

sfruttando le nostre relazioni interpersonali e trasformando qualsiasi tentativo di generosità in un atto di consumo. Un giudizio così critico su quella che per molti è una delle risposte più efficaci alla crisi non è per niente infondato, se andiamo a vedere come, al di là del risparmio per gli utenti, la maggior parte delle piattaforme che consentono la condivisione generi grandissimi giri di affari, spesso annullando qualsiasi forma di garanzia nei confronti dell'indotto che creano. Ne sono un esempio le piattaforme di crowdsourcing, tipo 'Mechanical Turk', che 'impiegano' centinaia di migliaia di persone a condividere il proprio lavoro in forma di cottimo (immissione dei dati, raccolta pacchetti, fare commissioni). Lavoro che viene pagato in media dai 2 ai 3 dollari all'ora.

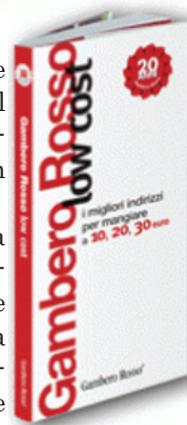
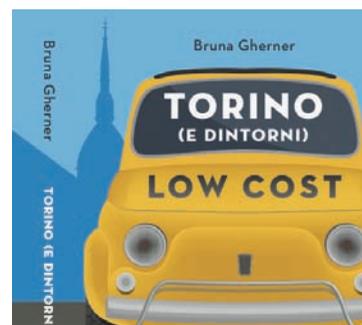
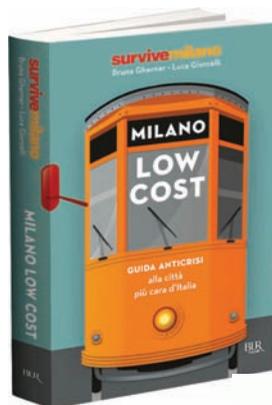
Eppure, se andiamo ad analizzare, il risalto mediatico dato a questo comparto continua a diffondersi come un'idea di apertura verso un qualcosa di politicamente corretto. Termini come collaborazione e condivisione sono i 'peace and love' di una nuova era. Ma se da una parte è vero che il principio di condivisione potrebbe aprire la strada a una società più giusta e sostenibile (quella in cui si consuma meno e si collabora di più), dall'altra, a meno che i nuovi modelli economici non siano perseguiti creativamente e in modo convinto, quello aziendale vincerà per impostazione predefinita. In realtà, ha già vinto: il settore dell'economia convenzionale di condivisione costruito sul capitale di rischio e del lavoro sfruttato è un business multimiliardario, mentre l'idea di un'economia reale di condivisione basata sulle cooperative, la solidarietà dei lavoratori e la 'governance' democratica rimane un'ideale inattuabile.

Ciò che invece viene detto meno è che, in realtà, lo 'sharing' è un modo per risparmiare denaro in una economia 'tiepida', che non risolve affatto il problema dell'assenza di potere di acquisto.

Consumo collaborativo e low cost

La verità, in termini pratici, è che l'ipotesi di risparmio spesso riguarda beni e servizi che, già di per sé, appartengono a un paniere da cetto medio. Per essere più diretti: a cosa può mai servirvi una guida sui ristoranti italiani dove si mangia con meno di 30 euro, se il mio budget mensile non mi consente di andare neanche una volta al mese in pizzeria, dove il costo medio è di 10 euro a persona?

Insomma, l'input di base è sempre una spinta consumistica, anche se contenuta. Lo potete verificare andando a visitare alcuni siti dai nomi suggestivi: www.voglioiviverelowcost.it, www.vitalowcost.it, www.vivalowcost.com, guidalowcost.blogspot.com. In poco meno di dieci minuti di navigazione, vi renderete conto che per avere un determinato sconto dovete acquistare un bene o un servizio che, secondo i 'dictat' della crisi, rientra nella categoria 'superfluo'.





Secondo una recente ricerca di Ipsos, commissionata da Airbnb e BlaBlaCar (due tra i più noti siti del settore) due su tre italiani, costretti a ridurre le spese, hanno imparato a condividere un'auto per un viaggio, la propria casa per le vacanze o a utilizzare le biciclette pubbliche per muoversi in centro storico.

E i moltissimi 'guru' che sull'argomento hanno profetizzato nuove economie, in realtà sono professionisti che hanno ben saputo 'cogliere l'attimo' e trattare l'argomento in un libro, una rubrica giornalistica o un sito dedicato. È sempre una questione di business - in questo caso imprenditoria di se stessi - ma parlare di 'nuove economie' è tutta un'altra storia.

In realtà, il vero 'low-cost' - ma lo stesso vale anche per il 3x2 del supermercato - è acquistare ciò che serve realmente, cercando di scegliere il giusto rapporto costo-qualità. E smetterla di continuare a usare una terminologia che fa apparire tutto più roseo di quel che è nella realtà. Continuare a parlare di decrescita felice - dove la parola 'felice' dovrebbe convincerci che non stiamo peggio, tutt'altro - vuol dire minimizzare il problema di un potere di acquisto sempre più ridotto e di un tasso di disoccupazione sempre più alto. La parola crisi la si può declinare in molti modi. E ci sono voluti un paio di anni di troppo per arrivare ad ammettere che il Paese si sta paralizzando, rischiando di innescare quel processo di deflazione che con gran stupore-clamore ha annunciato l'Istat.

Naturalmente, ciò nulla toglie a quel 13% della popolazione che ha utilizzato almeno una volta servizi di 'sharing'. Ma se proprio dobbiamo parlare di economia collaborativa citiamo almeno la più comune: "Ragazzi, io metto la casa e butto giù gli spaghetti, voi portate da bere. Ci vediamo stasera"!

FRANCESCA BUFFO



DA LEGGERE / idee e soluzioni per una nuova economia



Metodi attuabili da qualsiasi persona, organizzazione, amministratore o partito: la razionalizzazione di molti modelli utilizzati oggi nella società, nella formazione, nelle aziende e nella rete.

È facile cambiare l'Italia se sai come farlo. Alessandro Rimassa, Hoepli, 14,90 euro



Un manuale "nudo e crudo", con tanto di indirizzi, siti Internet e indicazioni dettagliate ed esaurienti che danno la possibilità di provare davvero a vivere risparmiando.

ABC del Lowcost Marco Mengoli, Edizioni Il Ciliegio, pagg. 144, 13 euro



Vivere al massimo spendendo il minimo è possibile. Una guida dettagliata per ogni settore - dall'utile all'indispensabile, dal futile al macrocosmo delle spese per utenze o servizi.

Low cost. Vivere alla grande spendendo poco. Martorana Marina, Vallardi, pagg. 343, 6,50 euro

