

“Le nuove frontiere della sociologia economica”

“Consum-attori in movimento. Resilienza, collaborazione e innovazione sociale per un'altra economia”

CONSUMO COLLABORATIVO E PERCORSI DI COSTRUZIONE DELLA FIDUCIA
NELLA NEW FOOD ECONOMY: DAI CIVIC FOOD NETWORKS ALLE FOOD SHARING
PLATFORMS

di Paltrinieri Roberta* e Spillare Stefano**

Abstract

Il presente contributo si propone di evidenziare il ruolo del consumo collaborativo (CC) all'interno della cosiddetta *New Food Economy* (NFE).

L'analisi degli autori si concentra infatti sulle principali iniziative di CC in ambito agroalimentare sviluppate in Italia: dai cosiddetti *Civic Food Networks* (CFNs) alle piattaforme digitali dedicate allo scambio di cibo e alla gestione collettiva delle filiere locali.

In particolare, verranno indagati i processi di costruzione della fiducia quale componente necessaria a sorreggere l'azione reciproca degli attori sociali coinvolti, quindi la loro capacità di *empowerment* individuale e collettivo.

Sarà inoltre evidenziato, in un'ottica comparativa, il ruolo dell'ICT negli aspetti collaborativi connessi allo sviluppo della NFE.

Parole chiave: Consumo collaborativo, New Food Economy, Civic Food Networks, Food-sharing Platform, Collaborative Economy, Fiducia attiva.

COLLABORATIVE CONSUMPTION AND TRUST BUILDING PATHS IN THE NEW
FOOD ECONOMY: FROM CIVIC FOOD NETWORKS TO FOOD SHARING PLATFORMS

The actual paper aims to emphasize the collaborative consumption (CC) role inside the so-called New Food Economy (NFE).

The analysis is devoted to the main CC ventures on food domain in Italy: from the so-called *Civic Food Networks* (CFNs) to the digital platforms dedicated to food sharing and collective management of local food chains.

In particular, will be investigated the trust building processes as essential support at the interaction among the involved social subjects, thus supporting their individual and collective empowerment ability.

Furthermore, in a comparative perspective, will also be highlighted the role of ICT in the collaborative aspects related to the development of the NFE.

Key-words: Collaborative Consumption, New Food Economy, Civic Food Networks, Food Sharing Platform, Collaborative Economy, Active trust.

* Roberta Paltrinieri è Professoressa ordinaria presso il Dipartimento di Sociologia e Diritto dell'economia dell'Università di Bologna e Direttrice scientifica del Ces.Co.Com. Il Centro Studi Avanzati sul Consumo e la Comunicazione afferente allo stesso Dipartimento. E-mail: roberta.paltrinieri@unibo.it

* Stefano Spillare è PhD e *research fellow* presso il Dipartimento di Sociologia e Diritto dell'economia dell'Università di Bologna. E-mail: stefano.spillare2@unibo.it

Introduzione. Il consumo collaborativo nella New Food Economy

Negli ultimi anni stanno prendendo sempre più piede modelli agro-alimentari “alternativi”, basati su sistemi produttivi, distributivi e di consumo idealmente e pragmaticamente contrapposti alle attuali filiere globali tecnologicamente avanzate e altamente efficienti.

Riferendosi alla proliferazione di questi sistemi alimentari, per lo più locali e volti a facilitare l’accesso ad un cibo sano, alcuni autori hanno parlato di “*turn to quality*” (Goodman 2003) e dell’affermarsi di una *New Food Economy* (NFE). Si tratta di un fenomeno legato ad una maggiore coscientizzazione in merito al cibo che mangiamo¹, caratterizzata, in particolare, da reti di produzione, approvvigionamento e consumo alimentare collaborative, per lo più locali, spesso scarsamente formalizzate ma sostenute da forti motivazioni etiche dei partecipanti (Winter 2003).

Tale modello si concretizza al meglio in reti “alternative” quali i *Gruppi di Acquisto Solidale* in Italia (GAS), le *Community Supported Agriculture* (CSA) negli USA oppure, in forme diverse, in certi *farmers’ markets*. Questi sistemi di approvvigionamento alimentare sono accomunati dal fatto di essere auto-organizzati dai consumatori e dai produttori in stretto rapporto gli uni agli altri, al fine di realizzare un modello agro-alimentare locale maggiormente sostenibile (Forno 2013).

Il consumo critico e il localismo rappresentano i principali riferimenti ideali di queste reti, mentre la solidarietà e la partecipazione attiva dei membri rappresentano i principi che guidano la promozione e la gestione pratica di una filiera alimentare quanto più possibile diretta e locale. Molto spesso, ponendo in risalto soprattutto il riferimento al consumo critico, al principio di solidarietà e la partecipazione alla gestione comune dell’economia agro-alimentare locale, ci si riferisce a queste reti con il termine di *Civic Food Networks* (CFNs). In questo caso, l’aggettivo “*civic*” viene utilizzato proprio per enfatizzare i presupposti etici, o comunque collettivi, dell’azione economica (Bruni, Zamagni 2007; Zamagni 2008) e la partecipazione attiva dei membri alla (co)gestione della produzione, distribuzione e del consumo del cibo inteso come bene comune (Lyson 2004; Di Iacovo, Fonte, Galasso 2014; Cucco, Fonte 2015; Paltrinieri, Spillare 2015).

Proprio l’elemento partecipativo e la dimensione orizzontale dello scambio fa in modo che si possa parlare, in questi casi, di “consumo collaborativo” e, più in generale, di “economia collaborativa” (Felson, Spaeth 1978; Kostakis, Bawens 2014; UE Commission 2016). Di fatto, l’aspetto collaborativo rappresenta una costante nella storia dello sviluppo economico e sociale dell’umanità (Rinne *et al.* 2013), seppur sottotraccia rispetto alle relazioni strettamente di mercato o di mero sfruttamento.

Tale tendenza è tuttavia recentemente enfatizzata in virtù di un orientamento culturale e funzionale degli individui a passare dal mero possesso dei beni al loro accesso, grazie anche alla possibilità, infinitamente aumentata da Internet, di una comunicazione e collaborazione orizzontale e *peer-to-peer* (Rifkin 2000).

In particolare, Botsman e Rogers (2010), descrivendo l’avvento e lo sviluppo di forme di “socializzazione” dei beni e servizi nell’ambito prevalente delle necessità quotidiane, definiscono il CC come «*A set of practices and models that, through technology and community, allow individuals and companies to share access to products, services and experiences*» (p. 62).

Il processo di digitalizzazione conseguente alla diffusione degli elaboratori elettronici, ma soprattutto lo sviluppo di Internet e del cosiddetto “web sociale” e, non da ultimo, la diffusione dei *mobile devices*, hanno d’altronde ampiamente dimostrato le potenzialità economiche e sociali delle piattaforme digitali *web-based* (Rainie, Wellman 2012).

Nonostante valide preoccupazioni relative allo sviluppo di un certo “capitalismo di piattaforma” e alla riproposizione di inedite forme di sfruttamento del cosiddetto “prosumer” digitale (Ritzer, Jurgenson 2010; Degli Esposti 2015), questo tipo di piattaforme si stanno affermando come sistemi “abilitanti” che consentono un accesso facile e veloce ad una serie di prodotti e servizi

1 A partire dal *best seller* del giornalista e saggista Michael Pollan “*The Omnivore’s Dilemma*” (2006), si è sviluppato prevalentemente negli USA un vero e proprio ambito giornalistico dedicato alle questioni socio-ambientali legate al cibo e a sostegno di un vero e proprio movimento di cittadini e consumatori (*newfoodeconomy.com*).

condivisi permettendo un *empowerment* allo stesso tempo individuale e collettivo (Tukker 2008), legato anche alla capacità di resilienza delle comunità locali.

Infatti, il *networked individualism* quale nuovo paradigma della socialità in rete (Castells 2009) non indica necessariamente la rinuncia ad un radicamento nelle relazioni sociali comunitarie, bensì può rivelarsi un antidoto all'indebolimento dei legami di prossimità e delle reti informali di aiuto e sostegno (Rainie, Wellman 2012).

Anche grazie allo sviluppo dell'ICT gli individui possono gestire in maniera inedita i rapporti di prossimità, organizzando in modo sempre più semplice e veloce la propria vita quotidiana in linea con i propri desideri e inclinazioni o anche secondo pratiche localizzate di "resistenza quotidiana" (De Certau 2001) atte a rinegoziare il potere dei mercati neoliberali globalizzati.

In questo senso, il CC che contraddistingue i CFNs trova sempre più spesso un corrispettivo nella mediazione di piattaforme *web-based* che permettono lo scambio di cibo in eccesso tra singoli consumatori-utenti (piattaforme *Peer-to-Peer*) o la costituzione di gruppi di acquisto a supporto di produttori locali (piattaforme *Business-to-Peer*). Nel presente contributo, entrambe le modalità di piattaforma saranno volutamente prese in considerazione e riassuntivamente indicate con il comune termine *Food Sharing Platforms* (FSPs).

Attraverso un'analisi comparativa dei principali CFNs e FSPs sviluppati in Italia, saranno quindi indagati i processi e i modelli di costruzione attiva della fiducia necessaria al sostegno di quegli aspetti collaborativi che contraddistinguono la NFE, nonché il ruolo dell'ICT in essi.

Rischi alimentari e politicizzazione del consumo: un frame teorico per il CC nella NFE

La scelta di dare centralità al tema del cibo in riferimento al CC non è stata casuale. Il cibo rappresenta infatti un tema cruciale per il futuro sviluppo economico, ambientale, sociale e geopolitico mondiale. Per cui la necessità di elaborare in maniera partecipativa e collaborativa modelli economico-sociali alternativi viene qui proposta come una istanza "sub-politica" della società civile: una esigenza individuale e collettiva indotta dai crescenti rischi strutturali delle moderne società globalizzate (Beck 1996, 2005).

Quelli che il sociologo tedesco Ulrich Beck (1986, 2001, 2005) definisce nuovi "rischi globali" offrono sfide inedite al tradizionale modello di sviluppo, tanto da necessitare risposte radicalmente alternative.

Di fronte alla delegittimazione dello Stato-nazione e alla crescente "irresponsabilità organizzata" dovuta alla fine di una certa "tecnocrazia lineare" (Beck 1996), ad assumere crescente importanza non è tanto la capacità di fornire impossibili certezze, quanto la capacità di creare rapporti fiduciarî tra le persone. In questo senso vi è la tendenza a passare da una fiducia sistemica ad una "fiducia attiva" (Beck 2005) concretizzata, molto spesso, proprio in reti locali basate su vincoli di reciprocità e collaborazione intorno alla gestione di ciò che viene considerato bene comune.

In questo senso, il concetto di fiducia attiva può essere considerato nei termini di un processo di formazione della fiducia basato su circuiti virtuosi di responsabilità condivisa (Paltrinieri 2012), quindi su relazioni quanto più possibile dirette, sulla partecipazione attiva delle persone ai processi decisionali e sulla reciprocità del "fare insieme", di contro alla cieca fiducia nei tradizionali "sistemi astratti" (Giddens 1990).

Per questo motivo, con il termine CC vogliamo quindi riferirci, in particolare, a tutti quei modelli economici di dis-intermediazione tra domanda e offerta gestiti direttamente da gruppi di consumatori o di consumatori e produttori (non necessariamente mediati dalle nuove tecnologie) e nei quali proprio la relazione assume un aspetto centrale, poiché centrale diventa la condivisione della responsabilità e l'elaborazione comune di un modello economico e sociale "alternativo".

Tali azioni sono tanto più forti quanto più riguardano beni e servizi primari o ritenuti essenziali come è il caso dell'acqua che beviamo, dell'aria che respiriamo e del cibo che mangiamo.

Il cibo, in particolare, è al tempo stesso elemento vitale e bene di consumo, entrato in quanto tale nel sistema agro-alimentare industriale globale con conseguenze negative impreviste che si presentano, sempre più spesso, sotto forma di ricorrenti allarmi alimentari (Beck 2001).

Per questo motivo, proprio il cibo è diventato un argomento centrale nelle reti di economia alternativa, all'interno delle quali la rilevanza antropologica da sempre riconosciuta al cibo quale veicolo conviviale di relazione e cultura, rappresenta un elemento che contribuisce all'emersione delle forme di CC testé richiamate.

Si tratta di fenomeni di *re-embeddedness* (Giddens 1990), ovvero di “riappropriazione” (anche simbolica) del sociale a partire dalla riappropriazione delle relazioni economiche. Fenomeni che rientrano nel paradigma del “consumerismo politico” (Micheletti 2010; Stolle, Micheletti 2013) in quanto possono essere lette come forme di “riflessività globale” (Spillare 2016) tipiche delle società tardo moderne (Beck, Giddens, Lash 1994) oggi dominate dal paradigma di mercato (Forno, Graziano 2012; Fonte 2013).

In questo senso, tanto i CFNs quanto le FSPs, considerati prevalentemente come sistemi relazionali, possono contribuire a quei fenomeni di riappropriazione socio-economico del cibo (Magdoff, Tokar 2009) che, nel loro insieme, danno forma a ciò che abbiamo qui indicato genericamente con il termine di NFE.

Il disegno della ricerca

Il presente lavoro riguarda un'indagine esplorativa di natura qualitativa che può essere meglio intesa considerando un duplice livello dell'analisi: un livello macro nel quale, a partire dai presupposti teorici precedentemente menzionati, si cercherà di far emergere il ruolo del CC nell'affermazione della NFE; e un livello micro, maggiormente empirico ed operativo, all'interno del quale si cercherà di evidenziare:

1. i modelli di costruzione del capitale sociale, considerato principalmente come processo di costruzione della fiducia all'interno delle relazioni tra i soggetti sociali coinvolti;
2. quindi, come tali relazioni possono rappresentare un *empowerment* individuale e collettivo, ovvero almeno potenzialmente legato a processi di resilienza e resistenza delle comunità locali nel loro complesso.
3. Infine, un ulteriore obiettivo sarà quello di provvedere, a partire dall'indagine dei punti precedenti, un'analisi comparativa tra le suddette reti alternative di promozione delle filiere locali e i modelli collaborativi assimilabili mediati dalle piattaforme digitali.

Al fine di raggiungere tali obiettivi, abbiamo considerato appropriato utilizzare l'approccio dei *case studies* (Yin 2009), selezionando cinque tra le principali reti agro-economiche alternative italiane (CFNs) e cinque tra le più rilevanti piattaforme digitali italiane dedicate allo scambio di cibo e alla promozione di filiere locali alternative e collaborative (FSPs)².

Casi studio selezionati per l'indagine

CIVIC FOOD NETWORKS (AFNs)

FOOD SHARING PLATFORMS (FSPs)

Pulmino Contadino

ifoodshare.org

Arvaia

scambiacibo.it

2 I casi studio sono il frutto di una Ricerca PRIN (Progetti di Ricerca di Interesse Nazionale) condotta tra 2014 e il 2016 dall'Unità di Bologna (Dipartimento di Sociologia e Diritto dell'economia dell'Università di Bologna), dal titolo “Pratiche e politiche di consumo alimentare nell'ottica di stili di vita sostenibili in risposta alla crisi”.

La presenza e la diffusione dei CFNs è notevolmente sbilanciata verso il Nord e Centro del Paese (BioBank 2015) e questo ha influito sulla selezione dei casi. Ciò vale anche per le piattaforme digitali, le quali, potenzialmente, possono però operare sull'intero territorio nazionale.

Campi Aperti

bringthefood.org

L'Isola che c'è

breeding.it

Poco di buono

kalulu.it

Ogni caso studio è stato indagato sulla base di un'analisi documentale di testi forniti dalle rispettive organizzazioni, supportata da una serie di interviste semi-strutturate ai fondatori o responsabili della gestione delle stesse.

Più in particolare, in merito ai criteri di selezione, i casi studi relativi ai CFNs sono stati selezionati sulla base di valutazione inerenti la notorietà dell'iniziativa, l'innovatività dell'approccio, la dimensione del *civic engagement* e dell'attiva promozione di una cultura della solidarietà, le dimensioni (più o meno ampie e strutturate), la capacità di creare reti sul territorio. Attenzione è stata posta, inoltre, nella selezione di diverse tipologie di CFNs con diverse *mission* e diversi approcci al mercato (for-profit and non-profit).

Relativamente alle FSPs, invece, l'ambito di selezione è risultato fin dall'inizio più ristretto in quanto il panorama digitale italiano risulta ancora poco sviluppato. Tuttavia, anche in questo caso particolare attenzione è stata posta al livello di diffusione (in termini di notorietà e numero di utenti) e al livello di innovazione. Inoltre, anche in questo caso sono state selezionati casi con differenti *mission* o obiettivi e differente orientamento al mercato, distinguendo tra piattaforme *Peer-to-Peer* (P-to-P) e piattaforme *Business-to-Peer* (B-to-P).

CFNs: un progetto collaborativo per il bene comune. I casi di *Pulmino contadino*, *L'Isola che c'è*, *Poco di buono*, *Arvaia* e *Campi aperti*

Tra le prime realtà indagate, troviamo l'associazione *Pulmino contadino* attiva tra le Province di Grosseto, Siena e Livorno e premiata nel 2015 dalla Regione Toscana come una tra le prime dieci "buone pratiche già sviluppate e operanti in Toscana" sui temi promossi da Expo 2015.

Si tratta di un'associazione non-profit che cerca di mettere insieme una serie di "realtà produttive dalla forte connotazione sociale" (Direttore *Pulmino contadino*) seguendo la logica e i valori dei GAS.

Attualmente la rete non è particolarmente sviluppata in quanto le imprese e le associazioni che ne fanno parte sono circa una trentina. Tuttavia, il caso risulta interessante in quanto cerca di offrire un supporto economico all'interno di un'area rurale lontana dalle più rinomate aree agricole della zona e piuttosto "isolata" anche rispetto ai principali flussi industriali e turistici (maggiormente concentrati sulla costa e in aree urbane). Al contempo cercando di costituire una rete sociale di supporto per l'intera comunità:

"... da un lato [promuoviamo] la conformità della produzione a standard lavorativi e ambientali adeguati, mentre, dall'altra parte [incoraggiamo] una forte motivazione sociale capace di costruire un sistema di relazioni di reciprocità [tra consumatori e produttori] a supporto specialmente di quei produttori dalla forte connotazione sociale" (Direttore di *Pulmino contadino*).

Promuovendo quelle piccole e medie imprese agricole locali maggiormente caratterizzate da una valenza sociale (es. agricoltura sociale), *Pulmino contadino* contribuisce a sostenerne la multifunzionalità, ad integrazione del reddito degli agricoltori e a vantaggio dell'integrazione (lavorativa e sociale) delle persone più fragili e svantaggiate.

In questi termini *Pulmino contadino* tende a rafforzare il capitale sociale collettivo, favorendo i rapporti fiduciarî tra i cittadini-consumatori dei gruppi d'acquisto (favorendone l'attiva formazione) e tra questi e gli agricoltori locali, contribuendo, allo stesso tempo, alla resilienza dell'intera comunità locale.

Infatti, l'*engagement* di soggetti economici fortemente connotati eticamente e socialmente, nonché il controllo sociale offerto dai gruppi di cittadini-consumatori sui processi produttivi

rappresentano la grande ricchezza dei CFNs, i quali, spesso, fanno parte di reti più ampie o “distretti” di economia solidale fortemente caratterizzate in termini agro-economici.

Un esempio di rete di economia solidale piuttosto ampia particolarmente vocata all’economia agro-alimentare è offerto da un altro caso studiato, quello dell’associazione *L’Isola che c’è*, la quale rappresenta, di fatto, il coordinamento dei GAS della Provincia di Como.

Questa associazione non-profit nata nel 2004 ha contribuito alla moltiplicazione dei GAS nel territorio comasco e attualmente si attesta come una tra le più importanti reti di economia solidale operanti in Italia, nonché come uno dei maggiori nodi economici alternativi in ambito agro-alimentare³.

Le attività dell’associazione hanno tutte anche un risvolto informativo ed educativo sui temi ecologici, alimentari e del consumo critico, per lo più portati avanti attraverso il coinvolgimento attivo delle persone: “... *abbiamo imparato che il coinvolgimento in attività pratiche offre migliori risultati nel rafforzare l’attenzione su di una questione*” (Direttore *L’Isola che c’è*).

L’obiettivo generale di queste attività è quello di offrire alle persone competenze e abilità per “*una sostenibilità nella vita quotidiana*” (Direttore *L’Isola che c’è*) direttamente connessi al benessere generale.

In tal senso, l’attività de *L’Isola che c’è* rafforza il capitale sociale collettivo facilitando il coordinamento e le relazioni tra i membri della rete di economia solidale, fornendo a chi partecipa anche solo come singolo cittadino-consumatore competenze individuali per meglio raggiungere obiettivi collettivi.

Tuttavia, l’estensione della rete e la conseguente necessità di una gestione maggiormente efficiente crea anche alcuni problemi connessi, soprattutto, alle relazioni tra membri “attivi” e “non-attivi” dei GAS, così come tra questi e i produttori. Tali aspetti sono legati proprio ai processi di costruzione della fiducia.

Infatti, la crescita dei membri non-attivi, ovvero coloro che si iscrivono al GAS e ritirano periodicamente i prodotti senza però prendere parte attiva alla vita associativa, tende a creare un senso di diffidenza da parte dei membri attivi, i quali li considerano, a volte, alla stregua di *free-riders*, ovvero “*persone che tentano di beneficiare dell’organizzazione senza troppo sforzo o coinvolgimento*” (Direttore *L’Isola che c’è*).

Ciò crea una sorta di paradosso, in quanto uno dei principi di queste reti è quello di allargare a quante più persone possibile le attività solidali. In alcuni casi, invece, il rafforzarsi del legame tra i membri attivi (in termini di capitale sociale bonding) arriva ad ostacolare addirittura la capacità di sviluppare rapporti con altri gruppi (capitale sociale bridging) creando una situazione di auto-referenzialità. In questi casi la partecipazione attiva di tutti i membri e l’unanimità spesso richiesta degli aspetti deliberativi arriva ad ostacolare e allungare i processi di presa delle decisioni.

Per questi motivi, i gruppi e le reti più ampie tendono ad assumere una gestione più “razionalizzata” nella presa delle decisioni, nella selezione dei partners, nella gestione dei prodotti e delle consegne e, in generale, un atteggiamento più favorevole verso i membri non-attivi.

In alcuni casi, come per l’associazione *L’Isola che c’è*, si arriva a formalizzare una vera e propria attività aziendale (nella fattispecie la cooperativa *Corto Circuito*), con uno spaccio fisso (denominato *Corto bottega*), una gestione più efficiente dei fornitori e delle consegne e la trasformazione di alcuni membri attivi del GAS in dipendenti stabili della cooperativa.

Attraverso questo passaggio viene garantito ad un numero maggiore di persone l’accesso a cibi locali genuini prodotti in maniera sostenibile. Tuttavia la dinamica fiduciaria si modifica sostanzialmente, divenendo la bottega stessa e la sua reputazione il principale veicolo della fiducia.

Inoltre, ampie dimensioni della rete e l’aumento dei membri non-attivi creano la necessità di differenti e più elaborati strumenti per gestire la relazione di fiducia tra i consumatori e i produttori. Infatti, *L’Isola che c’è* sta sperimentando forse il più ampio “Sistema di Garanzia Partecipata” (PGS) presente in Italia, chiamato *C’è campo*. Non si tratta di una vera e propria

3 L’associazione, infatti, ha dato vita anche ad una vera e propria bottega stabile, ad una fiera annuale che conta più di 900 espositori e circa 130 mercati locali. In tutto quasi 6 mila persone coinvolte.

certificazione ma, per l'appunto, di un sistema di garanzia che coinvolge direttamente i consumatori dei GAS (spesso i membri più attivi) e nel quale è specificatamente enfatizzata la natura collettiva del controllo.

Tale sistema di garanzia (e la conseguente certificazione *C'è campo*) contribuisce a consolidare la reputazione dei produttori locali, creando un certo coinvolgimento e un senso di appartenenza alla rete. L'adozione di tale sistema rappresenta però anche la riconferma del venir meno di una partecipazione e di un rapporto diretto e immediato tra i membri dei GAS e di questi e i produttori.

Un caso simile è rappresentato anche dalla cooperativa *Poco di buono*, nata nel 2007 in seno al RiGAS di Rimini, uno dei più grandi GAS italiani con oltre 2 mila membri che regolarmente vengono riforniti da più di 60 produttori locali. Anche in questo caso le dimensioni della rete hanno contribuito a formalizzare in forma aziendale la gestione del GAS, con annesso spaccio fisso e personale assunto in pianta stabile.

Come nel caso de *L'Isola che c'è* il processo non è stato completamente indolore e ha avuto ripercussioni sugli assetti fiduciari tra i membri attivi e più intransigenti:

“... i membri più inflessibili hanno considerato questo passaggio non pertinente ai GAS [...] un volgersi ad aspetti tipicamente capitalisti ... da sempre visto come incarnazione del male ... noi continuiamo a considerarci un'impresa etica” (Direttore *Poco di buono*)

Il cambiamento da un assetto organizzativo più partecipativo ad uno più “aziendalista” ha concesso sicuramente un maggiore accesso ai membri non-attivi dei GAS, a spese però della capacità di sviluppare significati condivisi e di testare forme innovative di economia collaborativa.

Infatti, come confermato dagli intervistati, con un negozio stabile e una stabile gestione di ordini, fornitori e distribuzione, “i GAS rischiano di indebolirsi, gli incontri [...] diventano più rari” e, in generale, “c'è una tendenza a delegare” (Direttore di *Poco di buono*); per questo chi gestisce la cooperativa stessa è costretto a porre costantemente “molta attenzione a vivacizzare i GAS” (Direttore di *Poco di buono*).

Tale processo modifica quindi l'agency dei cittadini-consumatori all'interno dei CFNs: dal prediligere una dimensione qualitativa si passa a prediligere un allargamento in termini soprattutto quantitativi.

Inoltre, possiamo affermare che le modificazioni del modello gestionale comportano necessariamente delle modifiche nei processi di costruzione della fiducia: da una fiducia attiva perché partecipata, si passa ad una fiducia indiretta, comunque nuovamente “mediata” dal nuovo soggetto “distributore” e che si manifesta principalmente come “reputazione”⁴. La cooperativa e la bottega rappresentano infatti i nuovi garanti della qualità ed eticità dei prodotti e dei produttori. Come sostenuto da un intervistato: “... gran parte del valore della nostra operazione sta nella certificazione che attribuiamo al prodotto” (Direttore di *Poco di buono*).

Questo “slittamento” della fiducia può essere considerato alla stregua di un processo di “sostituzione” e “routinizzazione” del capitale sociale endogeno dei membri del GAS (i partecipanti “tendono a delegare”).

La gestione aziendalistica dei processi non è necessariamente causa di un detrimento (o comunque modificazione) delle relazioni fiduciarie. In merito è possibile citare infatti il differente esempio di *Arvaia*, il quale rappresenta un caso di felice integrazione tra logiche aziendali, creazione di fiducia attiva e forme collaborative tra consumatori.

Arvaia è una cooperativa agricola nata nel 2013 a Bologna sull'esempio delle CSA americane e costituita da una ventina di cittadini-consumatori che, di fatto, ne sono i soci fondatori.

I costi di produzione preventivati in anticipo vengono sostenuti dai soci secondo un meccanismo in parte solidale (chi più ha più investe). In questo modo la produzione è pianificata sugli effettivi bisogni dei membri, i quali sono anche i principali consumatori dei prodotti coltivati.

4 Wang e Vassileva (2003) distinguono, ad esempio, tra “trust” e “reputation”, descrivendo quest'ultima come “a peer's belief in another peer's capabilities, honesty and reliability based on recommendations received from other peers” (p. 1).

La coincidenza tra i ruoli di produttore, gestore dei processi e consumatore garantisce, in questo caso, un ampio controllo sulla produzione e sulla qualità dei prodotti, senza bisogno di ulteriori meccanismi fiduciari di mediazione.

Allo stesso tempo, il comune coinvolgimento dei membri in una impresa economica contribuisce a rinforzare i vincoli tra i soci e promuove la partecipazione attiva oltre le mere ragioni ideali.

Inoltre, al di là dei confini societari, *Arvaia* è stata capace di creare in poco tempo una estesa rete di relazioni allargando, in un'ottica multifunzionale, la propria attività ad altri ambiti, quali ad esempio l'educazione alimentare e ambientale (come fattoria didattica) e l'attività di *fitness* all'aria aperta (che si concilia con il lavoro nei campi).

Grazie alla sua capacità di creare forti relazioni interne ed esterne, nonché grazie all'aiuto degli Enti locali (che hanno fornito in concessione gratuita il terreno), *Arvaia* è diventata punto di riferimento per l'intero circuito agro-economico alternativo della città (e oltre), rappresentando un concreto e riproducibile esempio di sistema agro-ecologico funzionante e sufficientemente autonomo, basato principalmente sulla mutua collaborazione tra cittadini-consumatori che imparano così a fare anche gli agricoltori.

L'esperimento di *Arvaia* dimostra come, in una logica di responsabilità condivisa e fiducia reciproca, il CC può rappresentare una concreta alternativa alla logica dell'agro-business e un potenziale di resilienza replicabile per l'*empowerment* dell'intera comunità.

L'ultimo caso studio indagato è quello di *Campi aperti*, un'associazione nata sempre a Bologna con lo scopo di creare una rete di produttori che condividessero un "*patto agricolo e politico*" per la "sovranità alimentare" contro i principi dell'agro-business e del mercato globale neoliberale.

A differenza dei casi precedenti, il legame collaborativo è qui prevalente tra i produttori, i quali hanno costituito diversi mercati contadini sparsi per la città. Tuttavia, anche in questo caso, il rapporto diretto e il coinvolgimento dei consumatori gioca un ruolo chiave.

I consumatori sono infatti elevati a garanti della genuinità e qualità dei prodotti e della produzione (secondo una logica di controllo sociale non dissimile da quella dei PGS) e considerati a tutti gli effetti "co-produttori". Tale termine intende sottolineare il ruolo chiave giocato dai consumatori a supporto dei produttori, un ruolo che, in questo caso, assume quasi immediatamente la precisa connotazione di un "*impegno politico*".

In particolare, uno degli obiettivi di *Campi aperti* riguarda il supporto a quei produttori "domestici" per i quali l'attività agricola è più una forma di supporto al reddito che un vero e proprio lavoro. Per questo motivo gli attivisti di *Campi aperti* si sono espressamente battuti con le autorità politiche locali per una revisione dei regolamenti sanitari sulla sicurezza alimentare, considerati troppo rigorosi e ritagliati su misura delle aziende più grandi, dati gli oneri economici di adeguamento.

In linea con il significato di CC che abbiamo qui enfatizzato, il termine co-produttore si riferisce quindi precisamente ad una "co-responsabilità" nell'attuazione di un comune progetto socio-economico alternativo a favore dei soggetti economici più piccoli e locali.

Le battaglie politiche di *Campi aperti* contribuiscono così a creare un forte senso di appartenenza tra i produttori e un forte impegno politico tra i consumatori, i quali mantengono un rapporto diretto con i produttori nei mercati, momenti conviviali di festa e di approfondimento delle tematiche dell'associazione.

FSPs come fattori abilitanti per lo sviluppo della NFE? I casi di *ifoodshare.org*, *bringthefood.org*, *breeding.it*, *scambiacibo.it* e *kalulu.it*

In merito alle FSPs, il primo caso indagato è stato *ifoodshare.org*. Si tratta di una piattaforma digitale costituita spontaneamente nel 2013 da un gruppo di giovani di Caltagirone allo scopo di contribuire al problema dello spreco alimentare in un frame solidale sull'esempio tedesco di *foodsharing.de*.

Come si può leggere infatti sul sito: "*I food share è cultura della solidarietà che si fonda sullo scambio solidale del bene primario, il cibo, fondamento dello sviluppo umano. [e] diritto [inviolabile] di ogni essere umano*" (*ifoodshare.org*).

In pratica *ifoodshare.org* è una piattaforma web che permette a utenti domestici, esercenti e grande distribuzione di offrire liberamente e gratuitamente il loro surplus alimentare. Gli offerenti possono caricare le loro offerte indicando luogo di ritiro e data di scadenza, mentre gli interessati possono prenotare l'offerta e accordarsi per il ritiro.

In questo modo le eccedenze, invece che diventare rifiuto e costo, possono andare a vantaggio di persone che ne hanno bisogno; infatti, “*il principale obiettivo della piattaforma è quello di aiutare i poveri, riducendo contemporaneamente lo spreco alimentare: se ho troppi prodotti posso donarli alla comunità*” (fondatore *ifoodshare.org*), realizzando un sistema *win-win* e *P-to-P*⁵.

Tale sistema rappresenta il principale elemento di *empowerment* offerto dalla piattaforma all'intera comunità locale. Sfortunatamente, gli utenti registrati non sono molti (nemmeno un migliaio) e lo scambio tra utenti-cittadini è piuttosto raro.

Uno dei motivi riguarda certamente il digital divide. Infatti le persone in difficoltà da lunga data mancano di risorse digitali strutturali e cognitive, mentre “*i nuovi poveri rappresentano la vera sfida*” (fondatore *ifoodshare.org*) in quanto rischiano di perdere in capacità di accesso a questo tipo di servizi.

Dall'altra parte, piattaforme come *ifoodshare.org* risultano “abilitanti” nello scambio tra esercenti-distributori e associazioni caritatevoli. In questo caso, infatti, la piattaforma digitale può essere vista come una vera e propria “estensione” delle reti di mutuo aiuto già presenti e attive sul territorio.

Una piattaforma simile è anche *bringthefood.org*, fondata nel 2012 da alcuni ricercatori del *Bruno Kessler Institute* di Trento. Le premesse di *bringthefood.org* sono praticamente le stesse di *ifoodshare.org* e l'obiettivo è sempre quello di realizzare un sistema *win-win* capace di realizzare un *empowerment* ambientale e sociale delle comunità locali.

In *bringthefood.org*, tuttavia, l'orientamento prevalente è, fin dall'inizio, quello di provvedere un supporto alla rete esistente di associazioni del terzo settore che si occupano dell'assistenza a persone povere ed emarginate. In questa direzione, la piattaforma nasce in collaborazione con *Banco alimentare* e *Retesolida*, il progetto di solidarietà dell'associazionismo cattolico di Padova e Rovigo.

Tale scelta ha rappresentato una chiave di volta per la piattaforma, la quale oggi rappresenta uno dei principali punti di riferimento digitali per l'intera rete di solidarietà del Nord del Paese.

Grazie a *bringthefood.org*, infatti, ad oggi sono state distribuite più di 900 mila chili di cibo a quasi 200 associazioni caritatevoli, aiutando circa 20 mila persone.

In questo caso la piattaforma rappresenta non solo un riferimento ma anche un chiaro sistema di *empowerment* per il sistema associazionistico del terzo settore, non solo in termini di raccolta e distribuzione del cibo, ma anche come sistema che favorisce l'aumento e il rafforzamento del capitale sociale locale.

Tuttavia, la stessa stretta relazione con le reti di associazionismo dei territori rappresenta, forse, anche un limite, in quanto la piattaforma da sola non sembra in grado di implementare la collaborazione e lo scambio di cibo al di fuori della rete di associazionismo esistente.

Un altro caso di piattaforma digitale nata per facilitare lo scambio di cibo in eccesso tra esercenti e resto della comunità è *breeding.it*, una piattaforma nata nel 2014 come *start-up* d'impresa grazie ad un finanziamento *Vodafone* al progetto di un gruppo di nove giovani di Bergamo.

Anche in questo caso siamo di fronte ad un modello non dissimile dai precedenti, se non per il fatto che si rivolge principalmente ai panificatori. Il pane, infatti, oltre ad essere un alimento facilmente deperibile e quindi sprecato in grande quantità, ha una valenza simbolica ed evocativa (il “pane quotidiano” dei Vangeli) che connota l'obiettivo solidaristico dell'impresa.

In pratica, alla fine della giornata lavorativa i panettieri possono comunicare attraverso una web-App la quantità di pane che mettono a disposizione, in modo che le associazioni interessate possano organizzare il ritiro.

5 In questo caso anche lo scambio tra imprese e cittadini-utenti è considerato *P-to-P* in quanto non prevede transazioni economiche.

Grazie alla capacità tecnologiche del web, *breeding.it* coinvolge nello scambio quotidiano di alimenti più di 17 mila esercenti donatori e oltre 15 mila associazioni sparse sul territorio italiano.

Nel caso di *ifoodshare.org*, *bringthefood.org* e *breeding.it*, l'aspetto solidale gioca un ruolo chiave, così come la stretta relazione con il mondo del terzo settore e dell'economia sociale, il quale rappresenta un elemento di mediazione indispensabile per l'efficienza e l'efficacia degli scambi, così come per supplire al problema del *digital divide*.

Tale mediazione, quindi, assicura un certo volume di scambi sulla piattaforma e offre una sorta di "garanzia" in merito alla qualità del cibo scambiato e al fatto che tali scambi avvengano in maniera proficua proprio per quelle persone che più ne hanno bisogno.

Diverso, invece, il caso di *scambiacibo.it*, piattaforma fondata nel 2014 a Bologna come *start-up* sponsorizzata da Coop Adriatica, una delle principali catene della GDO italiana.

Fin dalla sua creazione, il principale obiettivo di *scambiacibo.it* è quello di "estendere idealmente la catena di approvvigionamento oltre il negozio e il momento dell'acquisto" (fondatore *scambiacibo.it*). Ciò significa cercare di creare maggiori opportunità di consumo del cibo il consumo domestico grazie allo scambio del surplus tra singoli cittadini-utenti del medesimo quartiere.

Oltre alla riduzione dello spreco alimentare domestico, l'obiettivo principale è quindi apertamente quello di contribuire al rafforzamento delle reti sociali di vicinato: "vorremmo ricreare la tipica situazione di un tempo, quando i vicini lasciavano il loro cibo in esubero ai vicini prima, ad esempio, di partire per un viaggio" (fondatore *scambiacibo.it*).

L'ideale di base è quindi quello di ricostruire attraverso il cibo le relazioni tra vicini, facendo leva sulla socialità che si crea nelle "comunità temporanee" della vita di tutti i giorni (in palestra, dal parrucchiere, al parco, ecc.). Infatti, gli utenti hanno l'opportunità di creare e di iscriversi a queste *community* al fine di facilitare gli incontri e gli scambi di cibo.

Tuttavia, la mancanza di fiducia tra le persone e sulla qualità del cibo scambiato rimangono tra gli ostacoli principali al successo di questa piattaforma. Infatti, nel tentativo di "superare la diffidenza in merito al cibo scambiato" i gestori della piattaforma chiedono agli utenti di attenersi alla regola di "non scambiare cibo che non mangeresti" (fondatore *scambiacibo.it*). Proprio la necessità di esplicitare tale aspetto implica, tuttavia, la possibilità di incorrere in cibo non edibile. In questo caso il vantaggio personale viene percepito come inferiore ai rischi che si corrono e allo sforzo richiesto.

In fine, il caso di *kalulu.it* merita una menzione a parte. Lo scopo principale di questa piattaforma, infatti, è quello di offrire un sistema efficace per la gestione della filiera corta locale di prodotti agro-alimentari di qualità, supportando così i produttori del territorio che si impegnano in una agricoltura biologica e attenta all'ambiente.

Si tratta di una piattaforma *B-to-P* che rappresenta, quindi, una sorta di espansione digitale dell'economia collaborativa dei GAS, condividendone modalità, principi e obiettivi.

Attraverso la piattaforma, coloro che sono stati definiti membri non-attivi nei GAS possono aumentare quasi indefinitamente. In questo senso la piattaforma assume quasi un ruolo suppletivo rispetto alle già analizzate cooperative e/o botteghe che si sviluppano all'interno delle reti più ampie di GAS, permettendo ai più di "avere accesso ad un mercato altrimenti chiuso" (fondatore *kalulu.it*).

Infatti, *kalulu.it* è la piattaforma che registra il più ampio successo in termini di utenti registrati, (oltre 23 mila) tra semplici utenti-consumatori e utenti-produttori.

Le ragioni di tale successo vanno ricercate nel fatto che *kalulu.it* offre l'opportunità di accedere a cibo salutare in maniera più conveniente garantendo, al contempo, un sostegno economico e ambientale al proprio territorio. In questo senso *kalulu.it* intercetta un trend di consumo diffuso e in crescita (il mercato biologico e la filiera locale), soprattutto tra persone giovani, di classe media e acculturate, quindi anche alfabetizzate ai mezzi digitali.

Secondo lo stesso fondatore della piattaforma, infatti, il *digital divide* rappresenta un problema più per i produttori, spesso non giovanissimi e scarsamente alfabetizzati al mezzo. In questo caso, tuttavia, i gestori stessi della piattaforma offrono opportuna assistenza.

Lo scambio economico e il fatto di rapportarsi con imprese agricole strutturate e locali, la reputazione della piattaforma, insieme al sistema di *feedback* interno, offre agli utenti una prima garanzia in merito alla qualità del cibo acquistato.

Conclusioni

Il presente contributo si è soffermato sullo studio delle pratiche di CC all'interno della NFE, intesa quest'ultima come un'ampia gamma di approcci agro-economici innovativi basati su valori condivisi e per lo più gestiti dai consumatori o dai consumatori e dai produttori in collaborazione tra loro in reti alternative di economia solidale in ambito alimentare.

Nello specifico, il CC è stato inteso come una risposta riflessiva alla radicalizzazione di taluni elementi della modernità, ovvero una reazione al crescente bisogno di fiducia, integrazione sociale e sostenibilità nell'attuale era globale.

Da questa prospettiva il consumo di cibo si è rivelato un campo di sperimentazione piuttosto ampio e variegato. Attraverso crescenti processi collaborativi gli individui tentano di riappropriarsi dei processi di produzione e distribuzione del cibo che consumano, delineando insieme percorsi comuni di sviluppo locale.

Nei CFNs indagati la condivisione di comuni valori e la partecipazione attiva a un comune progetto socio-economico alimenta il senso di appartenenza e la fiducia reciproca, con conseguenze positive sull'*empowerment* delle comunità locali.

L'allargamento del network e soprattutto la crescita del numero dei membri non-attivi sembra portare ad un cambiamento necessario nei modelli di gestione, con conseguente modificazione degli assetti fiduciari: da una fiducia basata su relazioni dirette e partecipative si tende a passare ad un modello di fiducia "mediata", ovvero basata sulla reputazione di forme organizzative intermedie e necessitante strumenti di intermediazione più complessi (come i PGS).

In questa condizione l'*agency* del cittadino-consumatore aumenta quantitativamente ma non qualitativamente, ovvero aumenta la capacità di accesso a sistemi alternativi con il rischio di deprimere la capacità generativa insita nella collaborazione partecipativa.

Per quanto concerne il ruolo dell'ICT, è possibile constatare, in generale, come il panorama italiano delle FSPs appaia piuttosto frammentato, tanto che nessuno dei modelli indagati sembra riuscire ad imporsi come prevalente.

Per quanto riguarda il modello di costruzione della fiducia nel CC che riguarda le FSPs, anche in questo caso sembrano prevalere forme mediate di fiducia principalmente basate sui sistemi automatici di *feedback* della piattaforma o sulla reputazione della stessa.

Sembra comunque opportuno distinguere tra i modelli P-to-P e B-to-P. Soprattutto nel primo caso, infatti, il cibo, da fattore propulsivo del CC, sembra piuttosto diventare un limite: gli aspetti legati alla qualità e salubrità del cibo innalzano infatti la soglia di fiducia richiesta per lo scambio tra singoli utenti-consumatori.

Per questo motivo, la presenza di un certo capitale sociale collettivo preesistente sul territorio diventa una condizione quasi essenziale all'efficacia delle FSPs di tipo P-to-P, le quali si volgono, quasi naturalmente, verso la mediazione delle reti di associazionismo locale. Queste ultime giocano quindi un ruolo chiave quali "catalizzatori" della fiducia negli scambi alimentari. Per molti versi in senso opposto a ciò che accade nei CFNs, è in presenza di organizzazioni terze che le FSPs dimostrano di essere effettivamente elementi abilitanti e un fattore di *empowerment* per le reti di associazionismo del terzo settore quindi, di riflesso, per la comunità locale nel suo insieme (in termini prevalentemente di solidarietà e integrazione sociale).

Di contro, sono le FSPs di tipo B-to-P a mostrarsi maggiormente in grado di coinvolgere direttamente gli utenti-consumatori, contribuendo all'*empowerment* di sistemi alternativi di approvvigionamento locale. Le FSP di tipo B-to-P diventano, di fatto, un sistema abilitante per un numero crescente di consumatori che, tuttavia, non sono coinvolti in una partecipazione attiva, atta cioè a definire comuni modelli di sviluppo. Anche in questo caso l'*agency* collaborativa rischia di aumentare quantitativamente ma non qualitativamente.

Bibliografia

- Beck U., Giddens A., Lash S. (1994), *Reflexive Modernization: Politics, Tradition and Aesthetics in the modern social order*, Standford Press, California; trad. it. (1999), *Modernizzazione riflessiva: politica, tradizione ed estetica nell'ordine sociale della modernità*, Asterios, Trieste.
- Beck U. (2001), "Mucca pazza" e la società del rischio globale, in «Iride, Filosofia e discussione pubblica», a. XIV, n. 33, maggio-agosto, pp. 235–241.
- Beck U. (2005), *Power in the Global Age*, Polity Press, Cambridge; trad. it. (2010), *Potere e contropotere nell'età globale*, Laterza, Roma-Bari.
- Beck U. (1986), *Risk Society: Towards a New Modernity*, Sage, London; trad. it. (2000), *La società del rischio. Verso una seconda modernità*, Carrocci editore, Roma.
- Beck, U. (1996), *The Reinvention of Politics: Rethinking Modernity in the Global Social Order*, Polity Press, Cambridge.
- BioBank (2015), *Sintesi Rapporto 2015*, [online]: http://issuu.com/biobank/docs/rapporto_bio_bank_2015_f16964a4d8bbb7 (data ultima consultazione: 20/07/2015).
- Botsman R., Rogers R. (2010), *What's Mine is Your: the rise of Collaborative Consumption*, Harper Collins Publisher, New York.
- Bruni L., Zamagni S. (2007). *Civil Economy. Efficiency, Equity and Public Happiness*. Oxford: Peter Lang.
- Castells M. (2009). *Comunicazione e potere*. Milano: Università Bocconi Editore.
- Cucco I., Fonte M. (2015). "Local Food as 'real utopia'. A critical perspective". Conference proceeding 'The Social Meaning of Food'. 16-17 June 2015: Budapest.
- Degli Esposti P. (2016). *Essere prosumer nella società digitale. Produzione e consumo tra atomi e bit*. Milano: Franco Angeli.
- Di Iacovo F., Fonte M., Galasso A. (2014), *Agricoltura civica e filiera corta. Nuove pratiche d'impresa e relazioni tra produttori e consumatori*, Working paper, Luglio, Gruppo 2013, n. 22.
- Felson M., Spaeth J. L. (1978), *Community Structure and Collaborative Consumption: A Routine Activity Approach*, in «American Behavioral Scientist», <http://abs.sagepub.com/content/21/4/614>.
- Fonte M. (2013). "Reflexive Localism: Toward a Theoretical Foundation of an Integrative Food Politics". *International Journal of the Sociology of Agriculture and Food*, (10)3, 397-402.
- Forno F., Graziano G. (2012). "Political consumerism and new forms of political participation: the Gruppi di Acquisto Solidale in Italy". *Annals of The American Academy of Political and Social Science*, Issue 644, pp. 121-133.
- Forno F. (2013). "Dal consumo critico alle Reti di Economia Solidale per un futuro autosostenibile dei territori". In Adobati F., Peretti M.C., Zambianchi M. (2013). *ICONEMI alla scoperta dei paesaggi bergamaschi*, Bergamo: Bergamo University Press, pp 25 - 31.
- Goodman D. (2003), *The quality turn and alternative food practices: reflections and agenda*, in «Editorial Journal of Rural Studies», n. 19, pp. 1-7.
- Giddens A. (1990). *The Consequences of Modernity*. Stanford: Stanford University Press.
- Yin K. R. (2009). *Case Study Research. Design and Methods*. Sage: London-New Dheli.
- Kostakis V., Bawens M. (2014). *Network Society and a Future Scenarios for a Collaborative Economy*. London-New York: Palgrave-MacMillan.

- Magdoff F., Tokar B. (2009). "Agriculture and Food in Crisis. An Overview". *Monthly Review*, 3.
- Micheletti M. (2003), *Political Virtue and Shopping: Individuals, Consumerism and Collective Action*, Palgrave, London.
- Paltrinieri R. (2012). *Felicità responsabile. Il consumo oltre la società dei consumi*. Milano: Franco Angeli.
- Paltrinieri R., Spillare S. (2015), *L'Italia del biologico. Un fenomeno sociale, dal campo alla città*, Edizioni Ambiente, Milano.
- Pollan M. (2006). *The Omnivore's Dilemma: A Natural History of Four Meals*. London: Penguin.
- Rainie L., Wellman B. (2012), *Networked: The New Social Operating System*, MIT Press, London; trad. it. (2012), *Networked. Il nuovo sistema operativo sociale*, Guerrini scientifica, Milano.
- Rifkin J. (2000), *The Age of Access: The New Culture of Hypercapitalism, Where all of Life is a Paid-For Experience*, J.P. Tarcher/Putnam, USA; trad. it. (2001), *L'era dell'accesso. La rivoluzione della new economy*, Mondadori, Milano.
- Rinne et. al. (2013), *Young Global Leaders Sharing Economy Working Group. World Economic Forum Young Global Leaders Taskforce: Circular Economy Innovation & New Business Models Initiative*, in «slide-share», @slideshare.net, giugno 2013.
- Ritzer G., Jurgenson N. (2010). "Production, Consumption, Prosumption. The nature of capitalism in the age of the digital 'prosumer'". *Journal of Consumer Culture*, March, 10, n. 1, pp. 13-36.
- Spillare S. (2016). "Agro-ecological Consumerism between System Response and Glocal Reflexivity: the example of Organic Food Consumption". *Quality - Access to Success* (Supplement), 1, 17, 580-584.
- Stolle D., Micheletti M. (2013). *Political Consumerism. Global Responsibility in Action*. Cambridge University Press.
- Tukker A. et. al. (2008), *Fostering change to sustainable consumption and production: an evidence based view*, in «Journal of cleaner production», 16, pp. 1218-1225.
- UE Commission (2016). *An European Agenda for Collaborative Economy*. Bruxelles: UE Commission. [Online]:http://ec.europa.eu/growth/single-market/strategy/collaborative-economy_it
- Wang Y., Vassileva J. (2003). *Trust and Reputation Model in Peer-to-Peer Networks*, Proc. of IEEE Conference on P2P Computing, Linköping, Sweden, September.
- Winter M. (2003), *Embeddedness, the new food economy and defensive localism*, in «Journal of Rural Studies», 19, pp. 23-32.
- Zamagni S. (2008). *L'economia del bene comune*. Roma: Città nuova Editrice.