Combina business e relazioni, mette in comune beni e servizi, si espande nella galassia del web: viaggio nell'universo della sharing economy.

di Silvia Zamboni

AFFARI condivisi

Elena R., 29 anni, bolognese, laurea in lingue e culture orientali con specializzazione in cinese, è un'assidua utilizzatrice di Airbnb, la piattaforma on line che offre camere e appartamenti in affitto in tutto il mondo. Un autentico colosso internazionale della *sharing economy*, l'economia collaborativa figlia della diffusione di internet e delle tecnologie digitali

e ispirata all'obiettivo solidale di condividere beni e servizi. Il battesimo con Airbnb Elena l'ha avuto a Vienna quattro anni fa; l'ultima esperienza a dicembre con una stanza affittata a New York. «I prezzi sono convenienti e l'ambiente è meno impersonale di un albergo», spiega. Nessun disguido in tanti anni? «La volta che ho affittato una stanza a Tokyo è stato complicato l'incontro con i padroni di casa, una coppia franco-giapponese», racconta. «Ma ho sempre incontrato persone disponibili, forse perché chi affitta spesso è un utilizzatore di **Airbnb**, per cui conosce le esigenze degli ospiti».
Giorgia F., 27 anni, vive a Modena e ogni fine settimana per raggiungere il suo compagno condivide il viaggio per Bergamo grazie a **BlaBlaCar**, il social network dedicato al *ride sharing* (la condivisione di percorsi in auto dietro rimborso spese a chi mette a disposizione il mezzo). Con Simone C., 42 anni, che pendola in condivisione tra Modena, dove lavora, e Gualdo Tadino, dove vive la moglie, Giorgia fa parte dei cosiddetti "pendolari dell'amore", che preferiscono il *ride sharing* sia ai viaggi in treno (che hanno orari scomodi e richiedono più cambi), sia a quelli in auto in solitudine. Per Simone, poi, il *ride sharing* vince anche in tutela ambientale, perché riducendo il numero di vetture in circolazione abbatte l'inquinamento.

In grande crescita anche il ride sharing: la condivisione di percorsi in auto a cui si contribuisce con un rimborso spese a chi offre il mezzo. In alto a destra, cucina da ristorante nell'ambiente casa: è il 'social eating'.

CI SONO PIATTAFORME CHE COMBATTONO LO SPRECO DI CIBO; ALTRE PROMUOVONO IL SOCIAL EATING

TRA LAVORO E TEMPO LIBERO

Le piattaforme digitali della *sharing economy* attive in Italia pervadono ormai innumerevoli ambiti della nostra quotidianità, come evidenzia la mappatura 2015 coordinata, con il supporto di Phd Italia, da **Marta Mainieri**, fondatrice del portale collaboriamo.org. Abbigliamento, abitare, alimentare, cultura, formazione, lavoro, scambio di beni di consumo, servizi alle imprese, servizi alle persone, sport, trasporti, turismo: tutti questi settori compongono un aggregato in continua trasformazione che nel nostro Paese conta oltre un centinaio di piattaforme digitali collaborative medie-piccole.
Si scambiano o si cedono abiti usati e libri, si organizzano eventi teatrali e proiezioni di film. Nell'alimentare, accanto a piattaforme collaborative che combattono lo spreco di cibo come le start-up S-Cambiacibo, Lastminutesottocasa e Ifoodshare, altre promuovono il cosiddetto *social eating*, che al piacere della tavola unisce la voglia di fare nuove conoscenze. È il caso di **Gnammo**, che pubblicizza pranzi e cene organizzati dagli "gnammer-cuochi", incassa i contributi richiesti agli "gnammer-ospiti" (in genere sui 25-30 euro) e li gira a chi cucina, trattenendo per sé il 12% a copertura dei costi di incasso, pagamento e gestione fiscale. A dicembre 2015 la community di Gnammo sfiorava quota 154mila adepti per un totale di circa 8400 eventi, con un fatturato nel 2014 di 7,2 milioni di euro.

AL RISPARMIO SI ABBINANO IL PIACERE DI UN'ESPERIENZA E LA RICCHEZZA DELLE RELAZIONI

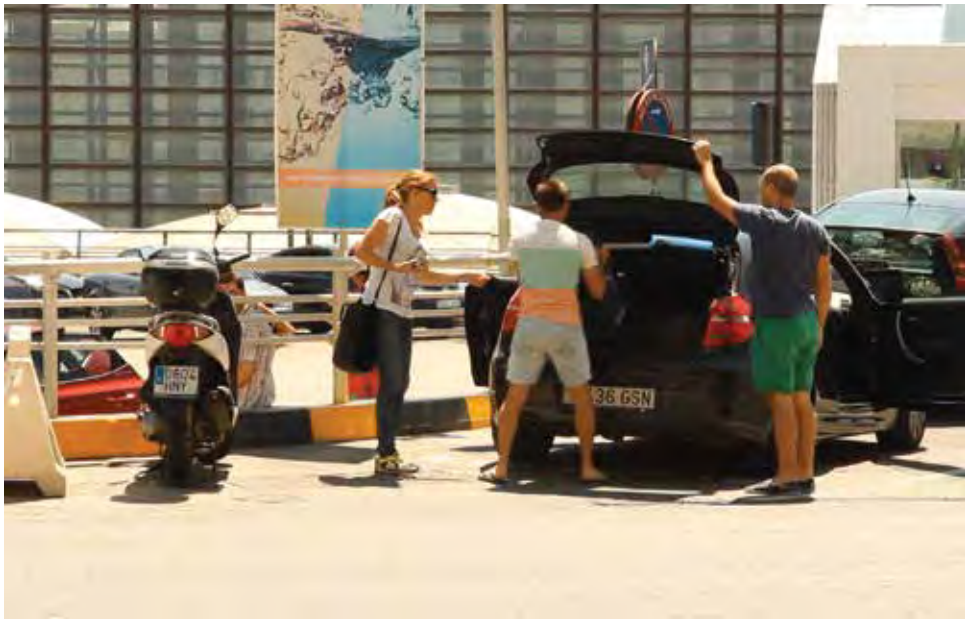
Vi piace il calcetto ma non sapete con chi giocare? Ci pensa la piattaforma **Fubles** a mettervi in contatto con altri giocatori: l'ha già fatto con circa 515mila appassionati di questo sport per quasi 160mila partite giocate.
Se vi servono ripetizioni per i vostri figli e volete pagare con dei lavoretti di casa cercate su **Timerepublik**, la banca del tempo digitale per lo scambio di competenze.
Nel settore dei trasporti la piattaforma di BlaBlacar facilita l'incontro tra offerta e domanda di passaggi. L'importo pagato – anche online – comprende sia il contributo richiesto dal conducente, sia le spese di prenotazione (all'incirca il 12% del costo del passaggio) che BlaBlaCar trattiene a copertura dei costi di gestione. Il contributo spese per passeggero suggerito è di 5,5 centesimi a chilometro, una cifra contenuta per evitare che un servizio basato sullo scambio e la voglia di socializzare diventi un'attività profittevole.

UN APPROCCIO SOLIDARISTICO

Quanto poi alle motivazioni degli utilizzatori di queste piattaforme collaborative «la principale è il risparmio economico», premette **Fabrizio Capeci**, a.d. di TNS Italy e autore di un'indagine presentata a Sharitaly 2015. «Segue la motivazione di tipo esperienziale che riguarda il provare qualcosa di nuovo. Altrettanto forte è l'aspetto relazionale: condividere mi dà l'opportunità di entrare in contatto con un'altra persona e un altro mondo, per cui la motivazione esperienziale si arricchisce dell'elemento relazionale. Fondamentale è l'approccio solidaristico: nei momenti in cui non lo utilizzo metto a disposizione di altri, ad esempio dei vicini, qualcosa che mi appartiene, come un trapano, così li aiuto a risparmiare. Infine c'è l'aspetto ecologico, anticonsumistico: si rimettono in circolazione beni usati e se ne usano altri in condivisione per abbattere gli sprechi».
Il composito quadro delle motivazioni spinge a ridefinire il perimetro della *sharing economy* che, partita dall'originario input solidaristico, negli Usa intercetta oggi anche l'interesse dei grandi *venture capital* attratti da business, utenti e opportunità che essa convoglia. «Piattaforme come Uber guardano poco agli interessi degli utenti e puntano soprattutto ad arricchire il business della piattaforma, che detiene l'algoritmo e il potere di gestire questi pseudo lavoratori, che non sono né autonomi né dipendenti», osserva Mainieri. «Forse si arriverà ad una sorta di regolamentazione; oggi però queste grandi piattaforme internazionali ripropongono vecchie logiche di mercato. Altre invece, come BlaBlaCar, sono

Quando il prestito si fa *social*

L'ultimo nato della *sharing economy* è il *social lending*, ovvero il prestito tra privati, che viene ad aggiungersi alle forme di finanziamento collettivo di progetti tramite il più collaudato *crowdfunding*. Prestiamoci e Smartika sono i due riferimenti in Italia: raccolgono capitali presso privati cittadini che utilizzano poi per erogare prestiti di importo contenuto. Oggi Smartika conta 5749 prestatori (che remunera con un tasso del 6,59% al netto delle commissioni) e 4085 prestiti a 24 mesi erogati a un tasso del 5,60 per importi di 5000 euro. Cifre, come si vede, che non fanno di certo tremare le banche. «In questo settore l'aspetto normativo è cruciale - ammonisce Venturi - e l'incremento dello scambio di denaro dipenderà dalle garanzie per i flussi di denaro che le istituzioni introdurranno o meno. In mancanza di queste, al *social lending* si dedicherà una parte residuale degli investimenti finanziari, mentre il grosso resterà nelle banche».



più attente a mantenere la dimensione dello scambio. In Italia non ci sono grossi capitali che investono e quindi le piattaforme non raggiungeranno mai le contraddizioni legate ai grandi numeri che si vedono all'estero».

NICCHIA DI MERCATO

Ma quanto può valere la *sharing economy* in termini di Pil? «È difficile catturare appieno la dimensione economica della *sharing economy*, anche perché è un Giano bifronte», spiega **Paolo Venturi**, economista, docente all'Università di Bologna. «Da un lato enfatizza la dimensione della condivisione relazionale, mentre in altri ambiti questa è funzionale al risparmio. Analogamente è difficile calcolare la quota di erosione del mercato convenzionale. Nel caso di Airbnb i dati disponibili non paiono tanto aggressivi, anche se l'offerta ricettiva tradizionale è spinta a rinnovarsi e riposizionarsi. Un'indagine condotta da Credit Suisse attribuisce alla *sharing economy* un contributo al Pil tra lo 0,25% e l'1%, ovvero in Italia fra i 4 e i 16 miliardi di euro». In assoluto non è poco, in percentuale ancora un'inezia.

Timerepublik è una banca del tempo digitale, dove si scambiano le competenze più diverse: anche (qui a fianco) la capacità di manutenzione bici. In alto si parte in ride sharing, in mezzo una tavola di social eaters. A sinistra, pubblicità mobile per il servizio Uber.