DOPPIOZERO

Condivisione vs collaborazione

Marta Maineri
31 Gennaio 2014

“Ciò che mio è tuo, basta che paghi”. Così il professor Maggioni lo scorso novembre a Sharitaly ha provocatoriamente sintetizzato una delle questioni più discusse riguardo alla sharing economy (battuta ripresa anche nell' articolo suo e di Beretta di qualche giorno fa). Se c’è transazione economica fra le parti si può davvero parlare di condivisione e di collaborazione? E, soprattutto, questo nuova economia è davvero tale o, invece, ripropone le stesse vecchie logiche dell’economia tradizionale vestendole semplicemente di nuovo?

Una questione ripresa anche durante le vacanze di Natale in un articolo di Matthew Yglesias, che ha fatto il giro del mondo tra gli addetti ai lavori. La *sharing economy* non esiste, ha tuonato Yglesias nel suo blog dove ha scritto: “Zipcar ha coniato il termine car sharing non perché sia un servizio che permette di possedere un’auto in comune, ma solo per rendere evidente, dal punto di vista marketing, la differenza tra il suo servizio e quello, conosciuto e affermato, di compagnie come Hertz”.

Un’innovazione di mercato, niente di più per Yglesias, che, tuttavia, ha funzionato bene, tanto che il termine “sharing” è stato adottato da molti altri servizi come il noleggio della bicicletta, degli alloggi, la vendita di vestiti usati, che sono sempre esistiti ma che, le diverse aziende, grazie alle nuove tecnologie, hanno potuto ribattezzare. La questione è tanto vecchia quanto la *sharing economy* stessa. Rachel Botsman ha provato a fare ordine poco tempo fa fornendo una nuova definizione che, tuttavia, ha lasciato molto punti aperti.

La difficoltà esiste perché a oggi all’interno del termine “sharing economy” si fanno rientrare modelli di servizio e di business assai diversi fra loro. Il car o bike sharing, per esempio, prevede che aziende o amministrazioni affittino a tempo ai cittadini “flotte” di auto o bici di cui sono proprietarie. Per noleggiare un’auto con Zipcar, Car2go, Enjoy non bisogna fidarsi di uno sconosciuto, come avviene nelle piattaforme collaborative, ma di un’azienda, esattamente come si faceva con Hertz e Avis. Non essendoci contatto con altre persone non ci può essere collaborazione, e in questo senso ha ragione Yglesias ad affermare che questo modello non rientra nella sharing economy, ma c'è condivisione di prodotto, cosa che permette di avere molti punti in comune con le piattaforme di "sharing economy" più propriamente dette, come: lo sfruttamento efficiente delle risorse, l'invito implicito ad accedere al bene piuttosto che a possederlo, l’uso innovativo della tecnologia.

Tutte caratteristiche che rendono molto diversa l’esperienza offerta da Zipcar da quella di Hertz. Il primo, infatti, permette ai cittadini di avere a disposizione, sempre e ovunque, un’auto a un prezzo ragionevole, producendo così un valore ambientale ed economico, e un cambiamento delle abitudini delle persone. Secondo uno studio di Zipcar del 2011 il 18% degli utenti del servizio intervistati ha dichiarato di aver venduto il suo veicolo, il 46% che ha evitato di comprare una nuova auto e il 72% che ha reso meno

probabile l’acquisto di una macchina in futuro. Il 21%, inoltre, cammina di più, il 14% prende di più la bicicletta, e l’11% usa maggiormente i trasporti pubblici.

Stessi risultati si possono trovare nelle ricerche di Susan Shaheen, dell’Università di Berkley di San Francisco. Quindi, forse, poco importa se Zipcar, Car2go, Enjoy utilizzino più o meno impropriamente il verbo "to share" (condividere) per identificare il loro servizio, quello che importa è l'impatto che producono sul benessere delle comunità e dei cittadini. I servizi collaborativi più propriamente detti, invece, sono quelli che mettono direttamente in contatto le persone (chi offre e chi cerca) per condividere o scambiare beni, competenze, tempo, e denaro. Ciò che viene messo in condivisione, questa volta, non è proprietà dell'azienda, ma delle persone che lo lo offrono (gratuitamente o a pagamento) attraverso piattaforme digitali, raggiungendo così un pubblico molto più ampio rispetto al passato.

Perché se è vero che il prestito, il noleggio, lo scambio sono sempre esistiti, è altrettanto vero che le tecnologie digitali hanno permesso a queste pratiche di uscire dall'economia informale rendendole scalabili, più facili da usare e da trovare. Tuttavia il fatto che le più famose di queste piattaforme chieda ai suoi membri di offrire un loro bene a pagamento prelevando una percentuale dalla transazione, fa affermare, a molti, ancora una volta, che non si può parlare di reale collaborazione. Ancora una volta ci sarebbe condivisione ma non collaborazione. Come se lo scambio fosse sempre stato scevro dal profitto.

La sociologa Fortunata Piselli racconta in un suo studio sulle reti sociali nella società meridionale del dopoguerra, che si andava al funerale di un compaesano solo per assicurarsi che altri venissero al proprio. Un tempo la collaborazione era bidirezionale e le regole di reciprocità erano implicite nei rapporti fra i vicini garantendo la sopravvivenza della famiglia. Non si usava la moneta non perché tutti erano più buoni ma perché nessuno l’aveva. Attraverso questi servizi, invece, il denaro non fa altro che regolare la collaborazione senza, tuttavia, snaturarla. Anzi, portando con sé indubbi vantaggi per i cittadini e per le comunità, come: ridistribuzione della ricchezza (si conta, per esempio, che il guadagno medio di un proprietario che affitta il proprio appartamento a Berlino con Airbnb sia in media di 2000 euro l’anno); maggiore consapevolezza sulla necessità di sfruttare a pieno delle risorse (secondo diverse ricerche chi si avvicina alla sharing economy lo fa in prima battuta per un vantaggio economico, e in seguito apprezza i benefici ambientali e sociali); una nuova esperienza non solo anche rispetto a chi viaggia con servizi collaborativi come Couchsurfing dove l'ospitalità viene offerta gratuitamente. Per molti, infatti, il denaro è una garanzia di sicurezza, permette di non sentirsi “ospite” in casa di sconosciuti (sensazione che non a tutti piace), di mantenere una propria autonomia di giudizio nel momento in cui si recensisce l’esperienza avuta, di chiedere un rimborso se qualcosa è andato storto.

La transazione economica fra pari, infine, ha un’altra conseguenza: l’arricchimento delle piattaforme. Un “male” necessario, per altro, perché quasi tutti i servizi vivono grazie ai fondi erogati da società di venture capital, condizione che fa pensare ad alcuni che le piattaforme continuano, come in passato, a seguire logiche di profitto e non legate al bene comune. Un rischio, non c’è dubbio, tanto che Neil Gorenflo fondatore della rivista Shareable invita i servizi collaborativi a rifondarsi come cooperative.

Tuttavia, al momento se si prova a misurare i servizi collaborativi su metriche nuove come l’impatto prodotto sul benessere dei cittadini e delle comunità; l’esperienza che producono; l’efficienza del servizio che erogano; il legame che si riescono a stabilire con i proprio clienti/membri (fortissimo per brand come Zipcar, Airbnb, tanto da essere spesso proprio loro i primi promotori del servizio); le relazioni che facilitano e così

via, si vedrà che rispetto al passato qualcosa è decisamente cambiato, speriamo di continuare a poterlo affermare anche in futuro, quando questi servizi saranno cresciuti e ne compariranno di nuovi.

Se continuiamo a tenere vivo questo spazio è grazie a te. Anche un solo euro per noi significa molto.
Torna presto a leggerci e SOSTIENI DOPPIOZERO