



UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI PADOVA
DIPARTIMENTO DI SCIENZE ECONOMICHE ED AZIENDALI
"M. FANNO"

CORSO DI LAUREA IN
ECONOMIA E MANAGEMENT

PROVA FINALE

"ECONOMIA COLLABORATIVA AL TEMPO DEL CORONAVIRUS"

RELATORE:

Ch.mo Prof. VIGLIONE Filippo

LAUREANDO: Principe Gabriele

MATRICOLA N. 1066475

ANNO ACCADEMICO 2019 – 2020

INDICE

A.	INTRODUZIONE	
B.	LETTERATURA E LEGISLAZIONE	
B.1.	La novità	5
B.2.	Cos'è l'economia collaborativa o di condivisione	5
B.3.	Un equivoco di fondo: peer to peer o business to consumers?	7
B.4.	Il Concetto di Sharing	8
B.5.	Il concetto di condivisione e di fiducia	8
B.6.	Economia di condivisione o economia dei lavoretti?	10
B.7.	Scambio e baratto in piattaforma	11
B.8.	Concetto di contratto	12
B.9.	Contratti on-line	13
B.10.	Sintesi delle tipologie di relazioni contrattuali	16
B.11.	Animus donandi e dominus della piattaforma	18
B.12.	Controlli e Privacy	21
C.	CASI DI STUDIO	
C.1.	Sharing mobility nella legislazione europea.....	22
C.2.	Caso: Uber e Lift dopo l'emergenza Covid	23
C.3.	I <i>Rider</i> italiani: partecipazione e discriminazione	25
C.4.	The last mile jobs.....	26
C.5.	Lavoratori e prevenzione Covid	27
C.6.	L'uso della piattaforma.....	27
C.7.	Caso: <i>Airbnb</i> e <i>Globe-inc</i> durante la pandemia	29
C.8.	Letzgo e Food Delivery: chi cala e chi cresce.....	30
C.9.	Questioni generali	31
D.	CONCLUSIONI	
D.1.	L'impatto del Coronavirus sulla Sharing economy	34
D.2.	Suggerimenti legislativi per i nuovi contratti on line	35
D.3.	Riflessione conclusiva	36
	BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA.....	38.

A. INTRODUZIONE

Sharing Economy non è un argomento dibattuto frequentemente. Mentre da anni si sente parlare dai media di *Uber* e quest'anno, durante l'emergenza *Covid*, si sono visti in azione i *Rider*. Forse meno pubblicizzati in Italia, ma comunque utilizzati dal 2015 sono stati anche *Airbnb* e *BlaBlacar*.

Queste imprese internazionali, insieme a molte altre più piccole, vengono collettivamente denominate *sharing economy*. Il termine, nato negli Stati Uniti nel 2008 (Lessig, 2008), racchiude *start-up* e imprese ormai affermate le cui attività sono facilitate da piattaforme di collaborazione creando un mercato aperto per l'uso temporaneo di beni o servizi spesso forniti da privati. L'economia di condivisione, come viene tradotta in italiano, costituisce un sistema economico in cui i privati condividono i loro beni: il proprietario di un bene destinato al proprio personale godimento, il quale, di fatto, lo sottoutilizza, decide di ricavarne un'utilità indiretta mettendolo a disposizione di altri soggetti, che corrispondentemente soddisfano i propri bisogni mediante il suo utilizzo.

Alcuni autori hanno definito queste stesse piattaforme economiche, non “di condivisione” ma di “lavoretti”: *gig economy* (Staglianò, 2018). Infatti la triste realtà della maggior parte di coloro che lavorano per grosse imprese è quella di utilizzare i propri mezzi (macchina, motorino, bicicletta) pagandone tutte le spese, per svolgere un'attività lavorativa spesso *full time* che viene retribuita a cottimo, senza alcuna forma di previdenza sociale. Quindi, dal punto di vista della condizione lavorativa e contrattuale, si tratta di un grave arretramento mascherato da novità tecnologica.

La legislazione italiana non sembra essere esaustiva in questo campo: si parla di contratti *on line* ma non è chiaro il rapporto che intercorre tra gli utenti della piattaforma (cioè chi fornisce cosa) e la retribuzione per l'attività svolta.

Inoltre le piattaforme *on line* che coordinano i rapporti tra gli utenti hanno sede legale all'estero e pertanto non vengono tassate in Italia, né riconosciute come controparte fisicamente incontrabile, ma semplicemente come app. In questo periodo di *lock-down* a causa del Coronavirus, vi sono stati notevoli cambiamenti all'interno della *sharing economy* rispetto ai quattro anni precedenti: l'emergenza ha rinchiuso in casa le famiglie per due mesi spingendole

a rapportarsi con l'esterno quasi esclusivamente attraverso internet. Pertanto vi sono imprese per la consegna di cibo a domicilio ingigantite, mentre altre di condivisione di casa e auto e tutto il settore turistico, notevolmente ridotte.

Il presente lavoro si occuperà di indagare il concetto di economia di condivisione all'interno della legislazione europea, di approfondire la problematica dei contratti on line e come la variazione nella domanda di determinati beni e servizi sia frutto di un cambiamento delle abitudini di consumo e delle condizioni di vita in questo anno di pandemia; Inoltre, è auspicabile che una modifica in campo giuridico possa agevolare la sharing economy nell'affrontare l'attuale periodo di cambiamenti.

B. LETTERATURA E LEGISLAZIONE

B.1. La novità

“Alcuni lo chiamano ‘consumo collaborativo’, altri ‘*peer to peer renting*’, altri ancora, in italiano, ‘l’economia della condivisione’. Fatto sta che la *sharing economy* sta diventando un paradigma che regola il passaggio dall’era del POSSESSO all’era dell’ACCESSO” Così esordiva Santiago Mazza all’incontro sulla Sharing Economy al Meeting di Rimini già il 20 agosto 2015.

“The rapid growth of sharing economy and its dramatic impacts on various aspects of today’s social economic systems have stimulated growing public interest in the last five years” affermava in Australia Mingming Chen già nel 2016 (cfr. M.Chen 7/6/2016)

“Il fatturato totale del multi-settore della sharing economy passerà dagli attuali 15 miliardi di dollari ai 335 miliardi entro il 2025” riportava nel 2013 un noto studio della società di consulenza Price Waterhouse Coopers (PWC, 2013). Gli orizzonti di crescita stimati erano immensi, tanto che la sharing economy è stata perfino definita “la terza rivoluzione industriale”. (Rifkin, 2011). Ciò che sicuramente non poteva essere previsto al tempo, era lo scoppiare di una pandemia a livello globale come quella del COVID – 19, che ha portato, e tuttora porta, a conseguenze economiche disastrose. L’International Monetary Fund ha stimato preliminarmente una decrescita annuale del 9.1% del PIL per l’Italia e del 3% per l’economia mondiale nel suo complesso (IMF, 2020). Questi dati, però, risalgono all’Aprile 2020 e nuove stime mostreranno cali sicuramente maggiori dato che le misure di *lockdown* si sono prolungate nel tempo.

B.2. Cos’è l’economia collaborativa o di condivisione

“L’espressione *economia collaborativa* si riferisce ai modelli imprenditoriali in cui le attività sono facilitate da piattaforme di collaborazione che creano un mercato aperto per l’uso temporaneo di beni o servizi spesso forniti da privati” (Comunicazione della Commissione al Parlamento Europeo 2/6/2016 n.356).

E’ stato notato che il perdurare della crisi economica del 2008 ha portato in generale un cambiamento della *forma mentis* riassumibile in tre fattori: una maggiore attenzione verso i costi da sopportare per la soddisfazione di un fabbisogno, ad un consumo consapevole delle

risorse finanziarie individuali e, ed infine una maggiore sensibilizzazione del patrimonio comune dell'umanità, comprese le risorse naturali del pianeta.

Le nuove tecnologie permettono di azzerare i tempi e ridurre notevolmente i costi delle comunicazioni tra le persone. Si parla di una trasformazione epocale del mercato caratterizzata dalla tendenza alla *disintermediazione*. Ossia individui che intendono scambiare *peer to peer* informazioni e competenze, beni o servizi ora possono farlo senza intermediari. La contrattazione consente così di procurarsi beni o servizi a prezzi molto più contenuti rispetto a quelli generalmente praticati nel mercato tradizionale. Ormai non si tratta di un fenomeno di nicchia, ma di una rivoluzione nel campo del trasporto, del turismo, dell'editoria, della formazione e informazione.

Il fenomeno iniziato negli Stati Uniti intorno al 2008, si è sviluppato negli anni scorsi anche in Europa ed in Italia, con la nascita di nuove fiere come “Sharexpo – Milano” nell'occasione di Expo2015, e con la replica negli anni successivi.

Se inizialmente nel 2015 queste piattaforme venivano utilizzate da giovani di livello socioculturale medio alto, il loro uso si è recentemente allargato anche a persone anziane che preferiscono evitare di affidarsi all'agenzia turistica e utilizzare direttamente siti on line per prenotare un aereo, un soggiorno di vacanza e ricercare tutte le informazioni sui possibili luoghi da visitare.

Per non parlare della necessità, in questo periodo di emergenza sanitaria, di soddisfare, non solo desideri superflui, ma bisogni anche primari, senza uscire di casa, quindi affidandosi ai siti on-line.

Di conseguenza, le imprese che si servono degli strumenti classici di distribuzione dei prodotti considerano “gli operatori che perseguono la condivisione di beni e servizi come concorrenti non troppo leali. La circostanza che la materia sia all'attenzione del legislatore non solo nazionale è sicuramente da considerare positivamente;” (Di Sabato 2018 pag. 2). Infatti sembra impossibile che il “*nuovo mercato*” rappresentato dalle piattaforme virtuali di scambio sia in grado di autoregolamentarsi con sistemi di autocontrollo al suo interno affidabili!

Sarà quindi necessario ricercare le leggi che regolamentano i rapporti all'interno delle piattaforme di condivisione.

Vi sono siti come *Wikipedia* e *Linux*, creati senza alcun scopo di lucro (senza intermediazione di denaro e in assenza di profitti) allo scopo di fungere da luogo di incontro e scambio per la diffusione di cultura, opere artistiche, scambio di libri, vestiti ecc. che caratterizzano la vera e propria *sharing economy*.

Vi sono però anche piccole o medie imprese che, non hanno niente a che vedere con il senso di condivisione e di solidarietà, ma che utilizzano le piattaforme di condivisione inserendo i loro beni e servizi per trarre guadagno dalla loro commercializzazione. In realtà gli accordi *peer to peer* sono in realtà stratagemmi per fare accordi di marketing al fine di ricavare profitto. Le imprese utilizzano un mercato definito “*netcapitalism* nel quale non conta tanto la proprietà dei mezzi di produzione o dei capitali, quanto il controllo della rete che favorisce i contatti tra gli individui” (Di Sabato 2018 pag.5).

B.3. Un equivoco di fondo: *peer to peer* o *business to consumers*?

Un equivoco di fondo nasce dall’uso che si fanno dei beni di proprietà messi in condivisione. La proprietà di un oggetto, di un mezzo di trasporto o immobile implica generalmente dei costi di manutenzione, di funzionamento, nonché di tributi verso lo Stato. Quando si mette a disposizione di altri il proprio bene che magari non viene pienamente sfruttato, si utilizza il corrispettivo in denaro per sopperire alle spese connesse alla titolarità del diritto dominicale. Dall’altro lato, colui che utilizza il bene realizza la soddisfazione di un desiderio o bisogno attraverso l’accesso temporaneo allo stesso bene, senza però sopportarne gli oneri connessi alla sua proprietà.

All’interno di questo spirito di condivisione, ad esempio nei siti dei circoli velici, alcuni proprietari mettono in comune una barca a vela allo scopo di soddisfare il desiderio di navigare di chi non la possiede o non abita vicino al mare e, come contraccambio, chiedono il risarcimento completo delle spese connesse alla proprietà del natante.

Al contrario si sta sviluppando negli ultimi anni una forma di condivisione su piattaforma come *car sharing*, *bike sharing*, condivisione di spazi di lavoro che, assumendo l’aspetto di un risparmio di spesa, ha la finalità di realizzare un profitto, sia pur minimo e occasionale.

La Commissione Europea nella Comunicazione n.356 del 2016 pone l’accento sull’ esigenza di distinguere gli scambi realizzati per conseguire un risparmio di costi o piuttosto un utile. Ipotizza quindi una differenza tra il corrispettivo del servizio come mero rimborso dei costi o come una retribuzione per la prestazione svolta. Nel primo caso si tratta del vero e proprio *peer to peer*, ma il secondo viene definito *business to peer*.

Si osserva che alcuni stati europei già operano questa distinzione individuando una soglia di reddito prodotto oltre la quale risulta evidente che la transazione non ha un carattere occasionale, ma di regolarità. Inoltre la Comunicazione n.356/2016 precisa (a pag.10): “Un elemento importante per valutare se un requisito è necessario, giustificato e proporzionato può essere quello di stabilire se i servizi sono offerti da professionisti o da privati a titolo occasionale.”

B.4. Il Concetto di Sharing

Letteralmente il sostantivo *sharing* viene tradotto con *condivisione*, da cui il titolo della presente tesi. Il verbo *to share* ha come sinonimi *to use something together with somebody* cioè *usare qualcosa insieme a qualcuno*, oppure *to allow others to use* ossia *permettere ad altri di usare*, e come ultimo viene definito *to be cooperative*.

E' paradigmatico che il sito Word Reference non conosca ancora il binomio *Sharing Economy*, ma altresì traduca termini come *cost-sharing* come *condivisione dei costi*, *job-sharing* *lavoro ripartito*, *profit-sharing* *compartecipazione agli utili*, *ride-sharing* *viaggiare insieme a qualcuno per lo stesso tragitto*, mentre *time-sharing* non è la *condivisione del tempo*, ma viene tradotta come *multiproprietà*.

Il Merriam-Webster Dictionary precisa che la definizione *Sharing Economy* venne usata per la prima volta nel 2007 e la contraddistingue come "*economic activity that involves individuals buying or selling usually temporary access to goods or services especially as arranged through an online company or organization*".

Il concetto di *condivisione dei beni* si potrebbe paragonare all'esperienza dentro un campeggio, dove l'area attrezzata delimitata permette agli ospiti, previa registrazione, di utilizzare i servizi in *condivisione*. Infatti l'ambiente crea un senso di fiducia tale per cui anche i propri beni vengono lasciati all'aperto giorno e notte e incustoditi (si pensi che le tende non possono essere chiuse a chiave!) nella tranquillità che non si registreranno furti o atti di vandalismo. Ma le prime associazioni di campeggiatori sono nate in Inghilterra già nel 1901 e in Italia solo successivamente nel 1932.

La generale tendenza popolare italiana ad enfatizzare l'uso privato individuale di spazi e mezzi, ha spinto al divieto o quantomeno al disuso del viaggiare gratis utilizzando l'autostop, modalità che anticipa l'odierno *BlaBlacar*.

Così come negli anni '70 e '80 giovani universitari giravano l'Italia in autostop alla moda mitteleuropea, così ora dal 2015 giovani studenti utilizzano *BlaBlacar*, non senza forti raccomandazioni e rimproveri da parte dei loro genitori che non si fidano di questa nuova forma di *condivisione*. Il principio per cui si accede alla piattaforma *on-line* e ci si registra con i propri dati, non sembra essere sufficientemente affidabile per viaggiare con serenità e puntualità.

B.5. Il concetto di condivisione e di fiducia

L'esperienza di generica *condivisione basata sulla fiducia* è quindi più frequente nei paesi nord europei. Nei paesi latini invece è presente in modo anche più efficace, ma con connotazioni di

ispirazione religiosa. Infatti fin dall' '800 la dottrina sociale della chiesa ispirava nell'ambiente rurale e suburbano azioni di utilizzo dei beni comuni per creare una microeconomia familiare meno deprivante di quella capitalistica.

Nel contempo, il principio marxiano che presupponeva la proprietà dei mezzi di produzione da parte dei lavoratori proletari, partiva dall'ideale di uguaglianza e parità che misconosceva il capitalismo.

Entrambi gli ideali avevano una base filosofico-religiosa che si differenzia dall'odierno concetto di *sharing*.

Una sorta di economia di condivisione nel senso di scambio tra privati a fine solidaristico esiste da sempre: l'usanza di regalare o barattare beni in buono stato non più utilizzati, l'abitudine di condividere risorse e ripartire i costi per la realizzazione di un certo fine è antica.

Jeremy Rifkin definisce la *sharing economy* come "la terza rivoluzione industriale". Secondo la sua interpretazione (cfr. Rifkin 2011), la Cina è al primo posto con il 93 % di approccio favorevole verso l'economia dello scambio, perché, a suo parere, si rivela interessata alla economia di condivisione perché più legata alla sua origine religiosa che è meno individualista di quella occidentale, ma valorizza i valori collettivi all'interno di una comunità. L'affermazione è alquanto discutibile, visti anche i recenti sviluppi di politica internazionale tra gli Usa e le piattaforme cinesi, su cui non si può entrare in merito perché non pertinenti all'argomento.

Oggi però, la radicata consuetudine a condividere ha assunto una dimensione globale. La novità è rappresentata dalla capacità della rete di avvicinare soggetti e di accelerare il sorgere di nuove relazioni. Le forme antiche di condivisione erano basate su rapporti interpersonali preesistenti e non mediati dalla rete. La fiducia sulla correttezza e sulla lealtà dell'altro contraente sorgeva dalla vicinanza tra le persone coinvolte. I beni inutilizzati o sottoutilizzati erano messi a disposizione di familiari, amici o vicini di casa. Lo stesso succedeva riguardo al tempo e alle competenze che potevano essere gratuitamente dedicate da una persona verso altre più giovani o piccoli gruppi sociali. Basti pensare alla considerazione che ricevevano gli anziani in un villaggio o i nonni in famiglia, depositari della saggezza di un popolo. Con Internet i rapporti tra gli individui si instaurano su basi diverse, ma è immutato il sentimento di fiducia e di affidamento o di slancio di generosità, o il bisogno di risparmio che spingere soggetti allo scambio condiviso.

La differenza ora, è che le varie modalità di condivisione non sono in presenza, ma attraverso una piattaforma. La fiducia nella rete non si fonda sulla base di una conoscenza personale della controparte, ma sulla reputazione di cui l'utente gode all'interno della comunità di quel sito che

ricrea quella che nelle vecchie società era il luogo adibito alla piazza mercato. Mancando però un volto, un'intesa di sguardi, una stretta di mano, come accade nella società reale, sorge allora l'esigenza di assicurare che le informazioni relative alla *performance* degli utenti che circolano in rete siano veritiere.

B.6. L'economia di condivisione o economia dei lavoretti?

L'enciclopedia *Treccani on-line* tra i neologismi definisce la **gig economy**: "Modello economico basato sul lavoro a chiamata, occasionale e temporaneo, e non sulle prestazioni lavorative stabili e continuative, caratterizzate da maggiori garanzie contrattuali." È qualcosa di più: è la "gig economy", suggerisce il Guardian. Era stata Tina Brown, sul "The Daily Beast", a parlare per prima di Gigonomics, nel 2009, scherzando, si era accorta che molti dei suoi conoscenti non avevano più un singolo lavoro da dipendente, ma una somma di micro-lavori che contribuivano a raggiungere quel pareggio di bilancio personale e familiare definito colloquialmente "the Nut". (Cristina Cuccinello, *Repubblica.it*, 19 ottobre 2015, Economia & Finanza)

Quindi *gig economy* viene presentata in internet con espressioni e descrizioni positive riferite a società che finora abbiamo definito all'interno della *sharing economy*. Di tutt'altro avviso la posizione del giornalista Riccardo Staglianò al Convegno di Vicino/Lontano (Udine 10 maggio 2018) che presenta il suo libro dal sottotitolo emblematico: *Lavoretti. Così la sharing economy ci rende tutti più poveri*. Afferma: "Un nuovo capitalismo, quello delle piattaforme, tanto generoso e altruista, quanto il vecchio, che abbiamo conosciuto fino a oggi, era spietato e egoista. La *sharing economy* invece, sotto i brillantini della narrazione prevalente, presenta solo vantaggi. Economicamente efficiente. Ambientalmente rispettosa. Socialmente giusta. Chi la critica non può che essere una brutta persona. Peccato che, a dispetto dei termini, più che condividere, la *gig economy* – cominciamo a chiamare le cose per quel che sono: economia dei lavoretti – concentri il grosso dei guadagni nelle mani di pochi, lasciando alle moltitudini di chi li svolge giusto le briciole. Chi possiede la piattaforma estrae, secondo una modalità neofeudale, una commissione da chi svolge la prestazione" (R. Staglianò. Torino 2018, p.6).

Fra l'altro i proprietari delle principali piattaforme hanno sede negli Usa, anche se operano nei paesi europei, e quindi non sono soggetti al controllo fiscale di questi stati.

Staglianò sostiene anche che negli Stati Uniti il recupero dell'occupazione nell'ultimo decennio è avvenuto "solo grazie a lavoretti precari. I 9,4 milioni di nuovi assunti, detto altrimenti, sono tutti *freelance*, part time, a chiamata, interinali, insomma *contingent workers*. I lavoratori standards, quelli a tempo pieno, sicuri, si sono ridotti invece di 400 000 unità. (...) chi lavorerà

come *freelance* sulle piattaforme, senza contributi oggi né pensioni domani.” (R. Stagliano, Torino 2018, p.13)

B.7. Scambio e baratto in piattaforma

Le piattaforme, che siano gestite a scopo di lucro o meno, sono il luogo di incontro tra utenti che decidono di scambiare beni, risorse, informazioni, servizi, prestazioni. Nel progetto di legge del gruppo interparlamentare (Proposta di Legge n. 3564 del 26 gennaio 2016 da parte dell’*Intergruppo Parlamentare per l’Innovazione Tecnologica*) si enuncia che “Le forme e gli oggetti della condivisione possono essere i più svariati, dai beni fisici con i mezzi di trasporto fino ad arrivare ad accessori, prodotti digitali, spazi, tempo, competenze, servizi.” Ciò significa che l’oggetto da scambiare non è l’elemento qualificante dei contratti della *sharing economy*.

Sicuramente i rapporti che coinvolgono operatori professionali, i quali utilizzano già una loro rete per collocare direttamente o indirettamente nel mercato beni e servizi, saranno da escludere.

Pertanto, tutti i contratti di distribuzione commerciale non vengano considerati *sharing*.

“Sharing Economy costituisce un sistema economico di condivisione di beni tra privati: il proprietario di un bene destinato al proprio personale godimento, il quale, di fatto, lo sottoutilizza, decide di ricavarne un’ utilità indiretta mettendolo a disposizione di altri soggetti, che corrispondentemente soddisfano i propri bisogni mediante l’utilizzazione di questo; in altri casi, gli utenti mettono a disposizione di altri tempo, competenze o informazioni che hanno a propria disposizione in eccesso, a titolo gratuito o ricavandone un corrispettivo che può essere definito in una somma di denaro o in altre utilità.” (Di Sabato 2018 p.8).

Per quanto riguarda i contratti, è necessario tenere presente la circostanza nella quale si situano tali rapporti, in quanto intercorrono tra privati e non sono qualificabili come contratti dei consumatori, perciò non rientrano nell’ambito di applicazione della disciplina del codice del consumo. In questo settore infatti, si sa che vi è una qualificazione soggettiva delle parti, dove da un lato, si trova il professionista e, dall’altro, un soggetto non professionista che agisce per soddisfare un bisogno personale. Nella piattaforma *sharing* invece accade che beni e servizi vengono collegati sul mercato da soggetti che non sono professionisti e vengono utilizzati sempre da soggetti che non sono professionisti. Pertanto il rapporto tra i contraenti è al medesimo grado e quindi non si ha un’asimmetria informativa tra i contraenti che giustifichi una maggiore cura per l’uno o per l’altro soggetto.

La Comunicazione della Commissione Europea sottolinea che l’economia collaborativa confonde “la linea di distinzione tra consumatori e imprese” nei rapporti che si instaurano, pertanto “non sempre è chiaro chi sia la parte più debole da tutelare” (Comunicazione n.355/2016, p.9).

Nel progetto di legge dell'Intergruppo Parlamentare per l'Innovazione il gestore “soggetto privato o pubblico che gestisce la piattaforma digitale” viene considerato come un operatore professionale. Viene in conseguenza operata la distinzione tra *utente operatore* “che attraverso la piattaforma digitale opera erogando un servizio o condividendo un proprio bene” e *utente fruitore* “che attraverso la piattaforma digitale utilizza il servizio erogato o il bene condiviso”. Nel contratto che si conclude all'interno della piattaforma, le parti sono poste sul medesimo piano e hanno lo stesso potere contrattuale.

Rimane però l'esigenza di assicurare che i beni e servizi non siano dannosi per la salute dell'acquirente e che vi sia un leale scambio di informazioni e una trasparenza del contenuto del contratto, evitando un eccessivo squilibrio tra le prestazioni reciproche. Questa esigenza rimane insoddisfatta, anche perché non esiste la facoltà di recesso-ripensamento che è tipica dei contratti tra professionista e consumatore. Infatti l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, che potrebbe controllare la qualità dei beni e dei prodotti, qui non ha voce, né legittimità, trattandosi di scambi tra privati.

Inoltre il disagio per la disparità di trattamento dei rapporti *peer-to-peer* rispetto a quelli *business-to-consumer* è notata non soltanto per assicurare un adeguato standard qualitativo delle prestazioni nell'interesse di soggetti utenti, ma anche per tutelare l'interesse degli imprenditori professionali che sono costretti a sopportare maggiori costi connessi agli oneri imposti dalla legge e una disparità di trattamento rispetto ai soggetti operatori non professionali nella piattaforma sharing.

Per queste circostanze la Commissione Europea suggerisce che le stesse piattaforme debbano essere “incoraggiate a continuare ad adottare azioni volontarie per la lotta contro i contenuti illeciti on-line e per accrescere la fiducia” (Commissione n.356/2016 p.9).

B.8. Concetto di contratto

“Se è vero che il diritto può essere concepito anche come un sistema di incentivi e disincentivi all'azione individuale, è cruciale disporre di un modello teorico attendibile in grado di spiegare quali siano le risposte prevedibili degli attori sociali dei ‘prezzi’ imposti dalle norme” (G. Resta, 2013).

Perciò in un “modello teorico attendibile” sull'economia di condivisione è necessario definire il concetto di accordo.

“Il **contratto** è l'accordo di due o più parti per costruire, regolare o estinguere tra loro un rapporto giuridico patrimoniale” (cfr. F.Viglione Art.1321. Nozione), che ha forza di legge tra le parti. Secondo l'art.1325, i suoi requisiti sono quattro: l'accordo, la causa, l'oggetto, la forma.

L'**accordo**, che è la convergenza (in forma espressa o tacita) della volontà delle parti, consiste in una proposta che deve contenere gli elementi essenziali del contratto, e nella sua accettazione -non tacita- conforme alla proposta stessa. E' importante, soprattutto per gli accordi stipulati on-line, citare l'art.1335: "La proposta, l'accettazione, la loro revoca e ogni altra dichiarazione diretta a una determinata persona si reputano conosciute nel momento in cui giungono al destinatario, se questi non prova di essere stato, senza sua colpa, nell'impossibilità di averne notizia" e l'art. 1341 " le condizioni generali del contratto predisposte da uno dei contraenti (in particolare nei contratti in serie o di massa) sono efficaci nei confronti dell'altro, se al momento del contratto questi le ha conosciute" e le clausole vessatorie (della lista nera e grigia) devono essere approvate specificatamente per iscritto.(cfr. Viglione 2019-2020).

Pur non addentrandoci sulla specifica normativa (Direttiva Europea n.93 del 5 aprile 1993 recepita dal Codice Civile italiano, artt. 1469 bis-sexies sui Contratti dei consumatori e artt. 33-38 sul Codice del consumo), è necessario, ai fini della *sharing economy*, tener presente la distinzione tra il **professionista** -"persona fisica o giuridica, pubblica o privata che pone in essere il contratto nel quadro della sua attività imprenditoriale o professionale- e il **consumatore** che è la persona fisica che agisce per scopi estranei all'attività professionale" (cfr. Viglione 2019-2020).

In un contratto poi, la **causa** è la funzione socio-economica, costante e tipica, che contiene l'insieme di interessi che si vuole perseguire e che vengono riconosciuti meritevoli di tutela, nei contratti tipici (la causa viene definita dal legislatore) e in quelli atipici, dove si deve verificare caso per caso. Nei contratti di tipo oneroso entrambe le parti ricavano dei vantaggi e sopportano i sacrifici, come nella compravendita, mentre in quelli a titolo gratuito una parte riceve vantaggio e l'altra il sacrificio, come nel comodato. L'**oggetto** del contratto – sia il bene che le prestazioni di servizi- deve essere: possibile, lecito, determinato o determinabile. Sotto questo ambito si dovrebbero eventualmente studiare le varie condizioni (sospensive e risolutive) e il termine.

Infine la **forma**, "un requisito del contratto" (Viglione, 2019-2020cfr, art. 1325) si divide in: *forma ad substantiam*, cioè la forma scritta, perché siano validi alcuni atti (come sui beni immobili e nelle donazioni), *forma ad probationem* che richiede la prova (come nelle assicurazioni) e forma per la trascrizione.

B.9. Contratti on-line

I contratti non sottoscritti direttamente o archiviati fisicamente si distinguono in " **contratti digitali** che ricomprendono tutti i contratti conclusi in forma elettronica con l'ausilio di strumenti informatici o telematici, quindi senza l'uso o lo scambio di documenti cartacei e sono

per questo denominati “paperless contract”; invece i **contratti telematici** (cioè i contratti conclusi on line) si connotano in quanto il contratto è concluso con strumenti telematici senza che le parti siano presenti nello stesso luogo contemporaneamente, quindi l’incontro delle volontà contrattuali avviene attraverso tali strumenti. Attualmente i contratti telematici diffusi sulla rete possono essere stipulati secondo due diverse modalità: col sistema del “point and click” o con firma digitale.” (G. Patané 22/12/2017).

Tendenzialmente si cerca di distinguere i contratti in base a chi li stipula. Nei rapporti *business to business*, essendoci un valore di transazione elevato, si preferisce utilizzare in contratto con firma digitale. Mentre nel *business to consumer* si velocizzano i rapporti usando il *point & click*. Se però nel contratto vi sono particolari clausole vessatorie, si preferisce predisporre la firma digitale anche verso i singoli clienti.

Nell’ordinamento giuridico italiano, i vari tipi di contratti telematici sono ammessi: l’art. 1322 c.c. infatti consente di stipulare contratti che non sono previsti dalla legge, purché siano diretti a realizzare interessi meritevoli di tutela. L’art. 1350 c.c. sancisce invece il principio della libertà delle forme, in quanto è sufficiente che il consenso alla stipula del contratto sia manifestato con qualsiasi mezzo idoneo.

Tuttavia il valore giuridico della forma del contratto telematico ha un profilo tra i più importanti e controversi della materia, basti citare il corso dei vari decreti. Il 23/01/2002 il Governo ha emanato il d.lgs n°10, pubblicato nella G.U. del 15/02/2002, che ha dato attuazione alla Direttiva comunitaria 1999/93/CE sulla firma elettronica. Questo decreto, riprende una serie di interventi normativi del legislatore italiano in materia di firma digitale e di documento informatico. La prima norma nel nostro ordinamento -l’art. 15, l. 59/97- riconosce il principio della piena validità e rilevanza del documento informatico, parificandolo a quello cartaceo e stabilendo che “gli atti e i documenti formati dalla P.A. e dai privati con strumenti informatici o telematici, i contratti stipulati nelle medesime forme nonché la loro archiviazione e trasmissione con strumenti informatici, sono validi e rilevanti a tutti gli effetti di legge”.

A questa norma sono seguiti vari provvedimenti: il DPR 513/97-DPCM808/02/1999-una circolare dell’Aipa del 26/07/1999 N° Aipa/CR/22 ed infine il Testo Unico 445/2000 che ha assorbito e perciò abrogato il DPR 513/97 e che costituisce la fonte di primaria importanza in materia di contratti telematici e firma digitale, in quanto riconosce in Italia valore giuridico solo ad un tipo di firma, quella digitale, caratterizzata dal differente sistema, una pubblica e l’altra privata, che garantisce la immodificabilità del documento e perciò è idonea ad attestare la riferibilità dello stesso al titolare della firma.

Più recentemente il d.lgs 10/2002 ha riformato completamente il precedente sistema fondato su un solo tipo di firma, quella digitale, introducendo accanto ad essa anche la firma elettronica o

“firma leggera” che comporta una minore protezione del documento e dà una minore garanzia e un minore grado di sicurezza circa la provenienza e la genuinità del documento elettronico collegato. Dal punto di vista tecnico può trattarsi di un codice identificativo associato ad un documento informatico, come ad esempio un username o una password.

La firma digitale, invece, continua ad essere fondata sul sistema di crittografia a chiave pubblica e dà maggiori garanzie sull'immodificabilità del documento e perciò sulla sua riferibilità al titolare della firma. Il documento elettronico sottoscritto con firma digitale, o firma elettronica avanzata, “fa piena prova, fino a querela di falso, della provenienza delle dichiarazioni da chi l'ha sottoscritto”, quindi ha il valore della scrittura privata riconosciuta (cfr art. 2712 c.c.).

L'art 38 T.U. 445/00, precisa che nei rapporti con la P.A. hanno validità solo i documenti, le istanze e le dichiarazioni sottoscritti con firma digitale, con esclusione di ogni rilievo alla firma elettronica. L'art 11 T.U. 445/00 stabilisce “i contratti stipulati con strumenti informatici o per via telematica mediante l'uso della firma digitale secondo le disposizioni del presente T.U. sono validi e rilevanti a tutti gli effetti di legge”; alla luce dell'art 10 T.U. 445/00, questa norma consente di equiparare il contratto stipulato on-line con firma digitale ad un contratto formato con scrittura privata riconosciuta. I contratti telematici non possono essere stipulati quando la legge richiede la forma dell'atto pubblico *ad substantiam*, come accade per esempio per il contratto di donazione o per l'atto costitutivo di una S.P.A. Attualmente i contratti telematici sono soprattutto contratti di scambio ed in particolare contratti per cui la legge non richiede questa forma.

La più diffusa, tra le varie modalità di formazione dell'accordo nel contratto telematico, è la tipologia dell'offerta al pubblico, la quale presuppone che le trattative intercorrano tra soggetti non identificati e ricorre quando nel sito vengono indicati tutti gli elementi essenziali del contratto; in tal caso l'inserimento dell'offerta sul sito soddisfa il requisito della pubblicizzazione della proposta e il contratto si conclude nel momento e nel luogo in cui la dichiarazione negoziale di accettazione perviene all'indirizzo virtuale del proponente.

Se invece nel sito web non sono indicati tutti gli elementi essenziali della proposta contrattuale, ricorre lo schema dell'invito a proporre ed in tal caso il proponente è l'acquirente, mentre il fornitore di beni o servizi è l'accettante che si riserva di concludere il contratto.

Un caso molto frequente, come con le assicurazioni, è lo schema del comportamento che si conclude quando l'invio del numero della carta di credito integra l'ipotesi dell'art. 1327 c.c., con inizio di esecuzione prima della conclusione dell'accordo telematico ed in tal caso il contratto termina nel tempo e nel luogo in cui ha avuto inizio la sua esecuzione.

Nell'ambito del commercio elettronico, quando vi sia un dichiarante sotto il falso nome, sembra che l'art. 8 T.U. 445/00 possa offrire una soluzione affermando che “il documento informatico

da chiunque formato” è valido e rilevante a tutti gli effetti di legge. In base a questa norma alcuni pensano che nel settore dei contratti telematici con firma digitale vige a carico del titolare della firma una implicita assunzione di responsabilità per la custodia della sua firma. Il rischio di abusiva apposizione della firma al documento informatico resterà, per tale motivo, a carico del titolare della chiave privata.

Non è chiaro quale spazio potrà esserci per i contratti con firma elettronica, nell’ambito del commercio elettronico, dove già esiste un sistema come quello del “point and click” che soddisfa esigenze di celerità e speditezza e dove, quando gli interessi sono rilevanti, si fa ricorso alla firma digitale, che ha un valore probatorio preciso, sancito dalla legge.

In conclusione, l’attuazione della direttiva comunitaria in materia di firma elettronica risolve alcune problematiche e ne solleva delle altre, che mettono in luce la complessità del fenomeno dei contratti telematici: gli aspetti del fenomeno sono nuovi e controversi, perché la “transnazionalità del medium tecnico usato”, aspetto da cui non si può prescindere, impone la ricerca di soluzioni sovranazionali uniformi, che risulta difficile trovare.

B.10. Sintesi delle tipologie di relazioni contrattuali

I contatti in rete, tipici della nostra era tecnologica, rendono più agevole lo scambio *peer to peer* senza denaro, in quanto i contraenti riescono a procurarsi un bene utile a soddisfare un interesse determinato.

Già nel *Codice Civile* italiano del 1865 n. 1554 era prevista la distinzione tra compravendita e permuta precisando che “Si escludeva che la permuta di cosa verso cosa, senza conguaglio in denaro, potesse essere oggetto di rescissione per lesione in considerazione delle difficoltà di operare un rimedio dell’offerta di modificazione delle condizioni per ricondurre il contratto a equità” (cfr. Di Sabato 2018 p.20).

Anche sotto l’impero romano si ritrovano questi due tipi di transazioni, ma per la vendita si concludeva un contratto semplicemente basandosi sul mero consenso, mentre per la permuta era necessario un vero e proprio contratto scritto.

Queste differenze oggi si sono attenuate perché entrambi sono contratti consensuali con transazione di un bene. In caso di restituzione della permuta, l’art.1553 del c.c. prevede la possibilità per l’evitto di scegliere tra la restituzione della cosa o il valore corrispondente e inoltre nell’art. 1555 che le spese ricadano su entrambi.

La previsione di un conguaglio in denaro non è però un elemento sufficiente a escludere la possibilità di qualificare il contratto come permuta. Secondo i giuristi infatti, per stabilire se un contratto traslativo della proprietà di cose per le quali si riceve sia un altro bene che del denaro, è ritenuto una permuta o una vendita, occorre fare attenzione non tanto al valore del bene,

quanto alla comune volontà delle parti. Il venditore potrebbe cedere un bene in cambio di denaro che viene parzialmente commutato con un altro bene, oppure i due contraenti decidono lo scambio di beni ricorrendo all'integrazione di denaro solo per colmare la differenza.

Quando gli scambi avvengono tra privati nelle piattaforme *on line*, i rapporti si complicano perché i due contraenti si trovano a operare delle transazioni a catena che coinvolgono una pluralità di soggetti.

Ciascuna delle parti è disposta a cedere il proprio bene - con il quale ha un legame diretto, magari di tipo affettivo - all'altro contraente, ma, in caso di più offerte, potrebbe eventualmente cambiare, non in virtù delle qualità del contraente, ma delle qualità del bene da scambiare offerto dalla persona. Così vi sarebbe una sorta di contratto *intuitus personae*.

Nei contratti *on line*, la consegna delle cose non deve necessariamente avvenire nello stesso istante, come avveniva nelle permuta in presenza, disciplinate dall'art.1552 del Codice Civile. Quindi la *sharing economy* abbisogna di una disciplina adeguata.

Normalmente gli utenti che aderiscono alla piattaforma instaurano un rapporto continuativo che consente loro di godere della controprestazione al momento dell'effettivo bisogno.

Nella *sharing economy* gli scambi tra utenti avvengono in modo simile agli scambi in compensazione o *countertade*, che sono tipici dei rapporti tra le imprese nel commercio internazionale, in particolare tra le ditte operanti in paesi industrializzati e quelle in paesi in via di sviluppo.

In questo decennio, seguito alla crisi economica mondiale del 2008, *l'e-commerce* tra imprese edili della comunità europea e quell'est extracomunitario è molto fiorente, soprattutto attraverso questi scambi in compensazione.

Inoltre lo schema contrattuale chiamato *barter* consiste nello scambio simultaneo di un bene verso un altro bene, con eventuale previsione di un conguaglio in denaro, che maggiormente richiama la permuta. In assenza di simultaneità, il contraente è tenuto a fornire le dovute garanzie. Con questo principio in Sardegna a Serra Manna un gruppo di laureati ha creato il SARDEZ, la moneta-non moneta di scambio, per agevolare i contadini. (cfr. Convegno al meeting di Rimini 2015).

La *contract compensation* è uno schema contrattuale più evoluto di quello della permuta in cui i contraenti concordano un rapporto di durata disciplinato da un accordo quadro in cui si obbligano reciprocamente a vendere o acquistare i propri beni e servizi alle condizioni predefinite per un certo tempo. Ovviamente, è necessario un intermediario con il compito di tenere la contabilità dei movimenti di dare e avere in appositi conti correnti con un saldo alla fine del rapporto.

Il *couterpurchase* è invece una forma di rapporto contrattuale che consiste nello stipulare distinti contratti paralleli di vendita e di “controacquisto” versando il pagamento di un corrispettivo in denaro; queste transazioni vengono effettuate in momenti diversi. In questo accordo quadro, vi sono determinate clausole per cui le parti concordano di versare le somme dovute a titolo di prezzo, in un conto vincolato fino al completamento dell’intera operazione.

Aver richiamato alcuni schemi utilizzati nei contratti internazionali tra imprese, permette di qualificare la situazione attuale come *contratto atipico*. La legge italiana parla di permuta all’interno del campo della vendita, ma non definisce precisamente tutte le transazioni dei soggetti all’interno delle piattaforme.

Nel commercio internazionale, come nell’economia di condivisione, per realizzare un negozio tra le parti, sono necessari dei servizi accessori (come la gestione dei pagamenti, la garanzia dell’adempimento ecc.) che vengono svolti da un terzo soggetto a favore di entrambi i contraenti. Il mediatore, allo scopo di accattivarsi i clienti, offre spesso dei servizi aggiuntivi, accessori che rendono più agevole la fruizione delle risorse. Così, oltre all’appartamento al mare, si riceve anche il *car pooling* o *Uber* e il *food delivery*. Quindi alla fine è equiparabile ad un pacchetto viaggi tutto compreso!

La condivisione in questo caso perde la caratteristica della disintermediazione perché i rapporti non si svolgono solo *peer to peer*, ma sono mediati da una piattaforma.

E’ poi cura del gestore del sito mantenere i rapporti con i suoi utenti, per cui, quando ad esempio un singolo cittadino italiano accede per un’unica volta a *AirBnb* tedesco, per i cinque anni seguenti continua a ricevere email propagandistiche!

La Comunicazione della Commissione Europea indica chiaramente la necessità di distinguere le piattaforme: vi sono siti che si limitano a fornire un servizio informatico, gestendo uno spazio virtuale all’interno del quale gli utenti possono concludere i loro accordi, eventualmente poi forniscono servizi accessori che però non determinano un coinvolgimento nelle transazioni. Al contrario invece, si differenziano quelle piattaforme che, per la natura dei servizi resi e per la capacità di determinare il contenuto tra gli utenti, svolgono un ruolo attivo nel perfezionare lo scambio e quindi dovrebbero seguire la medesima disciplina di qualsiasi altro operatore del settore e non dovrebbero godere delle agevolazioni previste dai fornitori di servizi informatici.

B.11. Animus donandi e dominus della piattaforma

“L’economia del dono in altri termini, è un’economia asimmetrica e disuguale, mentre quella incentrata sullo scambio di mercato riflette un’organizzazione sociale fondata sull’uguaglianza e sul diritto. Il declino della gratuità rappresenta per Jossierand non soltanto un processo ormai irreversibile, ma anche un obiettivo cui mirare e una conquista da incoraggiare.” (G. Resta 2013

p.30 in Di Sabato 2018). La Di Sabato si riferisce ad un saggio di quasi un secolo fa, ma sempre attuale, dove il giurista francese Josserand nota una costante erosione nella sfera della gratuità che veniva spinta dalla benevolenza e dal disinteresse, e una generale riorganizzazione dei rapporti sociali e della frontiera del mercato, sostituendo lo ‘*scambio*’ con altre forme di integrazione come la ‘*reciprocità*’. (cfr. Louis Josserand, saggio su *Declino del titolo gratuito e sue trasformazioni*, Parigi 1936)

Quindi la naturale propensione verso il dono di qualcosa di sé - come conoscenze ed esperienze culturali o di viaggi, o di beni superflui - oppure lo scambio reciproco, non è certo nata con l'avvento di *inter-net*. La transazione ora è semplicemente più complessa e mediata.

Una questione di difficile soluzione riguarda il problema che le regole vengono etero-prodotte e unilateralmente imposte dal gestore della **piattaforma**, che è però anche il centro del microcosmo nel quale si svolgono i rapporti tra gli utenti. Quindi non può essere delegata allo stesso ente l'individuazione delle regole per gli scambi tra gli utenti, perché non è saggio che il controllo della rete avvenga proprio da parte di chi gestisce la rete. Perciò la questione della qualificazione dei contratti nella *sharing economy* non prevede una soluzione facile, né immediata.

Osservando la prassi, si nota che l'economia della condivisione è caratterizzata prevalentemente dallo scambio di beni e servizi tra privati attraverso schemi contrattuali non sempre facilmente qualificabili.

Una pluralità di soggetti può acquistare uno o più beni in comunione e regolamentarne l'uso. Questa ipotesi, che a dire il vero non è la modalità più diffusa, si rifà a un modello più propriamente solidaristico. Un modello che potrebbe richiamare quello delle Cooperative rurali. Vi è però il caso in cui la proprietà dei beni appartenga ad un'impresa e che, anziché trasferirli, li metta a disposizione degli utenti per il tempo necessario al soddisfacimento dei loro bisogni attraverso contratti di noleggio, anche in abbonamento. Questa tipologia non ha nulla a che vedere con l'economia della condivisione ed è efficacemente anche definita *rental economy*. In questo caso le imprese, soddisfacendo un'esigenza del mercato, forniscono servizi e beni *on demand*.

La prima condizione da prendere in considerazione è che l'utente manifesti la propria volontà di trasferire ad altri la proprietà di un bene in assenza di una controprestazione: un ***animus donandi***, a cui corrisponde l'arricchimento oggettivo di un destinatario. Generalmente sono oggetto della donazione beni mobili o di poco valore. Pertanto il trasferimento della proprietà potrà avvenire senza particolari formalità e il contratto si perfezionerà con la consegna effettiva del bene. L'accordo concluso in rete viene considerato vincolante solo dopo l'effettiva *traditio*. Se più utenti si dichiarano interessati a ricevere il bene offerto, il contratto si considera concluso

con il destinatario che per primo lo riceve in consegna. Spesso le parti concordano che il bene debba essere ritirato al domicilio indicato dal donatore. Come ad esempio negli annunci su *Subito.it* del tipo “Regalo cucina in buono stato a chi viene prendersela”.

Trattandosi di disposizioni a titolo gratuito verso un pubblico indefinito attraverso la piattaforma, non si potrà applicare l’art. 1333 c.c., ma si dovrà applicare l’art. 1371c.c., in quanto il contratto “deve essere inteso nel senso meno gravoso per l’obbligato”.

“Il confine tra atto di liberalità e contratto a titolo gratuito è labile e richiede un accertamento caso per caso della effettiva intenzione delle parti. (...) La questione ovviamente è ricca di implicazioni in ordine alla condotta delle parti ed alla possibilità di considerarle inadempienti rispetto gli obblighi assunti.” (Di Sabato 2018 p.17)

Ad esempio il proprietario di un bene come una vecchia auto, in grado di produrre utilità residuali alle quali non è più interessato e che rimane nel suo patrimonio inutilizzata, deve però comunque pagarne le tasse di proprietà ed i costi di mantenimento. Inoltre vi sono i costi di demolizione e quelli per eventuali danni a terzi. Alcuni proprietari talvolta lasciano parcheggiata e incustodita l’auto che non usano più senza però pagarne l’assicurazione, a scapito di eventuali danni che possono provocare e non riuscire a ripagare - come un ipotetico incendio - verso i proprietari di altri veicoli parcheggiati a fianco.

E’ necessario pertanto valutare l’equilibrio tra le prestazioni e stabilire se viene stipulato un **contratto gratuito** o oneroso, in quanto, che il contratto sia on line o meno, la sostanza non cambia. “La Corte di Cassazione il 15/1/2003, n.485, *in pluris, online*, ha statuito che il modus non fa venir meno la gratuità del baratto se esso non è di consistenza tale da integrare un corrispettivo.” (Di Sabato 2018, p 18). A questa tipologia si potranno riferire i contratti di *comodato*.

Nella *sharing economy* è diffusa anche la pratica di barattare un bene o una prestazione con la *datio* di un altro bene, ossia ciò che in Italia si chiama **permuta**, un tipo di contratto in alternativa alla compravendita.

Nello scambio temporaneo di godimento di beni, come il *car sharing* e *home sharing*, entrambi gli utenti godono di beni per un determinato periodo, ma questo potrebbe considerarsi un’operazione negoziale complessa composta da due distinte locazioni che magari comprendono servizi accessori come pulizia, guida turistica, parcheggio ecc. In questo caso si tratterà di un **contratto misto**, perché viene compreso un contratto di *locazione*. In genere anche i servizi accessori vengono forniti dal gestore della piattaforma.

B.12 Controlli e privacy

In relazione alla regolamentazione del trattamento dei dati personali dei lavoratori da parte dei datori di lavoro la disciplina emergenziale ha mostrato una notevole carenza di attenzione e di approfondimento tecnico. L'art. 14 del d.l. 14/2020 e, poi, l'art. 17 bis del d.l. 18/2020, introdotto dalla legge di conversione n. 27/2020, ha autorizzato i soggetti "deputati a monitorare e garantire l'esecuzione delle misure" per il contrasto e il contenimento della diffusione del virus negli ambienti di lavoro previste all'effettuazione di trattamenti (non meglio specificati) dei dati personali, comuni e particolari, "necessari all'espletamento delle funzioni attribuitegli nell'ambito dell'emergenza". La norma ha un campo di applicazione molto esteso, nell'ambito del quale rientrano tutti i soggetti che, svolgendo attività imprenditoriali, sono "raccomandati" all'assunzione di protocolli di sicurezza anti-contagio, oltre alle "imprese le cui attività non sono sospese", chiamate ad applicare le misure per il contrasto e il contenimento della diffusione del virus CoViD-19 negli ambienti di lavoro in base ai protocolli di intesa. Tutti questi soggetti possono "effettuare trattamenti, ivi inclusa la comunicazione tra loro, dei dati personali, anche relativi agli articoli 9 e 10 del regolamento (UE) 2016/679, che risultino necessari all'espletamento delle funzioni ad essi attribuite nell'ambito dell'emergenza determinata dal diffondersi del CoViD-19"

"Quello che la norma non chiarisce è se i trattamenti che si richiede vengano effettuati dai datori di lavoro sono connessi all'esercizio di funzioni di interesse pubblico nel contrasto all'epidemia (e allora da ricondurre alle lettere g), h), i) dell'art. 9 del Regolamento europeo) o vanno, invece, ricondotti ad obblighi datoriali di tutela della salute e sicurezza (e dunque da ricondurre alla lettera b). Il legislatore avrebbe dovuto scegliere chiaramente se affidare ai datori di lavoro vere e proprie funzioni direttamente di interesse pubblico, oppure limitarsi a specificare, per la fase di emergenza sanitaria, quali siano gli obblighi di tutela in capo alle aziende. E' in gioco la libertà d'impresa e la dignità dei lavoratori, la salute e la sicurezza. E la certezza del diritto è un bene essenziale, anche e soprattutto in questo momento di grave criticità". (SITZIA 2020, p 152).

C. CASI DI STUDIO

C.1. Sharing mobility nella legislazione europea

L'espressione *sharing mobility* identifica una gamma eterogenea di servizi di mobilità, alternativi tanto all'utilizzo del mezzo proprio che dei mezzi collettivi o di massa, i quali si fondano sull'accesso temporaneo alle risorse – c.d. *access-based consumption*, ed in cui l'erogazione del servizio avviene per il tramite di piattaforme digitali che garantiscono l'accesso alle risorse e la condivisione di mezzi, veicoli e tragitti, consentendo all'utenza di richiedere, prenotare e pagare il servizio attraverso dispositivi informatici. Si formano così servizi di mobilità diversi, frutto di un'accresciuta *multimodalità* dei trasporti secondo un modello di organizzazione talvolta designato con l'acronimo MAAS o *Mobility as a service*.

E' necessario quindi analizzare la difficile ricerca di una politica europea dei trasporti. Infatti, secondo Guido Smorto, fin dal Trattato istitutivo della Comunità economica europea di Roma del 1958, i trasporti sono sempre stati uno dei settori strategici dell'integrazione europea (cfr "Fondamenti della Comunità" -artt. 74-84). In seguito, con una decisione del 1985 si è posta l'attenzione nel garantire la libera prestazione dei servizi in fatto di trasporti (Causa C-13/83 Parlamento c. Consiglio, ECLI:EU:C:1985:220).

Si pone però attualmente sul piano giuridico la delicata questione legata alla nascita di queste piattaforme che riguarda la corretta qualificazione dell'attività che esse svolgono nell'erogazione del servizio: sono semplici intermediari tra il cliente e chi offre il servizio? La disputa sulla qualificazione delle piattaforme digitali come intermediari o come fornitori del servizio di trasporto ricalca il dibattito in atto. Il diritto dell'Unione europea prevede, infatti, una disciplina speciale per quelli che definisce "servizi della società dell'informazione", ossia servizi forniti "dietro retribuzione, a distanza, per via elettronica e su richiesta individuale di un destinatario di servizi" (cfr SMORTO, 2020).

Spesso si nota un'opposizione tra regimi giuridici differenti che diventa ancora più vistosa quando si parla di trasporto. A differenza di altri servizi, per i trasporti non vigono né la liberalizzazione dei servizi nel mercato interno frutto della Direttiva Servizi, né la disciplina sulla libera circolazione dei servizi di cui all'art. 56 del TFUE, e neppure sono state adottate norme comuni o altre misure specifiche ex art. 91, apr. 1 del TFUE. La direttiva "Servizi" 2006/123/CE non si applica, infatti, ai servizi di trasporto. (Cf. art. 2, par. 2, lett. d) e Considerando 17 e 21) che non rientrano nell'ambito dell'articolo 56 TFUE, relativo alla libera prestazione dei servizi in generale, ma nell'articolo 58, par. 1, TFUE, che rimanda al titolo relativo ai trasporti (artt. 90 ss.). La stessa Corte di Giustizia, nell'ultima parte di *Uber Spain*,

ha sottolineato che i servizi di mobilità innovativi sono coperti dalla politica comune europea dei trasporti, cosicché i principi che regolano la libera prestazione dei servizi non sono esclusi, ma devono essere perseguiti attuando una politica comune dei trasporti conformemente al Trattato FUE. Pertanto spetta agli Stati membri disciplinare le condizioni di prestazione dei servizi nel settore dei trasporti.

Non a caso, nelle condizioni generali di contratto (così come nelle dichiarazioni pubbliche) la maggior parte di queste piattaforme digitali per l'erogazione di servizi di mobilità si autodefinisce "mercato" (*marketplace*): semplice fornitore di servizi di intermediazione online per facilitare lo scambio di beni e servizi da parte di agenti economici indipendenti, i quali grazie alla piattaforma tecnologica messa loro a disposizione possono proporre autonomamente i propri servizi all'utenza. In altre parole, le piattaforme tecnologiche per l'erogazione di servizi di mobilità affermano di non essere fornitori del servizio di mobilità nei confronti dell'utenza ma di limitarsi a permettere la fornitura di servizi di trasporto da parte dei propri utenti, consentendo ai fornitori di erogare il servizio e ai clienti di selezionare, prenotare e pagare per un servizio di trasporto fornito attraverso la piattaforma. (cfr SMORTO 2020 p.25).

La tecnologia consente alle piattaforme di articolare efficaci sistemi di incentivi rivolti ai suoi utenti, ad esempio attraverso sistemi di *rating* e *feedback*, che svolgono un'importante funzione disciplinare, inducendo gli utenti a comportarsi secondo le regole e, nello stesso tempo, minacciando con sanzioni private chi violi le norme o non mantenga determinati standard.

Una questione non risolta è quella dei dati e della loro accessibilità: i servizi di mobilità condivisa si basano su dispositivi digitali con sensori che accertano e comunicano la posizione di cose e persone in tempo reale e predicono la posizione futura, grazie al GPS e alle reti di comunicazione. Vi è però una forte resistenza delle piattaforme a condividere con le autorità pubbliche i propri dati, motivata da un diritto *sui generis* sui dati o dal segreto commerciale. È invece fondamentale consentire l'accesso delle autorità pubbliche ai dati in presenza di un interesse pubblico chiaro e dimostrabile, stabilendo al contempo adeguate restrizioni basate su protocolli per l'uso, la conservazione e la cancellazione. In particolare in questo periodo di emergenza sanitaria, il dibattito sulla geolocalizzazione è estremamente attuale.

C.2. Caso: Uber e Lift dopo l'emergenza Covid

Chiara Pizzimenti, (una free lance journalist) in un twit del 13 maggio 2020, relaziona: "Uber, la prima piattaforma per il trasporto via app, nata a San Francisco nel 2008 e presente in quasi tutto il mondo, ha annunciato mercoledì che taglierà 3.700 posti di lavoro a tempo pieno, circa

il 14% della forza lavoro della società. La contrazione degli introiti è stimata al 69%. Il timore del contagio ha portato sempre meno persone a utilizzare questo tipo di trasporto condiviso. *Lyft*, il maggiore rivale di *Uber*, ha annunciato il mese scorso che avrebbe licenziato 982 persone, il 17% degli impiegati. Se solo due mesi fa “condividere” era la parola chiave, ora tutta quell’economia deve essere ripensata, a partire dal *car sharing* che era sempre più diffuso nelle città italiane. Secondo gli esperti queste imprese non potranno tornare a pieno regime prima dell’arrivo del vaccino. «Non addolcisco la pillola. Il Covid-19 ha un impatto drammatico sul nostro settore» ha detto Dara Khosrowshahi, direttore esecutivo di *Uber*. In aprile la compagnia si è salvata con la consegna del cibo, cresciuta dell’89% rispetto all’anno precedente, ma questo non riesce a coprire le perdite del resto delle attività.”

Marco Valsania, nel suo articolo del 7 agosto 2020 nel “Il sole 24 ore” sulla situazione di *Uber* durante il covid in California, afferma:

“La gig economy non si scrolla di dosso gli effetti della pandemia. Il colosso del trasporto alternativo *Uber* ha riportato perdite nette per 1,8 miliardi di dollari nel secondo trimestre dell’anno. E il giro d'affari è diminuito del 29% a 2,24 miliardi, la flessione maggiore da quando l’azienda si è quotata nel maggio dell’anno scorso.

Le perdite sono state superiori alle attese, anche se le entrate hanno leggermente battuto previsioni di 2,04 miliardi. Nello stesso trimestre dell’anno scorso il passivo dell’azienda era stato di 5,24 miliardi, appesantito però da oneri straordinari. Escluse simili voci, il passivo operativo negli ultimi tre mesi è peggiorato a 837 milioni da 656 milioni. Il titolo ha ceduto circa il 3% nel dopo mercato.

L’attività nel cruciale segmento di *ride-hailing*, il trasporto passeggeri battezzato *Mobility*, ha rastrellato ricavi per 790 milioni di dollari e risentito di cadute del 75% nel totale delle corse prenotate. Negli Stati Uniti, in particolare, il calo in numerose grandi città è stato pronunciato, tra il 50% e l’85%, e ha mostrato tuttora scarsi segni di recupero. Meglio sono andate le *performance* in alcuni mercati asiatici e europei, come Francia, Spagna e Germania scivolata di circa il 35 per cento.

La principale ancora di salvezza è stata la consegna di pasti dai ristoranti, *UberEats*, con prenotazioni raddoppiate dall’anno scorso e aumentate del 49% dal primo trimestre 2020. Le entrate sono state pari a 1,2 miliardi, trasformando il segmento nel più grande del gruppo davanti alle corse tradizionali con passeggeri. *Uber* sta rafforzando questa attività con la recente acquisizione della più piccola rivale *Postmates* per 2,65 miliardi in titoli. L’amministratore delegato Dara Khosrowshahi, che ha anche ridotto i costi generali facendo scattare nei mesi scorsi il licenziamento di migliaia di dipendenti, ha indicato che il business delle consegne “si sta trasformando da un lusso a una necessità” e ha previsto che la tendenza continui.”

C.3. I Rider italiani: partecipazione e discriminazione

“C’è un altro campo della sharing economy che funziona: è quello delle due ruote. Lo studio di Deloitte, *From now on. Mobility Boost*, attende un grande sviluppo di alcune forme di sharing finora limitate: monopattini, bike e scooter. In Cina a tre mesi dal contagio l’utilizzo del bike sharing è aumentato del 150%. La ripresa è in bicicletta.” (Chiara Pizzimenti, articolo citato 13/5/2020)

Su *The Vision* on-line, Alessio Amorelli, il 4 maggio 2020, scrive un articolo *Senza diritti non c’è progresso. Anche la gig economy va regolamentata*, che val la pena riportare, nonostante la lunghezza: “Secondo un’indagine dell’Istituto nazionale per l’analisi delle politiche pubbliche pubblicata a settembre del 2019, i lavoratori della *gig economy* – come i *rider* e gli autisti di *Uber* – in Italia sono circa 213mila, ma nel mese di marzo sono cresciuti del 60%. Degli oltre 200mila di pochi mesi fa, il 42% di loro non aveva alcun contratto di lavoro mentre il 19% lavorava con un contratto di collaborazione. Tutte queste professioni hanno una cosa in comune, si svolgono attraverso l’ausilio di piattaforme digitali. Si tratta di infrastrutture invisibili regolate da algoritmi più o meno complessi, costruiti su misura per ottimizzare i risultati dell’azienda di riferimento. Molto spesso, però, l’algoritmo non si limita a migliorare le performance aziendali ma controlla minuziosamente l’operato di chi si guadagna da vivere grazie alle istruzioni della piattaforma digitale. (...)

A dicembre 2019 tre sigle sindacali appartenenti alla CGIL hanno depositato un ricorso contro “*Frank*”, così viene identificato l’algoritmo utilizzato da *Deliveroo*, sostenendo che l’azienda utilizzi questo strumento con modalità discriminatorie nei confronti dei lavoratori, con particolare riferimento alla salute e ai diritti sindacali. Nella ricostruzione del funzionamento di *Frank*, le organizzazioni sindacali contestano che *Deliveroo* abbia adottato un sistema di organizzazione del lavoro secondo cui i *rider* più “performanti” hanno diritto a lavorare nelle fasce orarie più redditizie, lasciando le briciole agli altri. Una vera e propria classifica sulla base della quale i ciclo-fattorini vengono incentivati dalla società a lavorare con ritmi sempre più frenetici. L’algoritmo penalizza tutte le forme lecite di astensione dal lavoro, quali possono essere le assenze per malattia o quelle relative all’esercizio di diritti sindacali. I contratti di lavoro dei *rider* prevedono pochissime tutele e questo lascia uno spazio di manovra eccessivo all’algoritmo che decide le persone da premiare e quelle da penalizzare sulla base di criteri a dir poco discutibili. Chi ha il *ranking* più elevato può scegliere la prenotazione delle sessioni di lavoro più vantaggiose a livello economico riducendo, di fatto, la scelta di altri rider. Lo Stato non sembra essersi accorto dei controlli invasivi che gli algoritmi stanno progressivamente

esercitando sull'attività lavorativa delle persone. Ma sarà necessario intervenire con misure efficaci, che regolamentino l'utilizzo degli algoritmi nella gestione dei rapporti di lavoro.”

C.4. The last mile jobs

Coloro che svolgono i lavori dell'ultimo miglio – the last mile jobs – e forniscono servizi di vario genere, come i trasportatori, conducenti, agenti della vigilanza, rider ecc. sono molto spesso collocati ai margini del diritto del lavoro in quanto, anche se non rientrano nell'economia informale, sono legati alla committenza da contratti di lavoro autonomo, flessibili e temporanei. Una delle più importanti sentenze degli ultimi anni in materia di lavoro è stata pubblicata il 24 gennaio, giusto una settimana prima della dichiarazione dello stato di emergenza in conseguenza del rischio sanitario (che risale al 31 gennaio), ed abbia riguardato proprio i “rider”, riconoscendo loro, quali lavoratori “etero-organizzati”, tutte le tutele approntate dal sistema giuridico per il lavoro subordinato. In piena emergenza CoViD, inoltre, il Tribunale di Milano, con decreto n. 9/2020, ha disposto l'amministrazione giudiziaria di Uber Italy S.r.l. per aver agevolato il delitto di cui all'art. 603 bis c.p. (intermediazione illecita e sfruttamento del lavoro) ai danni di un certo numero di “rider”, migranti, richiedenti asilo, in stato di bisogno, provenienti da zone conflittuali del pianeta ed alloggiati presso centri di accoglienza. La pronuncia è di estremo interesse, anche teorico, e tratteggia il quadro di un capitalismo delle piattaforme di impianto decisamente para-schiavistico. (Sitzia 2020 p.148).

Il problema però non è colto nel suo peso in Italia, tanto che il d.p.c.m. dell'11 marzo 2020 consentiva l'esercizio della ristorazione con sola consegna a domicilio nel rispetto delle norme igienico sanitarie sia per l'attività di confezionamento, sia per quella di trasporto, con ciò implicitamente onerando l'imprenditore di provvedere a garantire il richiesto rispetto delle prescrizione igienico-sanitarie previste per l'attività di trasporto e consegna a domicilio del cibo, e ciò a tutela della salute non solo degli operatori, ma anche dell'utenza del servizio e, con essa, della collettività intera.

Non è un caso se la crisi epidemiologica ha posto con forza il tema della tutela della salute e sicurezza sul lavoro proprio con specifico riferimento alla figura dei “rider” 11, elevandosi, così, la salute e la sicurezza sul lavoro a diritti di natura universalistica spettanti, in quanto tali, a prescindere dalla tipologia contrattuale intercorrente tra le parti. A questo riguardo il d.l. 101/2019, conv. in l. 128/2019, ha inserito il nuovo capo V bis nel d.legis. 81/2015, che estende ai “rider” delle piattaforme digitali la copertura assicurativa INAIL per gli infortuni e le malattie professionali e le tutele del d.legis. 81/2008 in materia di salute e sicurezza sul lavoro.

C.5. Lavoratori e prevenzione Covid

E' necessario fare riferimento anche alla normativa emergenziale che riguarda le misure di prevenzione anti contagio, funzionali a rendere possibile e sicuro lo svolgimento delle attività lavorative e, dunque, la prosecuzione delle attività di impresa.

La prevenzione della diffusione del contagio da CoViD-19, per tutte le aziende autorizzate a svolgere o riprendere la loro attività, passa attraverso l'adozione di un "protocollo" di sicurezza anti-contagio: il d.p.c.m. 26 aprile 2020, seguito dal d.l. n. 33/2020, dal d.p.c.m. 17 maggio e, ora, dal d.p.c.m. 11 giugno efficace fino al 14 luglio 2020.

Con l'art. 29 bis del d.l. 23/2020, introdotto in sede di conversione dalla legge 40 del 5 giugno 2020, si è disposto che "i datori di lavoro pubblici e privati adempiono all'obbligo di cui all'art. 2087 del codice civile mediante l'applicazione delle prescrizioni contenute" nei protocolli condivisi.

I protocolli d'intesa, la cui violazione comporta la sospensione dell'attività fino al ripristino delle condizioni di sicurezza, sono dei veri e propri accordi interconfederali, in quanto tali dotati di efficacia obbligatoria di diritto comune. Vi è un tentativo del governo di adottare, in relazione alla individuazione delle misure di sicurezza più adeguate al fine di contrastare la diffusione del contagio negli ambienti di lavoro, un criterio di regolazione che valorizza in massimo grado il dialogo sociale ed il criterio di prossimità.

A fronte di queste indicazioni legislative, contrasta la protesta sindacale dell'Associazione *Riders Union Bologna* che il 15 marzo 2020, in pieno lockdown italiano, proclamava su *Facebook*: "Non va bene che noi *riders* dobbiamo rischiare la nostra salute, spesso e volentieri senza nessun dispositivo di sicurezza fornito dalle aziende, per 3 euro a consegna mentre a buona parte del lavoro dipendente viene concesso di stare a casa con dei sacrosanti ammortizzatori sociali. Non va bene che siamo stati equiparati, tramite una diretta *facebook* del Presidente del Consiglio, ad un servizio pubblico essenziale al pari di ospedali e mezzi pubblici. Non va bene che *Glovo* e *Deliveroo* pensino che abbiamo diritto a una sorta di sussidio per restare a casa solo in caso di positività ai tamponi, e non prima. Non va bene neanche che la stessa sorte debba toccare a migliaia di precari, autonomi, piccole partite IVA e lavoratori a nero."

C.6. L'uso della piattaforma

L'esigenza di tutelare la parte debole è una delle principali ragioni per limitare l'autonomia negoziale, principalmente in ragione dell'incapacità di uno dei due contraenti di concludere accordi in condizioni di parità con la propria controparte.

I consumatori non sono, dunque, semplici fruitori delle informazioni ma sono anche soggetti attivi nel produrla. Essi, infatti, possono segnalare direttamente il proprio livello di soddisfazione e influenzare i mercati imponendo sanzioni, ed esercitare così la propria capacità di “voce”, in aggiunta a quella alternativa di “uscita”, abbandonando quegli operatori che non dovessero soddisfarli per rivolgersi alla concorrenza

Rispetto ai tradizionali fornitori di servizi che operano attraverso internet, le piattaforme online assumono la funzione di *marketplace* (mercati), ossia di intermediari estranei allo scambio, il cui compito è dar vita ad una piazza virtuale dove agenti economici indipendenti concludono affari tra loro. (SMORTO 2018, p.425).

Nell'economia digitale non è soltanto la conclusione del contratto ad essere cambiata, ma anche la sua esecuzione. I contratti conclusi in rete sono spesso eseguiti attraverso algoritmi: “regole meccanizzate” che creano una sorta di “ingiunzione privata automatica” resistente ad ogni sindacato di tipo giuridico e indifferente alle circostanze concrete che possono aver influito su un determinato esito. In casi del genere l'accesso alla giustizia può risultare particolarmente difficile. Anche quando formalmente esistono rimedi e procedure di reclamo, le piattaforme non sempre forniscono informazioni chiare su modalità operative e procedure. I meccanismi di ricorso interni funzionano spesso per posta elettronica o attraverso sistemi automatizzati che in molti casi non prevedono neppure la possibilità di un contatto umano diretto e l'individuazione di un responsabile. E nonostante i tanti appelli per la trasparenza di questi algoritmi, un simile risultato è molto difficile da ottenere, lasciando così di fatto non solamente i lavoratori, ma più in generale fornitori e utenti privi di rimedi giuridici adeguati (SMORTO 2018 p.430)

L'interesse della piattaforma-fornitore può imporsi una volta che abbia conquistato un certo mercato, divenendo l'unico o il principale marketplace e non debba temere altri concorrenti. Un'eventualità analoga si verifica quando il *ranking* delle diverse offerte dipenda da commissioni pagate dai fornitori alla piattaforma, ossia quando i risultati della ricerca di beni e servizi sia influenzata dalle maggiori somme pagate alla piattaforma da certi operatori rispetto ad altri.

Proprio sulla qualificazione del fornitore del servizio è intervenuta la Direttiva 2019/2161/UE (c.d. Omnibus) 51, la quale ha integrato la Direttiva 2011/83/UE introducendo l'obbligo per le piattaforme digitali di indicare se il terzo che offre beni, servizi o contenuti digitale attraverso la piattaforma sia un professionista o meno, sulla base della dichiarazione del terzo stesso al fornitore del mercato online (art. 4).

Sui temi della tutela dell'utente delle piattaforme di intermediazione è intervenuto anche il Regolamento UE 1150/2019, avente ad oggetto i rapporti tra la piattaforma e il professionista prestatore del servizio sottostante “con lo scopo di promuovere equità e trasparenza per gli utenti commerciali dei servizi di intermediazione online nei diversi ambiti dei mercati digitali”.

In particolare, l'art. 3 del Regolamento ha disposto che i termini e le condizioni d'uso unilateralmente predisposti dalle piattaforme debbano essere redatti in un linguaggio semplice e comprensibile ed essere facilmente reperibili. Tali termini devono enunciare le ragioni che giustificano la decisione di sospendere, cessare o limitare la fornitura dei servizi di intermediazione.

Il Regolamento obbliga anche la piattaforma a dare comunicazione preventiva al professionista della decisione di limitare o sospendere la fornitura del servizio di intermediazione, indicando le motivazioni. E nel caso in cui la disattivazione sia definitiva, la decisione e le sue motivazioni devono essere comunicate con un preavviso di almeno trenta giorni dalla sua effettiva applicazione (art. 4).

Una particolare attenzione è dedicata dal Regolamento al posizionamento delle offerte, in considerazione del fatto che in molti casi le piattaforme non forniscono informazioni sufficienti ai fornitori di servizi su come le loro offerte sono ordinate e classificate sul sito. Difatti, le piattaforme godono di una discrezionalità pressoché assoluta al riguardo, esercitata attraverso la presentazione di un lungo elenco di fattori di carattere generale e non esaustivi, spesso accompagnati da clausole che conferiscono alla piattaforma il potere di modificare l'ordine di presentazione dei prodotti a proprio piacimento.

Il Regolamento dispone che i parametri che determinano il posizionamento debbano essere descritti nei termini d'uso della piattaforma che offre il servizio di intermediazione. Nella stessa direzione, la Direttiva c.d. Omnibus integra la Direttiva 2005/29/CE vietando che un professionista fornisca risultati di ricerca in risposta a una ricerca online del consumatore senza che sia chiaramente indicato ogni eventuale annuncio pubblicitario a pagamento o pagamento specifico per ottenere una classificazione migliore dei prodotti all'interno di tali risultati (art. 3(7) Direttiva Omnibus).

Nella platform economy i contratti sono spesso conclusi in una condizione di disparità di potere contrattuale a vantaggio delle piattaforme. Allo stesso tempo, non è affatto chiaro se, e in che misura, stiano effettivamente emergendo – come da più parti sostenuto – soluzioni spontanee di mercato che contrastino queste disparità. Al contrario, l'effetto combinato di clausole contrattuali, della struttura di app e siti internet e il governo di parti sostanziali del rapporto da parte di oscuri algoritmi sta determinando una sostanziale ridefinizione dei diritti e doveri a tutto vantaggio delle piattaforme, rendendo estremamente difficile un controllo pubblico trasparente sul loro operato.

C.7. Caso: Airbnb e Globe-inc durante la pandemia

“ ‘I thought we were dead.’ Emmanuel Bamfo, the boss of Globe, a six-person startup founded a year ago, began thinking about what job to do next when the coronavirus hit in March. His firm acted like a short-term Airbnb: its app let people rent out their homes or even only parts

of them, such as the bedroom or the bathroom, for a few hours. This became an unattractive proposition during a pandemic.” (The Economist, 4 giugno 2020)

Ma alla fine, anziché chiudere, Bamfo ha deciso di rimodulare il suo servizio. Ora gli utenti dell'applicazione possono “comprare” un po' di tempo in appartamenti vuoti che in circostanze normali sarebbero offerti in affitto per periodi più lunghi su altri siti. Pagando tra 25 e 125 dollari l'ora è possibile affittare un appartamento a San Francisco. Un'ottima soluzione per chi vuole lavorare per un po' senza bambini tra i piedi o ha bisogno di un cambio di ambiente. La domanda per questo genere di servizi sembra elevata, al contrario dell'offerta. L'applicazione ha una lista d'attesa su scala mondiale di oltre 113mila persone (l'azienda deve verificare l'identità dei potenziali affittuari) e sostiene di avere diecimila appartamenti nel suo database. Non è ancora chiaro se il successo di *Globe* sia destinato a durare nel tempo.” (*The Economist*, traduzione di Emanuele Spadaccino, 4 giugno 2020)

Ovviamente in questo anno di pandemia, non solo non è più possibile condividere stanze con estranei al nucleo familiare, ma anche gli stessi viaggi all'estero sono estremamente limitati verso molti paesi tra cui gli U.S.A. dove vige l'obbligo della quarantena. Pertanto non è più possibile *to share* ambienti chiusi con altre persone.

“Il sistema di condivisione di alloggi *Airbnb* ha già tagliato circa 1.900 persone, il 25% della sua forza lavoro. Il blocco dei viaggi e del turismo fa precedere un drastico calo delle transazioni. La previsione di guadagno alla fine dell'anno è dimezzata.” (Chiara Pizzimenti, 13 maggio2020)

C.8. Letzgo e Food Delivery: chi cala e chi cresce

Il 13 gennaio 2016 su *Startup Italia* si annunciava: ”Procede a pieno ritmo l'espansione di Letzgo, l'unico servizio di carpooling urbano istantaneo attivo oggi in Italia: nell'arco di sei mesi la società ha messo a segno una serie di traguardi straordinari e messo in cantiere nuovi ambiziosi obiettivi. Anche per questo ha deciso di presentarsi con un nome tutto nuovo, *Zego*. Dal suo esordio sul mercato questa startup al 100% italiana ha visto crescere intorno a sé una *community* che oggi è arrivata a 20mila *user* e 2mila *driver* in quattro città italiane: Milano, Torino, Genova e Padova.

Dopo l'entusiasmante inizio delle società sharing in Italia nel 2015, come si legge in questo articolo, non si sono più trovate piattaforme recenti di *Letzgo* e *Zego*, fondate da Davide Ghezzi, segno che forse dopo una veloce fase iniziale è seguita presto anche una fase di declino.

Invece, un'altra start-up americana, sorta nel marzo 2019, indubbiamente ha aumentato in modo esponenziale gli ordini online per le consegne a domicilio durante la fase 1 dell'emergenza causata dal Coronavirus. Il 22 aprile, su *Esperto Lavoro.com*, G. Spolverato raccoglie articoli

esplosivi come: “Glovo: a marzo volano le consegne. Marzo record per Glovo. La piattaforma multi-delivery per le consegne a domicilio ha registrato un + 900 % nelle spedizioni tra i privati. Balzo anche della spesa on-line (+300 %) dei farmaci da banco e di tutti quei prodotti diventati essenziali o di difficile reperibilità nei giorni della pandemia. Aumentano (+46 %) anche gli esercenti che utilizzano Glovo con una forte predominanza dei piccoli ristoranti.” L’articolo sembra riferirsi alle applicazioni statunitensi, ma riporta poco sotto un titolo della pagina economica di *Repubblica*, Il futuro del commercio: “Milioni di clic e negozi di quartiere. Così cambia il modo di fare la spesa” con in primo piano la foto di un perfetto *rider* con il caschetto davanti la Galleria del duomo di Milano.

Il *lockdown* ha fatto capire alla gente che il mondo da remoto può funzionare, anche se non in modo ottimale, ma può continuare.

Rociola, l’11 maggio 2020 afferma su AGI: “Secondo i dati di *Netcomm Forum*, nei primi mesi del 2020 il commercio *online* ha visto un incremento solo in Italia di 2 milioni di nuovi consumatori, di cui 1,3 sono arrivati alle piattaforme d’acquisto digitale durante l’emergenza sanitaria. Ma se i consumatori si muovono *online* è anche perché *online* c’è più scelta, più opzioni, e nelle ultime settimane più negozi che prima non vendevano tramite *internet*. È come se il mondo stesse vivendo un enorme esperimento sociale, forzando l’individuazione di soluzioni.”. (ROCIOLA 11/5/2020)

C.9. Questioni generali

Alessio Amorelli, il 23 giugno 2020 ha pubblicato un interessante articolo su *The Vision*, che vale la pena riportare integralmente:

“La guerra commerciale cominciata dall’amministrazione statunitense a marzo 2018, ha colpito principalmente la Cina, con l’introduzione di tariffe del 25% sulle importazioni di acciaio e del 10% sull’alluminio, ma anche numerosi prodotti europei, come dimostra l’acceso dibattito che ha coinvolto anche l’agroalimentare italiano durante i primi mesi del 2020. La battaglia condotta dagli Stati Uniti non ha però mai preso in considerazione i giganti del *web* come *Amazon*, *Google* o *Facebook*, multinazionali con la sede legale negli Stati Uniti e profitti generati in tutto il resto del mondo. Secondo quanto rivelato dall’Area Studi di Mediobanca, il fatturato delle filiali italiane dei colossi di internet nel 2018 è stato superiore ai 2,4 miliardi di euro. A fronte di ricavi a nove zeri, le tasse pagate al fisco ammontano a circa 64 milioni di euro. La strategia che seguono è massimizzare i profitti riducendo al minimo gli oneri fiscali. Circa la metà dell’utile di queste imprese è tassato in Paesi a fiscalità agevolata, come l’Irlanda o il Lussemburgo, con un conseguente risparmio fiscale di oltre 49 miliardi di euro nel periodo che va dal 2014 al 2018.

Per riequilibrare questo scenario, la Commissione europea ha proposto l'introduzione di una tassa comunitaria che costringa i big della rete a pagare le tasse nel luogo in cui vengono generati i profitti e non dove hanno la sede legale, come gli è stato concesso fino a oggi. L'Ocse sta lavorando a un'ipotesi di riforma a livello globale da raggiungere entro la fine dell'anno, con l'intento di siglare un'intesa tra tutti i maggiori Paesi per mitigare il meccanismo della competizione fiscale. Le due iniziative non hanno ancora ottenuto risultati tangibili, portando alcuni Stati ad agire in autonomia.

L'Italia, per esempio, ha introdotto "l'Imposta sui Servizi Digitali" a partire dal primo gennaio del 2020. Si tratta di una tassa che colpisce i ricavi di società che forniscono servizi digitali come quelli offerti da *Google* o da *Facebook*. Le soglie minime che delimitano i destinatari della tassa ricalcano la proposta della Commissione europea: un fatturato globale di 750 milioni di euro, di cui 5,5 milioni devono derivare da servizi digitali erogati sul territorio nazionale. In sostanza, l'imposta vuole colpire la pubblicità *online* dei giganti del *web*, ma anche le commissioni che aziende come *Amazon* incassano dalla vendita di beni e servizi su una piattaforma digitale. L'importo dovuto corrisponde così al 3% sull'ammontare dei ricavi generati in Italia. Secondo la relazione tecnica al provvedimento che ha introdotto questa web tax, la tassa dovrebbe produrre entrate aggiuntive per appena 708 milioni di Euro nel 2020.

Si tratta di numeri ridotti rispetto a fatturati stimati in miliardi. Nonostante questo compromesso al ribasso, il segretario al Tesoro statunitense Steven Mnuchin ha inviato una lettera dai toni piuttosto intimidatori al ministro dell'Economia Roberto Gualtieri e ai suoi omologhi in Francia, Spagna e Regno Unito. La colpa di questi Stati sarebbe quella di aver introdotto una tassa sui servizi digitali che ricade principalmente a carico di imprese statunitensi. Secondo quanto riportato nella lettera di Mnuchin "gli Stati Uniti non sono in condizione di concordare, neanche su base transitoria, cambiamenti a regole fondamentali che finiscano per tassare più pesantemente solo un gruppo limitato di aziende in prevalenza americane". Per concludere il segretario minaccia esplicitamente l'introduzione di dazi e di sanzioni commerciali nel caso in cui gli alleati europei non rivedano questa linea di intervento. A quanto pare, per far tornare grande l'America, è necessario lasciare libere le sue imprese di generare profitti in tutto il mondo senza contribuire al benessere delle comunità che consentono questo gigantesco arricchimento.

Le aziende del web stanno costringendo diversi Stati a cambiare il loro modo di riscuotere le tasse. Fino a poco tempo fa, le imprese venivano tassate dove avevano la loro sede legale o, detto in termini tecnici, una "stabile organizzazione". Per chiedere il conto era necessaria una presenza fisica dell'azienda nel territorio dello Stato che riscuote l'imposta. Con l'avvento dell'economia digitale sempre più multinazionali riescono a operare su scala globale evitando

di essere “fisicamente” presenti nei territori in cui operano, impedendo così agli Stati di riscuotere quanto dovuto per le loro attività. La rivoluzione tecnologica che stiamo vivendo ha reso i principi fiscali obsoleti e inadatti a garantire un’imposizione fiscale equa e proporzionata all’effettiva capacità contributiva delle persone, come richiesto dalla nostra Carta costituzionale.

Le multinazionali hanno così un vantaggio competitivo enorme rispetto alle imprese locali. Gli Stati sono sempre più deboli e non riescono a raccogliere il gettito fiscale generato da grandi gruppi capaci di raggiungere profitti miliardari. A queste ragioni si deve aggiungere l’egoismo nazionale che ha generato la concorrenza fiscale che permette a Paesi come l’Irlanda, l’Olanda o il Lussemburgo di drenare risorse ai partner europei attraverso l’adozione di regole fiscali particolarmente favorevoli per le imprese straniere.”

D. CONCLUSIONI

D.1. L'impatto del Coronavirus sulla sharing economy

Se c'era un settore che fino a qualche mese avrebbe potuto raggiungere nel nostro paese i 25 miliardi di fatturato, era quello della cosiddetta sharing economy.

Secondo una ricerca di Coldiretti del 2019, 4 italiani su 10 utilizzavano qualche servizio di *sharing economy*. Poi, con l'arrivo della pandemia, anche la condivisione si è interrotta. *Uber* ha assistito a un calo degli affari dell'80% e gli affitti di case di *Airbnb* sono stati annullati in massa a causa dei *lockdown*. In risposta, la società di noleggio con conducente ha licenziato 6.700 dipendenti, senza contare i suoi autisti, e chiuso 45 uffici. Allo stesso modo *Airbnb* ha tagliato 1.900 posti di lavoro. Insomma molti si sono subito affrettati a decretare che il coronavirus farebbe terminare il settore della condivisione. Ma l'effetto dei *lockdown* sull'economia della condivisione non è stato uniforme. Mentre *Uber e Airbnb* hanno subito enormi perdite, altre società hanno prosperato e alcune *start-up* stanno inseguendo proprio le opportunità create dalla pandemia. Ad esempio, *Amazon Flex*, il servizio di consegna affidato a semplici cittadini in piena filosofia *sharing economy*, ha visto la registrazione di molti nuovi corrieri da marzo.

Altre aziende come *Instacart, DoorDash e Shipt* — che forniscono rispettivamente generi alimentari, ordini di asporto di ristoranti e immagazzinaggio di merci — hanno assunto tutti più lavoratori e gli affari stanno procedendo a buon ritmo. Ma anche nel nostro paese esistono esempi di società della sharing economy, come la piattaforma di *e commerce in blockchain, Coinshare*, che ha realizzato *performance record*, sia come numero di nuovi utenti che come volume di acquisti, proprio nei mesi del *lockdown*. (cfr V. Caccioppoli, 14 luglio 2020).

Queste aziende forniscono servizi molto richiesti mentre i clienti rimangono a casa, consentendo loro di limitare il tempo che trascorrono all'esterno. Le difficoltà che affrontano *Uber e Airbnb*, quindi, non sono sfide inerenti all'economia della condivisione, come affermano alcuni rapporti, ma al settore dei viaggi e del turismo che sta soffrendo la peggiore crisi dal dopoguerra. Anche le più tradizionali aziende di trasporto hanno subito fortissimi cali nel numero di passeggeri a causa della pandemia, sia che si tratti di aereo, treno, autobus o taxi.

Allo stesso modo, anche il settore alberghiero ha sperimentato una bassa occupazione e sta anticipando uno scatto di fusioni e acquisizioni. Quindi la crisi economica ha investito tutti i settori, ma colpendo particolarmente il settore dei trasporti e dei viaggi, dove le grandi aziende di sharing economy avevano concentrato gran parte del loro business.

Ma quei settori, come l'*ecommerce* o il *delivery*, che invece hanno mostrato segnali di crescita, hanno visto proprio le aziende di *sharing economy*, registrare spesso le migliori *performance* in termini economici. La pandemia ha spianato la strada a un altro tipo di economia della condivisione, che mira a generare profitti creando mercati *online* dove s'incontrino l'offerta e la domanda.

Probabilmente la *sharing economy* non verrà spazzata via dalle conseguenze del coronavirus, ma si adatterà alle nuove esigenze che il virus ha imposto alla vita di tutti.

D.2. Suggerimenti legislativi per i nuovi contratti on line

“La distinzione tra datore di lavoro e intermediario è quasi un postulato che però la realtà contemporanea tecnologicamente evoluta pone in crisi: infatti, la figura del caporale, ma a ben vedere anche quella del datore, sono spesso dematerializzate, sostituite da una piattaforma (una APP) che ha la funzione di fare incontrare domanda e offerta di servizi e che più spesso svolge anche la funzione di reclutamento di manodopera a basso costo.” (F. Buffa, Roma 2017). Manodopera, macchina propria, bicicletta propria, energia e rischi di infortuni a proprio carico. Questo è ciò che offre la piattaforma ai propri utenti.

Nella Comunicazione della Commissione Europea viene indicata chiaramente la necessità di distinguere le piattaforme: vi sono siti che si limitano a fornire un servizio informatico gestendo uno spazio virtuale all'interno del quale gli utenti possono concludere i loro accordi e eventualmente forniscono servizi accessori che però non determinano un coinvolgimento nelle transazioni. Al contrario invece da quelle piattaforme che, per natura dei servizi resi e per la capacità di determinare il contenuto tra gli utenti, svolgono un ruolo attivo nel perfezionare lo scambio e quindi dovrebbero seguire la medesima disciplina di qualsiasi altro operatore del settore e non dovrebbero godere delle agevolazioni previste dai fornitori di servizi informatici. A questo punto la legislazione italiana dovrebbe con chiarezza qualificare le attività che intende regolamentare: molte *start up* emergenti pretendono di essere annoverate nella *sharing economy*, ma non hanno nulla a che fare con la solidarietà e la condivisione, magari si comprenderebbero come *gig economy*. Inoltre emerge maggiormente l'esigenza di distinguere tra modelli d'impresa tradizionali in cui gli scambi sono attuati da operatori professionisti mossi dall'obiettivo di realizzare il massimo profitto, e modelli invece caratterizzati da scambi occasionali da parte di persone desiderose di ottenere semplicemente un rimborso dei costi connessi alla titolarità dei medesimi beni e servizi offerti.

Altro aspetto di scottante attualità è quello della condizione dei lavoratori: i cosiddetti “Lavoretti” nel periodo del Covid sono diventati *essenziali*, in quanto tutti i cittadini, obbligati

in casa dalle restrizioni del governo, attendevano con ansia che venisse recapitata loro una spesa *on line* o quanto meno una pizza all'ora di cena.

Coloro che svolgono *food delivery*, se sono studenti che con questa modalità arrotondano la retta universitaria, possono anche considerarla una forma di compensazione, ma se nel loro profilo sociale, questa attività diventa la principale fonte di reddito, sorge un grave problema economico e sindacale, soprattutto se si tratta di cinquantenni con famiglia a carico.

Dal punto di vista contrattuale vige l'autodeterminazione. E quindi sussiste un libero scambio ore – tempo. Le piattaforme ragionano sul fatto che il singolo *rider* o fattorino aderisce o meno alle chiamate e in base a quante ne accetta, possono arrivare a qualificarlo e a smistargli o meno le chiamate, oppure nel favorirlo con i turni migliori. Potrebbe quindi sorgere una forma di supercontrollo tra lavoratori nell'accesso ai sistemi della piattaforma. Comunque il riferimento al numero di chiamate è sempre una forma di lavoro a cottimo.

Il tema di fondo è il confine: gli strumenti per dare una copertura assicurativa in Italia ci sarebbero, ma d'altra parte il consumatore dovrebbe essere disposto a pagare. Pertanto si rimane nel limbo tra la libertà di autodeterminazione o l'essere costretti dalle circostanze.

La rivoluzione digitale che stiamo attraversando impone un adeguamento delle leggi al nuovo contesto. Lo Statuto dei lavoratori non prevede la possibilità che degli algoritmi controllino le persone, le quali, fa sempre bene ricordarlo, spesso non rivestono neanche la qualifica di lavoratori subordinati. Il controllo al tempo della *gig economy*, inoltre, pone una serie di nuove criticità che spesso hanno un forte carattere discriminatorio.

Si può notare a tale riguardo nella protesta pubblica dell'Unione Riders Bologna durante la seconda fase dell'emergenza covid in Italia, il 15 agosto 2020 su *facebook* pubblica la seguente dichiarazione: “Non siamo lavoratori autonomi, basta con questa ingiustificata evasione delle regole del lavoro subordinato e negazione dei nostri diritti!”

D.3. Riflessione conclusiva

"Non credo il modello della *gig economy* sia stato messo in discussione dal coronavirus, anche se di certo le aziende che lavorano in questi settori dovranno confrontarsi con le nuove abitudini dei consumatori. Se per alcune sarà crisi, per altre ci saranno opportunità. E già ci sono, perché qualcuno ne sta approfittando: alcune società di *food delivery* stanno aumentando la tariffa che chiedono agli esercenti, in certi casi fino al 35%" (Antonio Aloisi, Madrid 11/5/2020, citato da Rociola).

A causa dello shock esogeno causato dalla pandemia di COVID-19, la *sharing economy* si è scoperta estremamente variabile. Alcuni settori hanno goduto di un notevole aumento in termini di fatturato, mentre altri hanno subito un crollo nelle proprie vendite. La crescita esponenziale

che si prevedeva in passato, non si è potuta completamente concretizzare. Nel contempo fino ad una dozzina di anni fa tutte queste piattaforme economiche non esistevano, ma esse sono destinate a progredire, a crescere e a riqualificarsi seguendo l'evoluzione della situazione mondiale che ora appare decisamente incerta. La pandemia ha mostrato come la percezione del consumatore rispetto alla *sharing economy* sia differente rispetto all'economia tradizionale, e per tale motivo alcuni settori sono stati più colpiti di altri. La confusa legislazione da cui sono governate gioca sicuramente un ruolo in tal senso.

Allo stesso tempo, guardando alla situazione lavorativa e contrattuale di migliaia di tassisti e fattorini (muniti di vari mezzi propri), l'*economia di condivisione* può ben essere tuttora definita come l'*economia dei lavoretti*. Tanto più che ora le opportunità di lavoro all'interno della *sharing economy* non promettono più una crescita costante come prima del lockdown. Il meccanismo si è inceppato, i lavoratori sono sottoposti alla stessa incertezza che stanno attraversando le aziende, ma le loro tutele sono rimaste scarse. Ora più che mai sembra necessario sollevare il problema dei loro diritti sindacali. Non solo come giusta forma di tutela per i lavoratori, ma anche in termini di fiducia tra gli utenti della piattaforma e l'azienda. Una legislazione più chiara e tutelante permetterebbe ai consumatori di essere sicuri degli standard qualitativi in termini di servizi e di protocolli (anche sanitari), rendendo il settore della *sharing economy* meno soggetto a futuri shock economici.

BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA

- Buheji Mohamed *, Dunya Ahmed, *Foresight of Coronavirus (COVID-19) Opportunities for a Better World American Journal of Economics* 2020, 10(2): 97-108DOI: 10.5923/j.economics.20201002.05
- Buffa F., *Uber e Greta*, S.d. Roma 2017 in *Intervento alla Corte di Cassazione sui principali interventi della comunità internazionale in ordine a fenomeni che indicano uno sfruttamento lavorativo*.
- Cheng M., *Sharing economy: A review and agenda for future research*. International Journal of Hospitality Management 57 (2016): 60-70.
- Codice Civile italiano, artt. 1469 bis-sexies.
- Lgs. numero 70 del 9 Aprile 2003, il quale ha recepito la Direttiva Comunitaria n° 2000/31/CE cd. “Direttiva sul Commercio Elettronico”.
- Di Sabato, D. e Lepore A., *Sharing Economy e profili giuridici*, Edizioni Scientifiche italiane, Napoli 2018.
- Eckhardt, G. M., et al. *Marketing in the sharing economy*. Journal of Marketing 83.5 (2019): 5-27.
- Resta, *Gratuità e solidarietà: fondamenti emotivi e irrazionali*, in www.accademia.edu, scritto che riproduce il testo riveduto e integrato, della relazione svolta al Convegno “Oltre il soggetto razionale. Fallimenti cognitivi e razionalità limitata nel diritto privato”, Università di Roma Tre, 19 aprile 2013
- International Monetary Fund, 2020, *World Economic Outlook, April 2020: The Great Lockdown* disponibile su <https://www.imf.org/en/Publications/WEO/Issues/2020/04/14/weo-april-2020> [02/08/2020]
- J. Politi, 2020, *Donald Trump vows to ban TikTok from the US*, Financial Times, 8 Agosto, disponibile su: <https://www.ft.com/content/6f280458-a784-449a-ae1b-364f12f7728f> [10/08/2020]
- Josserand L., *Declino del titolo gratuito e sue trasformazioni*, in “Evoluzione e Attualità. Conferenza sui diritti civili”, Parigi 1936
- Juho H., Sjöklint M., and Ukkonen A., *The sharing economy: Why people participate in collaborative consumption*, Journal of the association for information science and technology 67.9 (2016): 2047-2059
- Koen F., Schor J., *Putting the sharing economy into perspective*, A Research Agenda for Sustainable Consumption Governance. Edward Elgar Publishing, 2019.

Lessig, L. (2008). *Remix: Making art and commerce thrive in the hybrideconomy*. New York: Penguin Press.

Marro E., 2016, *Tutti pazzi per il carpooling*, Il Sole 24 Ore, 5 Maggio, disponibile su: <https://st.ilsole24ore.com/art/tecnologie/2016-05-04/tutti-pazzi-il-carpooling-con-risparmi-1300-euro-l-anno-ecco-siti-e-app-dove-trovare-passaggio-164635.shtml?uuiid=ADLBwa> [24/08/2020].

Mazza S., *Sharing Economy*. Incontro al Meeting dell'Amicizia dei Popoli di Rimini, 20 agosto 2015 – Presentazione di Santiago Mazza, relatori: Andrea Contri, Davide Ghezzi, Renzo Noceti, Gianluca Dettori

Pattaro E., 2002, *Manuale di diritto dell'informatica e delle nuove tecnologie*, Manuale di diritto dell'informatica e delle nuove tecnologie, Roma: CLUEB.

Proposta di Legge n. 3564 del 26 gennaio 2016 da parte dell'Intergruppo Parlamentare per l'Innovazione Tecnologica, *Disciplina delle piattaforme digitali per la condivisione di beni e servizi per la promozione dell'economia della condivisione*. www.parlamentari.org

PWC L.L.P., 2013, *Sharing or Pairing it? Growth of the Sharing Economy*, disponibile su: <https://www.pwc.com/hu/en/kiadvanyok/assets/pdf/sharing-economy-en.pdf> [09/08/2020]

Rifkin J., *The Third Industrial Revolution, How Lateral Power Is Trasforming Energy, the Economy and the World*, Milano 2011

Rociola A., 2020, *L'impatto del Coronavirus sulla Sharing Economy*, Agenzia Giornalistica Italiana (AGI), 11 maggio, disponibile su <https://www.agi.it/economia/news/2020-05-11/coronavirus-airbnb-uber-8576889/> [27/08/2020].

Schor J., *Debating the sharing economy*, *Journal of Self-Governance and Management Economics* 4.3 (2016): 7-22.

Sitzia A., *Il lavoro e l'emergenza CoVid-19*, *La nuova giurisprudenza civile commentata*, 2020

Smorto G., *Quali regole per la sharing mobility in Europa*, su *Diritto e questioni pubbliche*, 2020

Smorto G., *Verso la disciplina giuridica della Sharing economy*, *Mercato concorrenza regole* 17.2 (2015): 245-278.

Smorto G., *Verso la disciplina giuridica della Sharing mobility nell'Unione europea*, su *Diritto e questioni pubbliche*, Special Iussue, Palermo, giugno 2020

Spadaccino, 2020, *Il Covid 19 non ha ucciso la Sharing Economy*, *Internazionale*, 12 Giugno, disponibile su: <https://www.internazionale.it/notizie/2020/06/12/covid-sharing-economy> [18/07/2020] traduzione dell'articolo: *The sharing economy will have to change in The Economist* San Francisco del 04/6/2020.

Staglianò R., 2018, *Lavoretti. Così la sharing economy ci rende tutti più poveri.*, Torino: Einaudi

Testo Unico 445/2000 e D.lgs 10/2002 e D.lgs 70/2003.

Tosi E., *La conclusione dei contratti "on-line"*, I problemi giuridici di Internet (2001).

Un'agenda europea per l'economia collaborativa, Comunicazione della Commissione al Parlamento Europeo, 2 giugno 2016, n. 356, indirizzata al Comitato Economico e Sociale Europeo e al Consiglio delle Regioni.

Valsania M., 2020, *Uber, perdita di quasi 2 miliardi per la crisi da covid*, in *Il sole 24 ore*, 7 Agosto, disponibile su <https://www.ilsole24ore.com/art/uber-perdite-quasi-due-miliardi-la-crisi-covid-AD0f0Li> [8 agosto 2020]

Viglione F., EPP4063685 - Istituzioni Di Diritto Privato 2019-2020 - Prof. Filippo Viglione
Corso di laurea triennale, facoltà di Economia, Università di Padova