theory of Practice*, Cambridge, 1972, afferma che ciò che distingue il dono dal baratto è semplicemente il tempo entro il quale si effettua il dono reciproco.

⁴¹ Secondo la teoria economica l'incompletezza dei contratti è un male, seppure necessario.

⁴² Cfr. J.G. Carrier, *Gifts and Commodities: Exchange and Western Capitalism since 1700*, London, 1995.

⁴³ Osserva, a tal proposito, R. Sacco, *Antropologia giuridica*, Bologna, 2007, 290, che: “La prestazione benevola scatenerà spesso un flusso benefico dal donante al donatario e dal donatario al donante. L'uomo tradizionale beneficato dimostrerà nei riguardi del donante una disponibilità che l'europeo non preparato scambierà per un segno di venalità. Anche l'europeo capirà facilmente che il prestito di un campo ponga il beneficiario in una posizione giuridica clientelare, che impone doveri di tipo non economico”.

necessità di un ben regolamentato contro dono, ed è ben percepita la condizionalità reciproca del dono e della attribuzione di un maggior prestigio al donante⁴⁴.

Il dono all'apparenza disinteressato e gratuito – si osserva – serve a creare e consolidare alleanze ed a prevenire i conflitti⁴⁵. Anche a riconoscere l'esistenza di una reciprocità nel dono, tuttavia, tale reciprocità gioca in modo diverso dallo scambio istantaneo: nel dono non esiste mai una piena liberazione dalla reciprocità dello scambio e qualcuno è sempre in obbligo nei confronti dell'altro facendo così permanere il legame che li unisce⁴⁶.

Inoltre, la differenza tra sistemi di condivisione di tipo sociale e scambio di mercato non è tanto nell'assenza di obbligazione ma di calcolo: anche quando il dono impone forme di reciprocità più o meno marcate, la vera differenza consiste nel fatto che questa reciprocità rimane maggiormente indefinita rispetto allo scambio di mercato, nel quale l'ammontare esatto e la natura del debito e la data entro la quale ripagare sono definite puntualmente. Pertanto, tanto più i sistemi sociali sono definiti tanto più assomigliano nei fatti ad un mercato⁴⁷.

6. La condivisione come *tertium genus*

Quale che sia l'equilibrio dei rapporti tra scambio di mercato e dono, nella maggior parte delle analisi sul tema non esiste altro spazio che per queste due forme, mentre le tante pratiche di condivisione che gli studiosi hanno identificato nelle società antiche e moderne sono tradizionalmente ricondotte ad uno dei due meccanismi: alla gratuità del dono⁴⁸ o allo scambio

⁴⁴ R. Sacco, *Antropologia giuridica*, cit., 291.

⁴⁵ Gli stessi studi di Mauss sulla centralità del dono, che pure dimostrano come lo scambio interessato non sia l'unica forma dell'agire umano, ricevono spesso una lettura che ne enfatizza l'aspetto egoistico: i vantaggi competitivi che ciascuno riceve dall'atto di donare qualcosa e la dimensione antagonista entro la quale lo scambio gratuito di svolge. Divengono cioè conferma della pervasività delle logiche di mercato anche al di fuori dei suoi ambiti tradizionali, secondo una lettura che legge i comportamenti umani in chiave di razionalità e di interesse personale. Cfr. G. Becker, *A Treatise on the Family*, Cambridge MA, 2005.

⁴⁶ Su legami derivanti dal dono v. R. Belk, *Gift-Giving Behavior*, in 2 *Research in Marketing* 95 (1979); J.F. Sherry jr., *Gift-Giving in Anthropological Perspective*, in 10 *Journal of Consumer Research* 157 (1993).

⁴⁷ Secondo M. Godelier, *The Enigma of the Gift*, Chicago, 1999.

⁴⁸ M. Giesler, *Consumer Gift System: Netnographic Insights from Napster*, in 33 *Journal of Consumer Research* 283 (2006); A. Joy, *Gift-Giving in Hong Kong and the Continuum of Social Ties*, in 28 *Journal of Consumer Research* 239 (2001); R.V. Kozinets, *Can Consumers Escape the Market? Emancipatory Illuminations from Burning Man*, in 29 *Journal of Consumer Research* 20 (2002); J.T. Godbout, A. Caillé, *The World of the Gift*, Montreal, 1998.

interessato di mercato⁴⁹.

La spiegazione della sistematica sottovalutazione della condivisione come modello autonomo di allocazione delle risorse ha diverse ragioni⁵⁰.

Sul piano storico, la convinzione che l'individualismo proprietario del mondo occidentale abbia fatto scomparire negli ultimi secoli le tante forme di condivisione diffuse nel passato, relegando questo sistema ad aspetti marginali e trascurabili dell'esperienza umana, principalmente legati alla sfera dell'intimità familiare⁵¹.

Sul piano dei comportamenti, il razionalismo ha offerto delle forme di condivisione tuttora esistenti una spiegazione che la riconduce alle logiche dello scambio, del debito e della reciprocità (*scratch my back*), seppure nella forma di una "reciprocità generalizzata"⁵².

Infine, il carattere pervasivo e quotidiano dei gesti di condivisione ha probabilmente contribuito alla loro sottovalutazione: a differenza dei doni, i quali prevedono riti ben precisi che li distinguono da altre pratiche sociali – impacchettare, togliere i prezzi, ecc. – la condivisione avviene infatti in modo molto più invisibile, senza riti a marcare la differenza⁵³.

Le pratiche di condivisione emerse con l'innovazione tecnologica hanno radicalmente mutato questo quadro, inducendo ad una rivisitazione della tradizionale dicotomia. Così, dagli studi sulle società di cacciatori e raccoglitori⁵⁴ si fanno strada letture che rigettano l'idea della condivisione come forma di scambio interessato⁵⁵, si studiano casi nei quali la reciprocità futura è solo eventuale, se non addirittura assente, per arrivare a concludere che interpretare tutte le forme di condivisione

⁴⁹ Così T. Ruskola, *Home Economics: What Is the Difference between a Family and a Corporation?*, in M.M. Ertman, J.C. Williams (eds.), *Rethinking Commodification: Cases and Readings in Law and Culture*, New York, 2005, 324.

⁵⁰ R. Belk, *Sharing*, cit., 715. Cfr. anche T. Widlok, *Sharing. Allowing others to take what is valued*, in HAU. *Journal of Ethnographic Theory*, 2013, 11; Id., *Anthropology and the Economy of Sharing*, Oxford, 2017 (in corso di pubblicazione).

⁵¹ J. Deetz, *A Sense of Another World: History Museums and Cultural Change*, in 58 *Museum News* 40 (1980).

⁵² M. Sahlins, *Stone Age Economics*, Chicago, 1972; trad. it. *Economia dell'età della pietra*, Milano, 1980.

⁵³ R. Belk, *Sharing*, cit., 715.

⁵⁴ N. Bird-David, *The Property of Sharing: Western Analytical Notions, Nayaka Contexts*, in T. Widlok, W. Gossa Tadesse (eds.), *Property and Equality. I. Ritualisation, Sharing, Egalitarianism*, New York, 2005, 201; R.C. Hunt, *One-Way Economic Transfers*, in J.G. Carrier (ed.), *A Handbook of Economic Anthropology*, Cheltenham UK, 2005, 290.

⁵⁵ J. Woodburn, *'Sharing Is Not a Form of Exchange': An Analysis of Property-Sharing in Immediate-Return Hunter-Gatherer Societies*, in C.M. Hann (ed.), *Property Relations: Renewing the Anthropological Tradition*, Cambridge, 1998, 48.

presenti nella nostra società come espressione di una reciprocità, seppure indiretta e futura, è riduttivo e fuorviante⁵⁶.

Secondo una parte degli osservatori, le forme di condivisione alla base della *sharing economy* hanno contribuito ad ampliare lo spettro delle possibilità e a ridefinire le possibili combinazioni dei due poli di questo spettro – dono e scambio di mercato – in un *continuum* in cui alcune pratiche sono maggiormente orientate verso l'uno o l'altro dei due estremi⁵⁷.

Altri si spingono oltre, fino a individuare nella condivisione un *tertium genus*, un fenomeno a sé. La condivisione – si osserva – presenta caratteristiche proprie, che la distinguono tanto dal mercato quanto dal dono, per l'allontanamento dal paradigma proprietario che le caratterizza entrambe⁵⁸. Il modello di riferimento di questi studi rimane pur sempre quello del riparto delle risorse tipico della famiglia (cibo, denaro, eccetera), ma a partire dalla famiglia si studiano quei sistemi economici che travalicano la stretta cerchia del nucleo domestico⁵⁹ e nei quali si realizzano forme di condivisione tra estranei o tra soggetti non stretti da legami forti⁶⁰.

7. *Sharing in e sharing out*

Nonostante la *sharing economy* sia generalmente identificata con i nuovi colossi che si impongono su scala globale (*Uber* e *Airbnb* in testa), secondo molti osservatori avrebbe senso parlare di condivisione solamente in assenza di remunerazione ed al di fuori delle logiche di mercato⁶¹. Mentre le pratiche di mercato andrebbero considerate una semplice evoluzione dell'economia dei servizi (c.d. *rental economy*).

⁵⁶ J.A. Price, *Sharing: The Integration of Intimate Economics*, in 17 *Anthropologica* 3 (1975); T. Widlock, *Sharing by Default: Outline of an Anthropology of Virtue*, in 4 (1) *Anthropological Theory* 61 (2004).

⁵⁷ Così A. Sundararajan, *The Sharing Economy. The End of Employment and the Rise of Crowd-based Capitalism*, cit.

⁵⁸ "Sharing is an alternative to the private ownership that is emphasized in both marketplace exchange and gift-giving". Così R. Belk, *Why not share rather than own?*, in 611 *Annals of the American Academy of Political and Social Science* 126 (2007).

⁵⁹ T. Ingold, *The Appropriation of Nature: Essays on Human Ecology and Social Relations*, Manchester, 1986.

⁶⁰ M. Granovetter, *The Strength of Weak Ties*, in 78 *American Journal of Sociology* 1360 (1973), sottolinea l'importanza di norme sociali condivise per la creazione di fiducia tra estranei.

⁶¹ J. Orsi, E. Doskow, *Four Degrees of Sharing*, in *Shareable*, 16-9-2009; Id., *Sharing is Caring. But Not in the Sharing Economy*, in *HuffPost Tech*, 25-7-2014, http://www.huffingtonpost.com/brad-chase/sharing-is-caring-but-not-millennials_b_5618963.html.

Alcune forme di condivisione riflettono valori simili a quelli della divisione delle risorse in ambito domestico, magari attraverso l'allargamento della cerchia di persone con cui si condivide qualcosa (*sharing out*)⁶². Altre rispondono invece ad una spiegazione in chiave utilitaristica basata sul profitto, anche se spesso secondo modelli inconsueti⁶³. Anzi, in alcuni casi la *sharing economy* ha addirittura accentuato la sottoposizione alle forze del mercato delle attività economiche, assoggettandole integralmente alle logiche dell'incontro tra domanda ed offerta, principalmente a causa dell'assenza di regole a correzione del sistema dei prezzi tipiche di molti dei mercati regolati che la *sharing economy* sta travolgendo⁶⁴. E ha anche favorito processi di *commodification*, ossia di creazione di mercati prima inesistenti o di ampliamento su scala globale di mercati di rilevanza trascurabile⁶⁵. In tutti questi casi, nonostante il linguaggio utilizzato, la *sharing economy* non fa altro che facilitare scambi di mercato: una forma di condivisione solo apparente in cui una relazione d'affari è mascherata (*pseudo-sharing*)⁶⁶.

Altre forme di *sharing economy*, invece, si inscrivono pienamente in una logica di stampo familiare, dove la remunerazione è assente o solo eventuale⁶⁷.

Pur implicando lo sfruttamento economico delle risorse, quando la condivisione avviene in assenza di un vero e proprio sistema di prezzi o di comandi gerarchici, queste pratiche si pongono al di fuori delle logiche di mercato e di legami di tipo giuridico in senso stretto. Nelle pratiche di

⁶² T. Ingold, *The Appropriation of Nature: Essays on Human Ecology and Social Relations*, cit.

⁶³ Cfr. C. Anderson, *Free. The Past and Future of a Radical Price*, New York, 2009; trad. it. *Gratis*, Milano, Rizzoli, 2009.

⁶⁴ L'esempio più evidente di questa tendenza è probabilmente quello dei servizi di *ride sharing*. Mentre le tariffe dei taxi sono stabilite proprio per evitare picchi nei prezzi ed impedire che una corsa possa avere un costo diverso in relazione alle richieste del momento, l'oscillazione dei prezzi delle corse di *Uber* è frutto di un meccanismo – parzialmente corretto dopo le polemiche che ne sono seguite – che riflette più direttamente le dinamiche di domanda ed offerta. Cfr. *Uber Busted for Intentionally Surging Prices*, in *The Wire*, 26-2-2014, <http://www.thewire.com/technology/2014/02/uber-busted-intentionally-surging-prices/358555/>; in *The Washington Post*, *How Uber Surge Pricing Really Works*, 17-4-2015, <http://www.washingtonpost.com/news/wonkblog/wp/2015/04/17/how-uber-surge-pricing-really-works/>.

⁶⁵ I beni "passaggio in auto" o "stanza libera", che fino ad un recente passato non potevano essere scambiati o condivisi se non in pochi casi marginali, sono oggi al centro di modelli economici di dimensioni relevantissime. Inoltre la *sharing economy* ha spesso provocato una drastica riduzione dei costi di molti beni e servizi dovuta principalmente alla diminuzione degli intermediari, favorendo così l'inasprimento delle dinamiche concorrenziali, soprattutto in comparti fortemente regolati e rimasti finora al riparo dal gioco della concorrenza.

⁶⁶ R. Belk, *Sharing Versus Pseudo-Sharing in Web 2.0*, cit., 7 ss.

⁶⁷ P.A. Albinsson, B. Yasanthi Perera, *Alternative Marketplaces in the 21st Century: Building Community Through Sharing Events*, in 11 *J. Consumer Behaviour* 303 (2012).

condivisione extra-mercato non ci sono remunerazione o profitti – al più è prevista la copertura dei costi – e l'uso del denaro è sostituito da forme di baratto (diretto o mediato da sistemi di punti e crediti o da valute complementari e non standard). Manca quasi sempre un meccanismo analitico di registrazione dei flussi di dare-avere e, anche quando esiste, non determina l'insorgere di obblighi o diritti in senso stretto. È assente, in altre parole, la reciprocità diretta tipica del mercato, sostituita da forme di scambio allargate alla comunità (c.d. "reciprocità generalizzata")⁶⁸. Rientrano in questo schema un ampio spettro di attività, in cui l'accento è posto sulla comunità e sulla circostanza che ciò che viene messo in comune – beni, servizi, competenze – sia di persone fisiche che non perseguono uno scopo di lucro. L'esempio forse più noto è quello della condivisione dell'auto, e dei relativi costi, attraverso l'uso turnario (carpooling) o contemporaneo (ridesharing), e allo stesso modello si ispirano anche le banche del tempo⁶⁹.

8. Motivazioni, costi e informazioni

Le principali variabili che determinano il successo di un certo modo di condividere e la nascita dei modelli di mercato o di comunità sono identificate nei costi transattivi di ciascuna scelta, nel tipo di informazioni che occorre trasmettere e nelle motivazioni individuali⁷⁰.

Innanzitutto mercato e relazioni sociali hanno costi transattivi diversi – costi di creazione, costi marginali e differenti ricompense – che dipendono in parte dalle caratteristiche del bene ed in parte da altri fattori: chi decide se condividere o meno una risorsa sottoutilizzata considera, in modo esplicito o implicito, i costi connessi a ciascuna scelta e questo spiega, almeno in parte, il successo di ciascun sistema di allocazione delle risorse⁷¹.

⁶⁸ M. Sahlins, *Stone Age Economics*, cit.

⁶⁹ Sul punto mi sia consentito rinviare a G. Smorto, *I contratti della sharing economy*, in *Foro italiano*, 2015, V, 221.

⁷⁰ Y. Benkler, *Sharing Nicely: On Shareable Goods and the Emergence of Sharing as a Modality of Economic Production*, cit., 273. Mentre non esiste una relazione univoca tra bene e modello gestionale. Un'automobile, ad esempio, può essere acquistata e utilizzata in modo esclusivo secondo il tradizionale modello proprietario; noleggiata a ore a fronte del pagamento di un prezzo di mercato o di una tariffa a copertura dei costi (*carsharing*); condivisa tra privati in cambio della divisione delle spese e senza scopo di lucro, alternandosi nell'uso (*carpooling*) o utilizzandola contemporaneamente con l'offerta di passaggi (*ridesharing*).

⁷¹ La scelta di impiego può variare anche in relazione a utilizzatori differenti della stessa risorsa. Sul punto cfr. E. Smith, *Semicommons Property Rights and Scattering in the Open Fields*, in *29 J. Legal Stud.* 131 (2000).

In secondo luogo, conta il tipo di informazione richiesta: una transazione di mercato deve, giocoforza, essere definita in modo preciso, poiché occorre tradurre tali informazioni nelle categorie formali e computabili del sistema dei prezzi, mentre lo stesso grado di precisione non è richiesto, invece, per forme di condivisione che si svolgono al di fuori del mercato. Di conseguenza quando le informazioni sono difficili da codificare e mantengono un'ineliminabile vaghezza o difficoltà di specificazione formale – ad esempio, perché di tipo tacito, idiosincratico o perché variabili da caso a caso⁷² – un sistema flessibile ed informale come quello delle relazioni sociali può essere più adatto a mantenere una maggiore ricchezza informativa⁷³.

Quanto alle motivazioni, infine, è sicuramente vero che in molti casi le pratiche riconducibili entro la nuova economia della condivisione sono spiegabili secondo i consueti canoni della razionalità economica: l'economia dell'accesso consente di ottenere la medesima utilità che si trarrebbe dall'acquisto a costi inferiori e di condividere la responsabilità ed i rischi connessi alla proprietà di un bene. L'elemento di novità consiste semmai nel fatto che l'innovazione tecnologica rende oggi razionali scelte che fino a ieri venivano scartate perché troppo costose.

Tuttavia, con riferimento a quelle forme di condivisione orientate alla comunità, il quadro di spiegazioni offerto dalla teoria economica classica può risultare insoddisfacente. La tesi di fondo della razionalità economica, secondo cui le persone non sono disponibili a condividere in assenza di un ritorno, manca di cogliere la reale spinta ad agire di molte delle realtà in esame.

Per queste ragioni la letteratura distingue motivazioni estrinseche ed intrinseche. Le motivazioni di tipo estrinseco riguardano ragioni esterne e diverse dal semplice compimento dell'azione e possono essere "dirette" – tipicamente il denaro – o "indirette", quando l'appropriazione dei risultati dei propri sforzi avvenga appunto indirettamente, come nel caso della reputazione, ossia di un capitale relazionale potenzialmente portatore di guadagni futuri. "Intrinseca" è, invece, la motivazione che consiste nel puro desiderio di compiere l'azione in questione, slegata da vantaggi di tipo economico anche indiretti.

Inoltre, diversi studi empirici hanno mostrato come l'aggiunta di incentivi in denaro non sempre produca effetti positivi sulla motivazione

⁷² M. Polanyi, *Tacit Knowledge: Its Bearing on Some Problem of Philosophy*, in 34 *Rev. Mod. Phys.* 601 (1962), secondo cui la conoscenza tacita è causata dalla razionalità limitata degli agenti economici.

⁷³ Per una prima formulazione di questa tesi v. K.J. Arrow, *Gifts and Exchanges*, in 1 *Phil. & Pub. Aff.* 343 (1972).

individuale. Il denaro aumenta ovviamente le motivazioni estrinseche ma, a certe condizioni, può diminuire quelle intrinseche. Motivazioni economiche e motivazioni di tipo sociale possono, dunque, coesistere e rafforzarsi a vicenda ovvero entrare in conflitto (*crowding out*)⁷⁴.

In conclusione, la propensione verso forme di condivisione di mercato o di comunità dipende da costi, informazioni e motivazioni. Tuttavia anche questa indagine può non essere sufficiente e non sembra possibile provare a definire conclusioni di carattere universale: società diverse possono essere più o meno abituate ad affidarsi a meccanismi di mercato e a considerare determinati beni o attività come fonti di profitto rispetto ad altri, ed è solo attraverso valutazioni caso per caso che è possibile trarre conclusioni in base a contingenze storiche e geografiche, alle pratiche sociali e alle scelte culturali di una data comunità⁷⁵.

9. La condivisione e il diritto

L'elemento di novità probabilmente più significativo dell'affermarsi di nuovi modelli organizzativi espressione della *sharing economy* risiede nella possibilità per i privati, attraverso una piattaforma *online*, di offrire direttamente sul mercato beni e servizi la cui erogazione era, fino ad un recente passato, monopolio esclusivo di soggetti professionali. Di conseguenza, molte delle norme concepite per disciplinare la vendita di beni e l'erogazione di servizi da parte di professionisti, risultano inadeguate ad ordinare tali attività quando queste siano poste in essere da non professionisti.

I problemi che questo cambiamento provoca sono molti e di non facile soluzione. Per un verso, occorre bilanciare l'esigenza di tutela dei consumatori con quella di una regolazione più leggera per i non professionisti (ad esempio chi affitta casa pochi giorni l'anno senza essere un albergatore); per altro verso, è indispensabile avviare una profonda riflessione sulla qualificazione giuridica di chi offre servizi attraverso la piattaforma, come dimostrano le molte controversie sui *driver* di *Uber*. Questi due aspetti si intrecciano con la definizione del ruolo e del conseguente

⁷⁴ Così può accadere che, se le motivazioni di tipo intrinseco assumono un peso preponderante – ossia quando la condivisione avviene fuori dalle logiche di mercato – aggiungere una remunerazione in denaro possa talvolta risultare controproducente.

⁷⁵ Sul punto mi sia consentito rinviare a G. Smorto, Dall'impresa gerarchica alla comunità distribuita. Il diritto e le nuove forme di produzione collaborativa, in *Orizzonti di diritto commerciale*, 2014, 3, 1.

regime di responsabilità delle piattaforme che intermediano domanda e offerta⁷⁶.

Al fondo di tali questioni se ne agita una ancora più profonda. Secondo molti osservatori l'economia della condivisione porta con sé una capacità di risolvere alcuni dei fallimenti del mercato che affliggono i mercati tradizionali, a partire dalla correzione di molte asimmetrie informative, grazie alla capacità di monitoraggio e correzione degli utenti della piattaforma: una trasformazione che renderebbe più efficace l'elaborazione di strumenti *self-regulation*⁷⁷.

L'esigenza di ridefinire la tutela del consumatore nelle transazioni *peer-to-peer* e soprattutto la capacità delle piattaforme *online* di mitigare i fallimenti del mercato e, di conseguenza, di autoregolarsi sono probabilmente i tratti dell'economia della condivisione che impongono un radicale ripensamento del diritto e del ruolo del regolatore⁷⁸.

Con nettezza ancora maggiore si coglie la resistenza a regole eteronome di molte delle nuove forme economiche ispirate a meccanismi di condivisione con riferimento alle pratiche extra-mercato, che investono la sfera della vita privata e non riguardano, neppure indirettamente, il governo dei mercati.

Spesso tali attività si svolgono al di fuori di legami di tipo giuridico in senso stretto e non richiedono, almeno non con la stessa pervasività, l'intervento dell'ordinamento. Attraverso l'esercizio dell'autonomia privata si distinguono i documenti con rilevanza verso l'esterno ed aventi valore legale (ad esempio, l'acquisto in comune di un bene) da quelli interni, cui si attribuisce un valore giuridico limitato o inesistente; si creano protocolli, *memoranda*, dichiarazioni di intenti, che si affiancano ai contratti formali. Il linguaggio è volutamente semplice, anche a rischio della imprecisione sul piano giuridico. È frequente la clausola che esclude valore legale all'ac-

⁷⁶ Esistono altri aspetti giuridici che riguardano la *sharing economy* e che in questa sede non abbiamo spazio di trattare: su tutti, il sistema fiscale ed il rispetto delle discipline urbanistiche. Sul tema della tassazione della *sharing economy* v. S. Oei, D.M. Ring, *Can Sharing Be Taxed?*, in *Boston College Law School Legal Studies Research Paper* No. 352 (2015), <http://ssrn.com/abstract=2570584>; J.M. Barry – P.L. Caron, *Tax Regulation, Transportation Innovation, and the Sharing Economy*, in 86 *U Chi. L. Rev. Dialogue* 69 (2015); in materia di regole urbanistiche v. D.E. Rauch – D. Schleicher, *Like Uber, but for Local Governmental Policy: The Future of Local Regulation of the "Sharing Economy"*, in *George Mason University Law and Economics Research Paper Series* 15-01, <http://ssrn.com/abstract=2549919>; S.R. Miller, *First Principles for Regulating the Sharing Economy*, 2015, <http://ssrn.com/abstract=2568016>.

⁷⁷ M. Cohen, A. Sundararajan, *Self-Regulation and Innovation in the Peer-to-Peer Sharing Economy*, in 82 *U Chi. L. Rev. Dialogue* 116.

⁷⁸ Per un'analisi più approfondita mi sia consentito rinviare a G. Smorto, *Verso la disciplina giuridica della sharing economy*, cit., spec. 271.

cordo raggiunto e molto spesso si stabilisce che, in caso di controversia, si faccia ricorso alla mediazione o a soluzioni di tipo stragiudiziale al di fuori delle regole giuridiche⁷⁹.

Se nel caso delle pratiche di condivisione orientate al mercato si osserva una forte tendenza ad un governo autonomo dei *marketplace*, ossia delle piattaforme *online* che consentono le transazioni economiche, nel caso delle pratiche di condivisione orientate alla comunità l'obiettivo è, più radicalmente, di sottrarre l'intero accordo e la relazione interpersonale alla dimensione giuridica.

Come abbiamo osservato, di "condivisione" e di "economia della condivisione" si parla spesso per definire pratiche economiche molto diverse tra loro per caratteristiche, valore economico e orientamento al mercato.

In ciascuno di questi casi, il diritto gioca un ruolo di volta in volta differente. La sfida per il regolatore è, pertanto, quella di riconoscere le diverse forme di condivisione per verificare le ricadute sul piano giuridico⁸⁰. Quel che appare certo è che, in tutti i casi, è tempo di mettere al centro dell'analisi giuridica la condivisione come modalità di produzione e scambio.

Guido Smorto
Università degli Studi di Palermo
Via Maqueda 172 – 90134 Palermo
guido.smorto@unipa.it

⁷⁹ Per una raccolta di accordi di tipo si rinvia E. Doskow, J. Orsi, *The Sharing Solution*, Berkeley CA, 2009, 421 ss.

⁸⁰ Distingue tra forme di condivisione "funzionali" e "altruistiche", definite rispettivamente *sharing out* e *sharing in*, R. Belk, *You are what you can access: Sharing and collaborative consumption online*, in *Journal of Business Research*, 2013; Sul tema della categoria della condivisione come *tertium genus* rispetto al dono ed allo scambio, v. R. Belk, *Sharing*, cit., 715. Sulla scorta del pensiero di Karl Polanyi, descrivono tre diverse forme di integrazione tra economia e società (scambio, reciprocità, redistribuzione) e affermano che la crescita della *sharing economy* sia in larga parte una risposta ai fallimenti tanto del mercato quanto dello Stato, I. Pais, G. Provasi, *Sharing economy: a step towards the re-embeddedness of the economy?*, in *Stato e mercato*, 2015, 379. Y. Benkler, *Sharing Nicely: On Shareable Goods and the Emergence of Sharing as a Modality of Economic Production*, cit., 358: "We observe in many contexts policy choices and design impulses that take assumptions appropriate to the capital requirements of industrial economies and try to force behavior in the networked information economy into the social and market behavioral patterns that were appropriate for that technological stage and capital structure, rather than for the one we live in today. We must learn instead how to adjust our expectations, assumptions, and, ultimately, policy prescriptions to accommodate the emerging importance of social relations in general, and sharing in particular, as a modality of economic production."