

Dipartimento di Giurisprudenza

Cattedra di Diritto Commerciale

**SHARING ECONOMY E CONCORRENZA.
IL CASO UBER NELLA GIURISPRUDENZA DELLA
CORTE DI GIUSTIZIA DELL'UNIONE EUROPEA E
DEGLI STATI MEMBRI**

RELATORE

Chiar.mo Prof.
Antonio Nuzzo

CORRELATORE

Chiar.mo Prof.
Paolo Tullio

CANDIDATO

Luca Sabelli
Matr. 145683

Anno Accademico 2020/2021

INDICE

INTRODUZIONE.....	6
CAPITOLO I	
PROFILI GENERALI IN MATERIA DI CONCORRENZA SUL	
MERCATO.....	10
1 Mercato ideale e concorrenza perfetta.....	10
2 La disciplina della concorrenza.....	13
2.1 Il diritto antitrust nell'Unione Europea.....	17
2.2 Il rapporto con la disciplina italiana.....	21
3 Le limitazioni della concorrenza.....	23
3.1 Le limitazioni pubblicistiche.....	26
3.1.1 Obbligo di contrarre del monopolista.....	29
3.2 Limitazioni legali.....	32
3.3 Limitazioni convenzionali.....	37
4 La disciplina della concorrenza sleale.....	43
4.1 Interessi tutelati e diritto dei consumatori.....	46
4.2 Ambito di applicazione.....	50
4.3 Le fattispecie tipiche.....	52
4.4 Le fattispecie atipiche.....	55
4.5 Le sanzioni.....	57
5 Legge 287 del 1990: la legislazione antimonopolistica in Italia...	59
5.1 Intese restrittive della concorrenza.....	62
5.2 Abuso di posizione dominante.....	67
5.3 Concentrazioni.....	72
6 L'AGCM (Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato)....	77
CAPITOLO II	
LA SHARING ECONOMY.....	81
1 Introduzione alla sharing economy	81
1.1 L'evoluzione nel tempo della sharing economy.....	84

1.2	Diverse definizioni di sharing economy.....	89
1.2.1	La dicotomia tra sharing economy e gig economy.....	92
1.3	Esempi di aziende fondate sulla sharing economy.....	94
2	Gli aspetti fondamentali della sharing economy.....	96
2.1	I sistemi di consumo collaborativo.....	98
2.2	I modelli di business nella sharing economy.....	100
2.3	Il valore sociale della sharing economy.....	105
3	Gli effetti della sharing economy.....	108
3.1	Vantaggi e opportunità.....	110
3.2	Svantaggi e rischi.....	113
4	La sharing economy nel mondo.....	118
4.1	La sharing economy in Europa.....	120
4.2	La sharing economy in Italia.....	123
5	Sharing economy e imprese cooperative.....	126
5.1	Modelli a confronto.....	129
5.2	Le opportunità del confronto.....	131
5.3	Prospettive future.....	137
CAPITOLO III		
IL CASO UBER.....		139
1	Il trasporto pubblico non di linea.....	139
1.1	La disciplina italiana.....	141
1.1.1	Lo storico conflitto tra Taxi e N.C.C.	145
1.2	La disciplina europea e il recepimento interno.....	150
2	Introduzione al caso Uber.....	154
2.1	La natura giuridica dell'attività di Uber.....	158
2.2	Differenze e conflitto con il servizio Taxi.....	162
3	Interventi della Corte di Giustizia dell'Unione Europea.....	166
3.1	Sentenza CGUE C-434/15 del 20 dicembre 2017.....	168
3.2	Sentenza CGUE C-360/16 del 10 aprile 2018.....	170
4	Il percorso giurisprudenziale in Italia.....	173

4.1 La vicenda UberPop.....	174
4.1.1 L'avvento di Uber Taxi.....	188
4.2 La vicenda Uber Black.....	190
4.3 Una nuova lettera dell'art. 2598 c.c.	196
5 Il caso Uber negli altri ordinamenti europei.....	197
6 Il carattere anacronistico della L. 21/1992.....	207
6.1 La sentenza della Corte costituzionale 265/2016.....	209
7 Interventi normativi in tema di sharing economy conseguenti al caso Uber.....	213
7.1 Iniziative sovranazionali.....	213
7.2 Iniziative nazionali (lo Sharing Economy Act).....	221
CONCLUSIONE.....	226
BIBLIOGRAFIA.....	231

INTRODUZIONE

Il passaggio dal XX al XXI secolo ha segnato il conseguimento di un nuovo modo di concepire l'economia ed il mercato, i cui effetti possono essere apprezzati e compresi solo oggi con una migliore visione d'insieme. Infatti, nell'ultimo decennio del secolo scorso e nel primo di quello attuale abbiamo assistito al potenziale ed inarrestabile sviluppo di due fenomeni strettamente legati tra loro: la globalizzazione e lo sviluppo tecnologico. Da un lato, la globalizzazione ha determinato una forte intensificazione dei rapporti commerciali ad ampio raggio, consentendo di trasferirli su scala mondiale; dall'altro, il progresso tecnologico ha permesso una stabilizzazione di tali rapporti economici internazionali, con ricadute importanti ed innovative sotto l'aspetto culturale, sociale, giuridico e politico. Al riguardo, il ruolo determinante della tecnologia digitale ha consentito la creazione di nuovi modelli economici, la cui portata innovativa ha rappresentato un notevole passo avanti sotto il profilo dell'utilità sociale; tuttavia, tale creazione si è contestualmente scontrata con una regolazione normativa impreparata ad accogliere i nuovi modelli economici, nonché con problemi di adattamento legati alla necessaria convivenza di tali nuovi sistemi con i modelli di mercato tradizionali, i cui operatori non sono sempre stati in grado di adeguarsi al progresso tecnologico, venendone piuttosto sopraffatti. Sotto questo profilo, la digitalizzazione ha ricoperto il ruolo di innovatore economico e sociale, demolendo e ricostruendo in maniera diversa le dinamiche e gli assetti del mercato. L'incontro tra il progresso tecnologico e l'economia di mercato è avvenuto con la nascita e lo sviluppo dell'e-commerce e dell'e-marketplace, ovvero l'insieme delle pratiche commerciali all'interno di un mercato elettronico; nel primo caso, si tratta di un sito Internet creato da un venditore che entra direttamente in contatto con i clienti per la vendita

dei propri prodotti, mentre nella seconda ipotesi si ha la creazione di una piattaforma digitale che ricomprende al proprio interno svariati venditori e si configura come un centro commerciale digitale nel quale il titolare gestisce la piattaforma e coordina le relazioni tra la domanda e l'offerta. Tuttavia, l'evoluzione tecnologica non ha modificato esclusivamente le modalità di svolgimento delle transazioni economiche, bensì è arrivata a stravolgerne le radici, nonché l'idea sostanziale alla base della reale necessità del singolo rispetto all'interesse della comunità; per tale ragione, il passo successivo è stato la nascita ed il consolidamento di un vero e proprio nuovo modello economico e sociale: la *sharing economy*. Il fenomeno "collaborativo" ha riscritto l'impostazione delle relazioni sociali, realizzandone al meglio il potenziale, ha costruito un nuovo mercato, consentendo a chiunque di interpretare il ruolo della domanda o dell'offerta a seconda delle proprie esigenze e ha sostituito i concetti di proprietà e possesso con l'idea della condivisione, ossia uno strumento attraverso il quale è possibile realizzare un guadagno non solo economico, ma anche sociale, culturale ed ambientale. La "sharing economy" o "economia della condivisione" attribuisce valore al singolo, consentendogli di relazionarsi con gli altri individui attraverso la condivisione di un proprio bene o servizio al fine di sfruttarne al massimo il potenziale inattivo¹ e di collaborare per la creazione di una comunità più forte, principalmente sotto il profilo sociale; ciononostante, ha assunto svariate forme e definizioni, muovendosi su una linea retta che oscilla tra l'idea pura di compartecipazione priva di un ritorno economico e la

¹ Cfr. infra cap. 2 par. 1: *“Sono quattro i principi alla base del consumo collaborativo [...] Il secondo principio, ovvero il potenziale inattivo, riguarda lo spreco che caratterizza la maggior parte degli oggetti circostanti; più nello specifico rappresenta il potenziale inutilizzato di un bene, che secondo il consumo collaborativo, nel momento in cui non serve ad un soggetto, può essere sfruttato da altri, senza restare inutilizzato nel possesso di un'unica persona.”*

condivisione influenzata dall'economia di mercato quale forma ibrida tra la collaborazione e lo scopo di lucro. La sharing economy si è affermata in svariati settori, da quello alberghiero a quello del trasporto non di linea, introducendo nuovi rapporti economici in settori dominati da operatori tradizionali e scontrandosi con un vuoto legislativo, che non ha consentito di stabilire nitidamente la linea di demarcazione tra una pacifica competizione e atti di concorrenza sleale tra le imprese tradizionali e quelle rientranti nell'economia della condivisione.

Negli ultimi anni, uno dei settori maggiormente colpiti da questo fenomeno è stato il trasporto pubblico non di linea, all'interno del quale gli operatori dei servizi tradizionali, ovvero Taxi e Noleggio Con Conducente (N.C.C.), si sono dovuti confrontare con i servizi offerti dalla nuova azienda statunitense Uber che, operando al di fuori della disciplina di settore, ha sollevato validi dubbi circa la propria natura, la soggezione alla normativa sul trasporto non di linea, il rapporto di concorrenzialità con gli altri attori economici dello stesso settore e dello stesso mercato rilevante ed il compimento di atti di concorrenza sleale. La vicenda Uber ha aperto la strada a valutazioni sociali, economiche e soprattutto di adeguamento del diritto positivo, affinché l'evoluzione tecnologica possa consolidarsi ed evolversi all'interno del mercato, raggiungendo l'importante obiettivo di un maggior soddisfacimento generale dei consociati, nonché di una migliore allocazione e sfruttamento delle risorse.

Nell'ambito, tuttavia, di una regolamentazione chiara e certa, de iure condito, la questione è stata affrontata sia a livello comunitario dalla Corte di Giustizia dell'Unione Europea, sia a livello interno dalla maggioranza degli Stati membri, fortemente sensibilizzati dalle violente proteste causate principalmente dai tassisti.

L'elaborato affronta nel dettaglio gli argomenti sopra esposti e si suddivide in tre capitoli: il primo esamina la nascita, lo sviluppo e le

implicazioni della normativa antitrust, della disciplina codicistica in materia di concorrenza sleale, nonché del ruolo delle Autorità Indipendenti, tra le quali principalmente l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM); il secondo analizza la nascita ed il consolidamento della sharing economy rispetto al mercato tradizionale e ad altre tipologie di imprese, come ad esempio le società cooperative, descrivendone sia l'impatto storico e sociale, sia gli aspetti più strettamente economici di governance aziendale; infine, il terzo capitolo approfondisce il caso Uber ripercorrendo storicamente la giurisprudenza, sovranazionale e nazionale, intervenuta sulla questione negli ultimi anni, mettendone a confronto aspetti positivi e negativi attraverso l'analisi della dottrina, della giurisprudenza e di alcuni interventi legislativi interni agli Stati membri in materia. Lo studio poliedrico della sharing economy e della vicenda Uber hanno consentito di ricostruire e sottolineare le vicissitudini alla base di tale fenomeno e di comparare i passi già compiuti con quelli necessari, in vista di un'ulteriore futura evoluzione della tecnologia.

CAPITOLO I

PROFILI GENERALI IN MATERIA DI CONCORRENZA SUL MERCATO

1 Mercato ideale e concorrenza perfetta – 2 La disciplina della concorrenza – 2.1 Il diritto antitrust nell’Unione Europea – 2.2 Il rapporto con la disciplina italiana – 3 Le limitazioni della concorrenza – 3.1 Limitazioni pubblicistiche – 3.1.1 Obbligo di contrarre del monopolista – 3.2 Limitazioni legali – 3.3 Limitazioni convenzionali – 4 La disciplina della concorrenza sleale – 4.1 Interessi tutelati e diritto dei consumatori – 4.2 Ambito di applicazione – 4.3 Le fattispecie tipiche – 4.4 Le fattispecie atipiche – 4.5 Le sanzioni – 5 Legge 287 del 1990: la legislazione antimonopolistica in Italia – 5.1 Intese restrittive della concorrenza – 5.2 Abuso di posizione dominante – 5.3 Concentrazioni – 6 L’AGCM (Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato)

1 Mercato ideale e concorrenza perfetta

Secondo una definizione strettamente economica, il mercato è il luogo, sia fisico che figurato, in cui i venditori e i compratori svolgono scambi commerciali e dove, in base alla legge della domanda e dell’offerta, si forma il prezzo del bene oggetto di vendita e di acquisto². Da un punto di vista puramente giuridico, invece, il mercato trova innanzitutto fondamento all’interno dell’art. 41 della Costituzione relativo alla libertà di iniziativa economica privata, il quale al primo

² MANKIWI N. G., TAYLOR M. P.; *Principi di economia, Sesta edizione italiana*. ZANICHELLI, Bologna, 2015, pag. 41

comma stabilisce che: “*L’iniziativa economica privata è libera.*” Dunque, il legislatore costituzionale delinea un mercato con un accesso libero, in cui diversi operatori hanno la possibilità di svolgere attività di natura economica in regime di concorrenza. Tuttavia, a tal fine, non è sufficiente il dettato costituzionale, bensì è necessario un intervento positivo del legislatore ordinario, volto a garantire un regime oggettivo di mercato con un adeguato livello di concorrenza effettiva³.

Gli economisti hanno elaborato un modello ideale di mercato, in cui vi è la contemporanea presenza di più imprenditori in competizione gli uni con gli altri e di conseguenza un frazionamento dell’offerta tra più imprese, nessuna in grado di condizionare autonomamente il prezzo del prodotto all’interno del mercato stesso. Tale modello di mercato ideale, definito *concorrenza perfetta*, presenta un ottimo equilibrio al suo interno, in quanto comporta una piena autonomia della domanda, con la possibilità per i consumatori di scegliere fra diversi prodotti in base alle proprie necessità, un immediato adeguamento dell’offerta alle esigenze del mercato, l’assenza di ostacoli all’ingresso in ogni settore di nuovi imprenditori, nonché la mancanza di intese tra le imprese operanti sul mercato, dirette a falsare la libera competizione economica⁴. Dunque, in base a tale modello, le imprese operano ad armi pari e per evitare di essere vittime di un’eliminazione naturale dal mercato, curano continuamente l’efficienza e la qualità dei propri prodotti, così da renderli adeguatamente competitivi rispetto a quelli concorrenti. Ciò garantisce una parallela crescita dello sviluppo tecnologico, una maggiore

³ CAMPOBASSO G. F.; *Diritto Commerciale I. Diritto dell’Impresa, Settima edizione*. UTET, Milano, 2017, pag. 220

⁴ CAMPOBASSO G. F.; *Diritto Commerciale I. Diritto dell’Impresa, Settima edizione*. UTET, Milano, 2017, pag. 219

efficienza produttiva, un miglior utilizzo delle risorse disponibili e il maggior grado possibile di prosperità economica e sociale⁵.

Nella realtà di fatto la concorrenza perfetta non esiste, è solo un modello teorico e di conseguenza lo sono anche la trasparenza del mercato, la libertà di ingresso e l'assenza di ostacoli. Sono diversi i fattori, oggettivi e soggettivi, che rendono difficile la realizzazione pratica di questo modello ideale, come ad esempio la distribuzione non omogenea delle risorse o la difficile mobilità della manodopera. Ciò comporta, inevitabilmente, il proliferare di situazioni di oligopolio e monopolio; tuttavia, non sempre tali fenomeni producono effetti negativi, infatti è lo stesso legislatore a favorirli in determinate circostanze e ad utilizzarli quali strumenti per lo sviluppo del mercato⁶.

L'oligopolio è il fenomeno in virtù del quale in un determinato mercato opera un numero ridotto di imprese, che presentano la stessa struttura, lo stesso costo e offrono beni omogenei, senza che alcuna di esse abbia la possibilità di influenzare autonomamente il comportamento delle altre. Solo un'azione coordinata e parallela di tali imprese consente lo sviluppo di un effettivo potere di mercato in grado di incidere conseguentemente sul prezzo di vendita dei beni. Dunque, la particolarità dell'oligopolio consiste nell'assenza di intese, tacite o esplicite, tra le imprese operanti sul mercato le quali, ciononostante, riescono a realizzare elevati profitti, senza competere l'una con l'altra. Al riguardo, un possibile schema di azione delle imprese oligopolistiche può esser individuato nella cosiddetta "*price leadership*", ossia un modello secondo il quale un'impresa, nella qualità di leader, aumenta il

⁵ CAMPOBASSO G. F.; *Diritto Commerciale I. Diritto dell'Impresa, Settima edizione*. UTET, Milano, 2017, pag. 219

⁶ CONCAS A.; *La concorrenza*. In *diritto.it*, 2020, pag. 1. Sul punto anche CAMPOBASSO G. F.; *Diritto Commerciale I. Diritto dell'Impresa, Settima edizione*. UTET, Milano, 2017, pag. 220

prezzo di vendita dei beni, agendo quale segnale per le altre imprese e determinando un aumento a catena del prezzo⁷.

Nelle ipotesi di monopolio, invece, il mercato viene dominato da un'unica impresa, autonomamente in grado di incidere sul prezzo di vendita dei beni e dunque di sfruttare i consumatori, privi di alternative, per conseguire dei profitti superiori a quelli realizzabili in regime di libera concorrenza. Pertanto, la differenza principale che vi è tra il monopolio e il modello ideale di mercato, è che mentre in questo secondo caso l'imprenditore assume il ruolo di *price taker*, non essendo in grado di influire sul prezzo di mercato e comportando quindi la migliore allocazione delle risorse, nel primo caso invece diventa *price maker*, fissando il prezzo di vendita dei beni con il solo obiettivo di ottenere il maggior profitto possibile⁸.

Tuttavia, nonostante l'assenza di una concorrenza perfetta all'interno del mercato, quest'ultima non può esser pregiudicata in via assoluta grazie alla tutela costituzionale relativa all'iniziativa economica privata e alla normativa statale e comunitaria a tutela della stessa sviluppatasi nel tempo. Ciò comporta l'impossibilità di ingerenti limitazioni della concorrenza all'interno del mercato, seppur solo teorica nella sua accezione perfetta.

2 La disciplina della concorrenza

La disciplina della concorrenza costituisce un elemento imprescindibile per la nascita e lo sviluppo di un mercato basato sul pluralismo, sul libero ed eguale accesso alle risorse produttive, sull'incremento della qualità e dell'efficienza dei prodotti, nonché di

⁷ WHISH R., BAILEY D.; *Competition law*, Nona edizione. Oxford, 2018, pp. 570-576

⁸ WHISH R., BAILEY D.; *Competition law*, Nona edizione. Oxford, 2018, pag. 7

conseguenza su una varietà dell'offerta e su un'ampia scelta per la domanda⁹. Tuttavia, al giorno d'oggi continua ad essere acceso il dibattito relativo a quali siano gli obiettivi primariamente perseguiti dalla normativa sulla concorrenza; infatti, al fianco dell'interpretazione di carattere economico, che nel testo legislativo individua un intervento ispirato alla tutela della concorrenza in sé, vi è un secondo orientamento che qualifica la concorrenza come un semplice strumento per la massimizzazione del benessere collettivo¹⁰. I sostenitori del primo orientamento ritengono che la libertà di concorrere costituisca in re ipsa il fondamento della disciplina sulla concorrenza e che l'efficienza dei mercati sia solo una conseguenza di tale disciplina; al contrario, i sostenitori del secondo orientamento reputano che il surplus dei produttori e dei consumatori, ovvero il benessere collettivo, rappresenti l'unico strumento attraverso il quale sia possibile delineare i contorni della concorrenza, che altrimenti rimarrebbe un concetto astratto e senza ragion di esistere, nonché l'unico corretto metro di giudizio circa l'andamento dei mercati e la condotta degli attori economici. Inoltre, il secondo orientamento individua nel primo un duplice difetto di fondo: da un lato, l'utilizzo dello schema concettuale dei diritti di libertà individuali e dall'altro il richiamo del concetto sistemico di libertà

⁹ TROIANI U.; *La regolamentazione della concorrenza tra regole per le imprese e gli interessi dei consumatori*. In tb.camcom.gov.it, 2005, pag. 1

¹⁰ POLO M.; *Regole rigide e regole flessibili nelle politiche di tutela della concorrenza*. In *Rivista italiana degli economisti*, supplemento al n. 1, 2005, pag. 25: “[...] un intenso dibattito, tra chi[...]vede questo intervento come ispirato alla tutela della concorrenza e chi, invece, giudica la concorrenza un riferimento strumentale al vero obiettivo, la massimizzazione del benessere collettivo. A scanso di equivoci, dichiariamo da subito che gli argomenti che svilupperemo in questa sezione saranno a sostegno di quest’ultima prospettiva. Il riferimento alla concorrenza quale meccanismo di interazione economica da preservare attraverso l’intervento antitrust appare infatti a nostro avviso estremamente vago e di scarso aiuto nell’analisi, nel momento in cui consideriamo la estrema varietà delle forme con cui l’interazione nei mercati oligopolistici avviene e le forti differenze che tra queste forme si riscontrano nell’esercizio del potere di mercato.”

economica. Infatti, il pluralismo economico mal si concilia sia con la tutela di diritti di libertà individuali, sia con una visione di carattere sistemico della libertà economica. Nel primo caso, ciascuna iniziativa imprenditoriale dovrebbe essere tutelata in quanto tale, comportando la piena negazione dell'economia di mercato; nel secondo caso, invece, la visione del pluralismo imprenditoriale come un valore a livello sistemico comporterebbe la necessità di tutelare alcune iniziative imprenditoriali e lasciare le altre ai meccanismi selettivi del mercato concorrenziale; ciò comporterebbe delle scelte discrezionali lontane dall'idea di un diritto formato da regole generali poste a tutela della libertà economica¹¹.

Il complesso normativo in materia di concorrenza, definito anche *diritto antitrust*, presenta origini storiche angloamericane, in particolar modo negli Stati Uniti con lo *Sherman Act* del 1890. Infatti, nonostante le prime leggi contro gli accordi restrittivi della concorrenza siano state approvate in Canada nel 1889, le origini del diritto antitrust vengono fatte comunemente risalire allo *Sherman Antitrust Act*, emanato dal congresso degli Stati Uniti nel 1890 su proposta del senatore dell'Ohio John Sherman¹². Il testo originale si suddivideva in due parti: la prima individuava e proibiva specifici comportamenti anticoncorrenziali, come ad esempio tutti gli accordi diretti a fissare i prezzi, contenere la produzione industriale, ripartire i mercati o eliminare la concorrenza; la seconda, invece, vietava tutte le manovre dirette alla monopolizzazione del mercato. Nelle ipotesi di violazione di tale disciplina, i tribunali federali potevano disporre lo scioglimento delle imprese, nonché infliggere pene pecuniarie o detentive, ferma

¹¹ LIBERTINI M.; *Sulla nozione di libertà economica*. In moneta e credito, vol. 72, n. 288, 2019, pag. 308

¹² RUSSO WÄLTIG.; *Ricorda 1890: lo Sherman Act, le origini delle leggi antitrust*. In lospiegone.com, 2020, pp. 1-2

restando la possibilità per i soggetti privati, lesi dalla violazione della normativa in esame, di agire in giudizio per ottenere un risarcimento in denaro tre volte superiore al valore del danno subito¹³. Tuttavia, nel corso del tempo tale disciplina si è sviluppata e ha cambiato configurazione, soprattutto nella seconda metà del secolo scorso attraverso la cosiddetta *deregulation*. Quest'ultimo è un fenomeno di origine anglosassone, che ha segnato il passaggio dallo *Stato imprenditore* allo *Stato regolatore*, ovvero da uno Stato incidente nella diretta regolazione e restrizione del mercato ad uno Stato esterno ai controlli e alle limitazioni, con la nascita di un sistema di autoregolazione basato sulla libera concorrenza. Più nello specifico, a partire dal 1970 vari Stati in tutto il mondo hanno assistito alla privatizzazione dei settori di pubblica utilità, finanziari, del lavoro e di altri mercati particolarmente sensibili, precedentemente regolati e partecipati, direttamente o indirettamente, dallo Stato, nonché alla nascita contestuale di Autorità Indipendenti dirette alla regolazione dei rispettivi settori di competenza; al giorno d'oggi, l'Autorità Indipendente che opera nell'ambito della concorrenza nel mercato, con l'obiettivo primario di garantire il rispetto della disciplina antitrust da parte degli attori economici che vi operano all'interno, è l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM)¹⁴. Dunque, il fenomeno della deregolazione ha comportato, anche all'interno del nostro ordinamento giuridico, la rimozione di regole imposte dal potere pubblico, una liberalizzazione del mercato e dei relativi prezzi e una contestuale autoregolazione secondo il naturale incontro tra domanda e offerta. Ciò ha consentito un'effettiva applicazione del dettato

¹³ RUSSO WÄLTIG.; Ricorda 1890: *lo Sherman Act, le origini delle leggi antitrust*. In lospiegone.com, 2020, pag. 2

¹⁴ Cfr. cap. infra 1 par. 6. Altre Autorità Indipendenti sono: sono la CONSOB, in materia di operatori economici e mercati regolamentati, la Banca d'Italia, nel settore bancario e l'IVASS, nel settore assicurativo.

costituzionale di cui all'articolo 41 e la realizzazione di un sistema di mercato in cui l'iniziativa economica privata ricopre un ruolo centrale¹⁵. Tale cambiamento è espressione dell'indirizzo di pensiero, affermatosi nella seconda metà del XX secolo, noto come *neoliberismo*.

2.1 Il diritto antitrust nell'Unione Europea

All'interno dell'Unione Europea la concorrenza assume una funzione determinante, in quanto lo stesso principio ispiratore dell'Unione comunitaria tende alla creazione di uno spazio, sia fisico che figurato, per la libera circolazione di persone, beni, servizi e capitali¹⁶. Nello specifico, l'intero sistema giuridico dell'Unione è ispirato alla libera economia di mercato, in base alla quale gli imprenditori devono competere secondo le proprie capacità, su un piano di parità e i consumatori devono essere messi nella condizione di poter ampiamente scegliere tra svariate alternative di acquisto, secondo le proprie necessità. Tale obiettivo viene definito *workable competition* e consiste nel garantire una concorrenza sana ed efficace all'interno di un mercato unico, quale risultato dell'integrazione dei mercati nazionali. Di conseguenza, la disciplina della concorrenza diviene il principale mezzo di rimozione degli ostacoli alla libera circolazione di persone e mezzi in ambito comunitario¹⁷.

La principale fonte normativa va individuata nel primo capitolo, settimo titolo, terza parte del Trattato sul Funzionamento dell'Unione Europea (TFUE), il quale dall'articolo 101 all'articolo 106 contiene le regole sulla concorrenza applicabili alle imprese, volte innanzitutto a contrastare la proliferazione di monopoli e oligopoli, mentre

¹⁵ CLARICH M.; *Manuale di diritto amministrativo, Terza edizione*. Il Mulino, Bologna, 2017, pp. 32-38

¹⁶ WHISH R., BAILEY D.; *Competition law, Nona edizione*. Oxford, 2018, pag. 51

¹⁷ SALVI L.; *La concorrenza nell'UE*. In unife.it, 2018, pag. 1

dall'articolo 107 all'articolo 109 contiene la disciplina relativa agli aiuti concessi dagli Stati. In particolar modo, il quadro normativo antimonopolistico comunitario è composto innanzitutto dagli articoli 101 e 102 TFUE, rispettivamente relativi alle intese tra imprese e all'abuso di posizione dominante sul mercato ed è completato, quale fonte di diritto derivato dell'Unione Europea, dal Regolamento 139/2004, emanato dal Consiglio dell'Unione Europea in tema di concentrazioni tra imprese. Al giorno d'oggi, gli articoli 101 e 102 TFUE sono il risultato del Trattato di Lisbona del 2009 e riportano la disciplina contenuta all'interno dei vecchi articoli 81 e 82 del Trattato che istituisce la Comunità europea (TCE), come attuato dal Trattato di Maastricht del 1992. In relazione agli aiuti concessi dagli Stati, invece, il legislatore comunitario individua un generale divieto in tal senso, volto ad evitare che determinate imprese vengano avvantaggiate a discapito di altre, determinando un'alterazione della concorrenza nel mercato nazionale. Tuttavia, in relazione al divieto degli aiuti di Stato, il TFUE individua alcune deroghe nelle ipotesi in cui siano perseguiti degli obiettivi strategici, come ad esempio il contrasto a perturbazioni economiche¹⁸.

Il legislatore comunitario all'interno del Trattato non ha fornito una definizione di "aiuto di Stato", la quale non è rinvenibile nemmeno all'interno del diritto europeo derivato¹⁹. L'assenza di una definizione formale non intacca l'efficacia della normativa comunitaria, tuttavia dà vita ad un fenomeno più ampio, capace di ricomprendere al suo interno svariate sovvenzioni pubbliche in favore degli imprenditori; ciò comporta un'applicazione differenziata della relativa disciplina, in base

¹⁸ PARENTI R.; *Politica della concorrenza*. In europarl.europa.eu, 2020, pp. 1-6

¹⁹ CLARICH M., DI PORTO F., GHIDINI G., MARCHETTI P.; *Concorrenza e Mercato. Antitrust, Regulation, Consumer Welfare, Intellectual Property*. Giuffrè Editore, Milano, 2012, pp. 571-573

alle caratteristiche del caso concreto²⁰. Un ruolo centrale è svolto anche dall'articolo 3 del Trattato, il quale al primo paragrafo lettera b) sancisce la competenza esclusiva dell'Unione nello stabilire le regole necessarie per il funzionamento del mercato interno, nonché dall'articolo 119, il quale sottolinea l'esigenza di un coordinamento tra le attività svolte dall'Unione e dagli Stati Membri per garantire il mantenimento della libera concorrenza all'interno di un mercato aperto.

In secondo luogo, la disciplina della concorrenza è contenuta anche all'interno del Trattato dell'Unione Europea (TUE), il quale all'articolo 3 promuove un'economia di mercato fortemente competitiva, ed è altresì richiamato dal Protocollo numero 27 quale norma fondamentale affinché la concorrenza non sia falsata²¹. Infine, vi sono diverse altre fonti di diritto derivato dell'Unione Europea che si inseriscono nella disciplina della concorrenza; si tratta, ad esempio, delle comunicazioni, degli orientamenti e delle linee guida emanati dalla Commissione Europea, quali strumenti di *Soft Law* non vincolanti, nonché delle stesse prassi della Commissione e in particolar modo delle decisioni relative al rispetto, nei singoli casi, degli articoli 101 e 102 TFUE. Tali decisioni vengono annualmente riassunte nella *Relazione sulla Concorrenza*.

Le principali istituzioni e organi dell'Unione Europea, coinvolti rispettivamente nella normazione e nel controllo di legittimità in materia di concorrenza, sono innanzitutto la Commissione Europea, il Consiglio dell'Unione Europea, il Parlamento Europeo, la Direzione Generale (DG) Concorrenza, il Tribunale e la Corte di Giustizia dell'Unione Europea. Al fianco di tali organi, sulla base di un sistema

²⁰ CLARICH M., DI PORTO F., GHIDINI G., MARCHETTI P.; *Concorrenza e Mercato. Antitrust, Regulation, Consumer Welfare, Intellectual Property*. Giuffrè Editore, Milano, 2012, pp. 571-573

²¹ WHISH R., BAILEY D.; *Competition law, Nona edizione*. Oxford, 2018, pp. 51-52

decentrato, il cosiddetto *European Competition Network* è completato dall'attività di collaborazione e coordinamento svolta dalle autorità nazionali garanti della concorrenza e dagli organi giurisdizionali nazionali²². Più nello specifico, in relazione alle autorità garanti nazionali, l'originaria competenza esclusiva della Commissione delle Comunità Europee nell'applicazione del diritto antitrust e il conseguente sistema centralizzato, hanno progressivamente ceduto il passo all'applicazione decentrata della normativa comunitaria, salve le ipotesi in cui sia la stessa Commissione a ritenere di doversi occupare personalmente del caso (*principio di sussidiarietà*)²³.

Inoltre, il diritto della concorrenza all'interno dell'Unione Europea si basa su un modello che, da un lato, prevede la tutela dell'interesse pubblico al mantenimento di un mercato competitivo, affidata principalmente alla Commissione Europea e alle autorità garanti nazionali, dall'altro lato, include la tutela delle situazioni soggettive dei privati, affidata alle giurisdizioni nazionali. Al riguardo, gli articoli 101 e 102 TFUE producono degli effetti diretti all'interno degli Stati Membri, in forza dei quali i singoli consociati hanno la possibilità di invocare la violazione in sede di giudizio di fronte ai giudici nazionali. Ciò comporta l'instaurazione di un modello che, al pari di quello statunitense, non abbraccia solo l'azione pubblica (*public enforcement*), ma anche quella privata (*private enforcement*). In particolar modo, quest'ultima è stata consolidata dalla direttiva 2014/104/UE, relativa al *danno antitrust*, ossia alla possibilità di

²² SALVILI.; *La concorrenza nell'UE*. In unife.it, 2018, pp. 2-3

²³ Art. 11, 6° comma, reg. Ce 1/2003: “L'avvio di un procedimento da parte della Commissione per l'adozione di una decisione ai sensi del capitolo III priva le autorità garanti della concorrenza degli Stati membri della competenza ad applicare gli articoli 81 e 82 del trattato. Qualora un'autorità garante della concorrenza di uno Stato membro stia già svolgendo un procedimento, la Commissione avvia il procedimento unicamente previa consultazione di quest'ultima.”

ottenere il risarcimento del danno causato da una violazione del diritto della concorrenza²⁴.

2.2 Il rapporto con la disciplina italiana

All'interno del nostro ordinamento giuridico, la normativa moderna della concorrenza nasce in una fase avanzata della rivoluzione industriale e presenta dei nessi solo formali con l'epoca del corporativismo. La matrice ideologica di tale disciplina va individuata nel liberismo economico, ovvero in una visione della libertà di accesso al mercato e del regime di concorrenza come la migliore garanzia per il raggiungimento di livelli ottimali, sia in relazione alla qualità che in relazione ai prezzi dei prodotti. Tuttavia, dopo la concorrenza selvaggia sviluppatasi in un primo momento e la totale assenza di regole, si è iniziata a sentire l'esigenza di assoggettare i comportamenti concorrenziali ad una disciplina. Questo risultato è dovuto non solo all'esigenza di tutelare la posizione già acquisita sul mercato dai primi forti nuclei imprenditoriali, ma anche all'esigenza di garantire che i consumatori, nella loro qualità di giudici per il successo delle imprese, potessero effettuare le proprie scelte in base a informazioni reali e non ingannevoli²⁵. Per queste ragioni al giorno d'oggi il legislatore, mediante una serie di previsioni innanzitutto di rilievo costituzionale, ha cercato di raggiungere la cosiddetta *concorrenza sostenibile*, ossia un punto di equilibrio tra il modello ideale di mercato e la realtà concorrenziale di fatto²⁶.

La Costituzione, al terzo comma dell'articolo 41, consente di limitare la concorrenza per il raggiungimento di fini sociali e

²⁴ MONTANARI A.; *Il danno antitrust*. CEDAM, Padova, 2020 pp. 1-5

²⁵ DI CATALDO V., VANZETTI A.; *Manuale di diritto industriale*, Ottava edizione. Giuffrè Editore, Milano, 2018, pag. 3

²⁶ CAMPOBASSO G. F.; *Diritto Commerciale 1. Diritto dell'Impresa*, Settima edizione. UTET, Milano, 2017, pag. 221

contestualmente all'articolo 43 riconosce la creazione di monopoli legali in determinati settori di interesse pubblico ritenuti fondamentali all'interno dell'ordinamento. In tali ipotesi, per tutelare servizi pubblici essenziali di particolare importanza, per contrastare situazioni di monopolio privato, verificatesi o probabili ovvero per tutelare esigenze di approvvigionamento energetico, tali settori possono essere garantiti a soggetti pubblici nella qualità di imprese pubbliche, ossia partecipate in tutto o in parte dallo Stato²⁷. A livello di fonti primarie invece, il legislatore prevede innanzitutto diverse categorie di divieti di concorrenza: limitazioni di diritto pubblico, limiti di concorrenza per alcuni contratti, al fine di garantire il corretto svolgimento del rapporto economico tra le parti e anche limitazioni negoziali della concorrenza, subordinate al rispetto di condizioni volte a contrastare una totale rinuncia all'iniziativa economica privata. In tema di concorrenza sleale invece, il Codice Civile al suo interno disciplina analiticamente il corretto e ordinato svolgimento dell'economia di mercato, volto a contrastare tutti gli atti sleali in grado di alterare il regime concorrenziale. Un discorso in parte diverso va fatto in relazione alla disciplina antimonopolistica, infatti il nostro ordinamento giuridico è stato connotato per molto tempo da una grave lacuna normativa, colmata in un secondo momento dalla L. 287/1990 relativa alla tutela della concorrenza e del mercato²⁸. Tale mancanza, assente negli altri Stati ad economia industriale avanzata, a partire dagli anni '50 è stata colmata in parte dal diritto antitrust contenuto nei Trattati istitutivi della Comunità Economica Europea. Tuttavia, tale disciplina permetteva di colpire esclusivamente le pratiche anticoncorrenziali dirette a inficiare

²⁷ CERULLI IRELLI V.; *L'impresa pubblica nella Costituzione economica italiana*. In people.unica.it, 2014, pp. 3-6

²⁸ CAMPOBASSO G. F.; *Diritto Commerciale 1. Diritto dell'Impresa, Settima edizione*. UTET, Milano, 2017, pp. 221-222

il mercato comune europeo, ma non comprendeva il mercato italiano. Al giorno d'oggi, la regolamentazione generale a tutela della concorrenza e in materia antimonopolistica si affianca, oltre che a quella comunitaria, anche alla normativa nazionale relativa ai settori dell'editoria e radiotelevisivo²⁹.

Attualmente, i fenomeni dannosi per la concorrenza nel mercato disciplinati dal legislatore nazionale, ossia le intese, gli abusi di posizione dominante e le concentrazioni, coincidono perfettamente con quelli regolati in ambito comunitario. Ciò comporta il carattere residuale della normativa interna, che diviene applicabile nelle sole ipotesi in cui le pratiche anticoncorrenziali colpiscano esclusivamente il mercato locale e non anche quello interno comunitario. In tutti gli altri casi, nel rispetto del *principio della barriera unica*, troverà applicazione il diritto antitrust dell'Unione Europea³⁰.

3 Le limitazioni della concorrenza

Sotto una prospettiva strettamente economica, la concorrenza è lo strumento migliore per contrastare la nascita e la crescita di monopoli ed oligopoli, garantendo il libero sviluppo e il consolidamento dei rapporti commerciali all'interno del mercato. Tuttavia, in alcuni casi, l'analisi politica della concorrenza comporta un necessario intervento limitativo dello Stato, dovuto in particolar modo alla forte incidenza dell'economia nello sviluppo del Paese. Infatti, per garantire che il mercato sia libero e competitivo, in alcune circostanze è necessario che

²⁹ CAMPOBASSO G. F.; *Diritto Commerciale 1. Diritto dell'Impresa, Settima edizione*. UTET, Milano, 2017, pp. 221-222

³⁰ CAMPOBASSO G. F.; *Diritto Commerciale 1. Diritto dell'Impresa, Settima edizione*. UTET, Milano, 2017, pp. 223-224. Sul punto anche TROIANI U.; *La regolamentazione della concorrenza tra regole per le imprese e gli interessi dei consumatori*. In tb.camcom.gov.it, 2005, pp. 2-5

lo Stato effettui degli interventi legislativi volti al mantenimento di un equilibrio tra le imprese e gli acquirenti, mediante la regolazione di alcune dinamiche naturali generatesi all'interno del mercato stesso. In questo modo, il legislatore permette, in primo luogo, una tutela economica contro il fenomeno anticoncorrenziale, volta a contrastare innanzitutto monopoli dovuti ad accordi tra imprese, abuso di posizioni dominanti sul mercato o ad eccessive concentrazioni e, in secondo luogo, assicura una tutela politica volta a regolare e limitare la concorrenza laddove necessario; in questa seconda ipotesi l'obiettivo principale è quello di tutelare, al fianco delle imprese, anche i consumatori che operano all'interno del mercato nella qualità di destinatari dei beni e servizi offerti, nonché quello di contrastare la disomogeneità nella distribuzione geografica delle imprese, che in alcuni casi caratterizza il mercato nazionale³¹.

Le limitazioni della concorrenza trovano fondamento innanzitutto all'interno dell'articolo 41 della Costituzione, il quale al primo comma sancisce la libera iniziativa economica privata, confermando un ordinamento giuridico basato sul principio dell'economia di mercato in opposizione a sistemi di produzione collettiva. Tale articolo è espressione del superamento dell'organizzazione corporativa dell'attività produttiva, propria del regime fascista e del passaggio da un'economia chiusa ad un'economia aperta. I commi successivi al primo recitano: *“Non può svolgersi in contrasto con l'utilità sociale o in modo da recare danno alla sicurezza, alla libertà, alla dignità umana. La legge determina i programmi e i controlli opportuni perché l'attività economica pubblica e privata possa essere indirizzata e coordinata a fini sociali”*. Dunque, dopo aver

³¹ TROIANI U.; *La regolamentazione della concorrenza tra regole per le imprese e gli interessi dei consumatori*. In tb.camcom.gov.it, 2005, pag. 1

stabilito al secondo comma la possibilità di limitare la concorrenza per il raggiungimento di fini sociali, il terzo comma attribuisce tale facoltà al legislatore, attraverso una riserva di legge. Questi ultimi due commi dell'articolo 41 confermano l'individuazione da parte del legislatore di un ampio principio della concorrenza, intesa non soltanto come una disciplina strettamente economica e formale diretta a contrastare monopoli ed oligopoli, ma anche come uno strumento di tutela sostanziale di tutti i soggetti, anche diversi dalle imprese, che operano all'interno del mercato. Dunque, la libera iniziativa economica privata non è solo uno strumento di tutela dell'interesse del singolo individuo, ma è anche un mezzo di tutela dell'interesse generale ed individua nei consumatori, destinatari dell'attività economica, un termine di confronto con gli imprenditori all'interno del mercato. In questo modo, l'utilità sociale richiamata all'interno della Costituzione diviene libertà, sicurezza, dignità umana e le limitazioni uno strumento volto a garantirne il rispetto, abbracciando tutti gli aspetti legati all'attività economica di produzione e scambio di beni e servizi³².

In linea con il dettato costituzionale, la disciplina di rango primario è contenuta nel Codice Civile dall'articolo 2595 all'articolo 2597, nonché in altre norme collegate all'interno del codice stesso. Sono tre le principali categorie individuate dal legislatore: le limitazioni di natura pubblicistica, le limitazioni di natura legale e le limitazioni

³² TROIANI U.; *La regolamentazione della concorrenza tra regole per le imprese e gli interessi dei consumatori*. In tb.camcom.gov.it, 2005, pag. 5: "Quindi l'art. 41 della Costituzione stabilisce in primo luogo sia la preferenza per un regime concorrenziale delle imprese, sia il necessario raccordo di questo con le preferenze dei consumatori, individuandoli come aspetti dello stesso fenomeno. In secondo luogo stabilisce il principio di un mercato non più inteso come luogo esclusivamente economico (libero incontro di domanda ed offerta) ma come regime normativo delle relazioni di scambio, dove sussiste la necessità di un governo dei comportamenti e quindi della individuazione di un principio unificante, vale a dire quello della regolazione".

convenzionali della concorrenza³³. Più nello specifico, l'articolo 2595 c.c. legittima le prime due categorie di limitazioni; infatti, i limiti legali richiamati dal legislatore ricomprendono, sia norme di diritto pubblico dirette a tutelare gli interessi generali dei consociati, sia norme di diritto privato volte a tutelare esclusivamente i diritti soggettivi dei privati³⁴. Le limitazioni convenzionali, invece, sono richiamate e disciplinate all'articolo 2596 c.c.³⁵.

3.1 Limitazioni pubblicistiche

In linea con il dettato costituzionale, vi è un'ampia normativa di diritto pubblico che determina, direttamente ed indirettamente, diverse limitazioni pubblicistiche della concorrenza. Quest'ultime rientrano all'interno dell'articolo 2595 del Codice Civile, al pari dei divieti legali posti a tutela di interessi patrimoniali e privati³⁶. Tale articolo recita: *“La concorrenza deve svolgersi in modo da non ledere gli interessi dell'economia nazionale e nei limiti stabiliti dalla legge”*; la prima parte della norma, in cui vengono richiamati gli interessi dell'economia nazionale, è giustificata dal periodo storico in cui venne adottato il codice, ovvero il 1942, anno in cui vigeva ancora l'ordinamento corporativo; la seconda parte invece, al pari di quanto stabilito al terzo comma dell'articolo 41 della Costituzione, sancisce la riserva di legge secondo la quale solo il legislatore ordinario ha la facoltà di limitare la

³³ CAMPOBASSO G. F.; *Diritto Commerciale 1. Diritto dell'Impresa, Settima edizione*. UTET, Milano, 2017, pp. 235-239

³⁴ CENDON P.; *Commentario al Codice Civile*. Giuffrè Editore, Milano, 2009, pag. 2

³⁵ Art. 2596 c.c.: *“Il patto che limita la concorrenza deve essere provato per iscritto. Esso è valido se circoscritto ad una determinata zona o ad una determinata attività, e non può eccedere la durata di cinque anni. Se la durata del patto non è determinata o è stabilita per un periodo superiore a cinque anni, il patto è valido per la durata di un quinquennio.”*

³⁶ CAMPOBASSO G. F.; *Diritto Commerciale 1. Diritto dell'Impresa, Settima edizione*. UTET, Milano, 2017, pag. 235

concorrenza. Al giorno d'oggi, con la fine del corporativismo e l'avvento di una società ad economia mista, l'unico limite alla libera concorrenza è rappresentato dalla legge, strumento attraverso cui il legislatore valuta anche eventuali interessi economici su scala nazionale³⁷. Dunque, l'articolo 2595 c.c. rinvia ad altre norme di legge, tra cui innanzitutto la L. 287/1990 in materia di tutela della concorrenza³⁸.

Tra gli interventi principali del legislatore, un ruolo centrale è svolto dall'articolo 2084 c.c., secondo il quale: *“La legge determina le categorie d'impresa il cui esercizio è subordinato a concessione o autorizzazione amministrativa. Le altre condizioni per l'esercizio delle diverse categorie d'impresa sono stabilite dalla legge”*. In questo modo il legislatore limita l'accesso al mercato di alcune imprese, subordinandolo ad un previo controllo delle rispondenti autorità amministrative indipendenti; ad esempio, ciò avviene con le imprese assicurative, le emittenti radiotelevisive private e le imprese bancarie. Inoltre, lo stesso settore bancario e creditizio è caratterizzato da ampi poteri di direzione e controllo dell'attività, attribuiti alla Pubblica Amministrazione; tali attività di indirizzo e vigilanza sono svolte, nei confronti degli organi di governo del credito, principalmente dal Comitato Interministeriale per il Credito ed il Risparmio e dalla Banca d'Italia. Un ulteriore esempio importante di limitazione pubblicistica della concorrenza riguarda l'attività di controllo pubblico dei prezzi di vendita; quest'ultima è svolta dal Comitato Interministeriale Prezzi (CIP), che nelle ipotesi di beni e servizi strategici può anche

³⁷ SABETTA S. B.; *Tutela dell'azienda nel campo della concorrenza*. In diritto.it, 2020, pag. 1

³⁸ CENDON P.; *Commentario al Codice Civile*. Giuffrè Editore, Milano, 2009, pag. 1

determinare prezzi di imperio, come avviene per medicinali, giornali e servizi pubblici essenziali³⁹.

La tutela dell'interesse generale può comportare anche l'integrale limitazione della libertà di iniziativa economica privata, tramite la creazione di monopoli pubblici volti a perseguire finalità di natura fiscale o di utilità sociale⁴⁰. Il monopolio legale con finalità sociale è disciplinato principalmente all'interno dell'articolo 43 della Costituzione, che consente al legislatore di attribuire allo Stato, ad un altro ente pubblico o ad un privato su concessione dello Stato, l'esercizio esclusivo di attività relative a servizi pubblici essenziali, fonti di energia o situazioni di monopolio di interesse generale; ciò può avvenire sia attraverso una riserva originaria, che mediante un'espropriazione con indennizzo e in questo secondo caso il legislatore determina la trasformazione di un monopolio di fatto⁴¹ in monopolio legale⁴². Dunque, la Costituzione pone diversi limiti, sia formali che sostanziali, alla creazione di monopoli pubblici; infatti, oltre alla predeterminazione tassativa dei settori coinvolti, è necessario che tali monopoli siano disposti con legge ordinaria e perseguano fini di utilità generale nota⁴³. Al giorno d'oggi, i monopoli legali tendono a diminuire

³⁹ CAMPOBASSO G. F.; *Diritto Commerciale 1. Diritto dell'Impresa, Settima edizione*. UTET, Milano, 2017, pag. 235. Sul punto anche ZEPILLI V.; *Limitazioni della concorrenza*. In studiocataldi.it, pp. 1-4

⁴⁰ SABETTA S. B.; *Tutela dell'azienda nel campo della concorrenza*. In diritto.it, 2020, pag. 2

⁴¹ Il monopolio di fatto è un risultato naturale in cui una sola impresa arriva a controllare l'intera offerta di un prodotto all'interno del mercato, tramite concentrazioni o intese anticoncorrenziali. Dunque, si tratta di un traguardo che viene raggiunto autonomamente, attraverso la cooperazione delle imprese, senza l'intervento del legislatore e per questo motivo di più difficile realizzazione.

⁴² Art. 43 Cost.: "*Ai fini di utilità generale la legge può riservare originariamente o trasferire, mediante espropriazione e salvo indennizzo, allo Stato, ad enti pubblici o a comunità di lavoratori o di utenti determinate imprese o categorie di imprese, che si riferiscano a servizi pubblici essenziali o a fonti di energia o a situazioni di monopolio ed abbiano carattere di preminente interesse generale.*"

⁴³ CAMPOBASSO G. F.; *Diritto Commerciale 1. Diritto dell'Impresa, Settima edizione*. UTET, Milano, 2017, pag. 236

per via del loro contrasto con la normativa antimonopolistica comunitaria⁴⁴, nonché con quella nazionale contenuta nella L. 287/1990. Nonostante ciò, alcuni monopoli pubblici, soprattutto di natura fiscale, continuano a sopravvivere con lo scopo garantire entrate allo stato; un esempio tipico di monopoli fiscali sono quello dei tabacchi e delle lotterie nazionali⁴⁵.

3.1.1 Obbligo di contrarre del monopolista

Quando una determinata attività di impresa è riservata per legge allo Stato, ad un altro ente pubblico o ad un imprenditore privato, non trova applicazione la disciplina di cui alla L. 287/1990, ma l'art. 2597 c.c., ai sensi del quale: *“Chi esercita un'impresa in condizione di monopolio legale ha l'obbligo di contrattare con chiunque richieda le prestazioni che formano oggetto dell'impresa, osservando la parità di trattamento”*. Tale articolo presenta un duplice contenuto: da un lato obbliga l'imprenditore nella posizione di monopolio legale a contrarre con chiunque chieda la prestazione oggetto della sua attività e dall'altro lato lo obbliga a rispettare la parità di trattamento fra i diversi richiedenti. Inoltre, il carattere eccezionale della disciplina in questione non la rende applicabile per analogia alle altre fattispecie, ma solo a quelle di monopolio legale; tuttavia, l'art. 43 della Costituzione riconosce al legislatore la facoltà di trasformare monopoli di fatto in monopoli legali, estendendo anche a questi la relativa disciplina di cui all'art. 2597 c.c..

⁴⁴ Art. 106, par. 1 TFUE: *“Gli Stati membri non emanano né mantengono, nei confronti delle imprese pubbliche e delle imprese cui riconoscono diritti speciali o esclusivi, alcuna misura contraria alle norme dei trattati, specialmente a quelle contemplate dagli articoli 18 e da 101 a 109 inclusi.”*

⁴⁵ CAMPOBASSO G. F.; *Diritto Commerciale 1. Diritto dell'Impresa, Settima edizione*. UTET, Milano, 2017, pag. 236

L'art. 2597 c.c. fa riferimento alla fase di stipulazione del contratto e sancisce una deroga all'autonomia negoziale, nonché alla libertà di scelta della controparte contrattuale⁴⁶. Lo scopo di questa limitazione va individuato nella posizione monopolistica accordata dal legislatore e nella natura dei prodotti offerti, i quali abbracciano bisogni essenziali o comunque primari della vita; ciò comporta che l'assenza di questa regolamentazione speciale determinerebbe un'inevitabile violazione del diritto dei consumatori con un conseguente danno per questi ultimi. Dunque, al pari di quanto riportato nella *Relazione al Codice*, la ratio dell'articolo 2597 c.c. va individuata nella "*difesa del consumatore come necessario temperamento della soppressione della concorrenza*"⁴⁷.

L'articolo 2597 c.c. prevede una disciplina in gran parte coincidente con quella contenuta all'interno dell'articolo 1679 c.c. in materia di pubblici servizi di linea; ciò consente di integrare la normativa succintamente prevista dal legislatore in tema di monopolio legale attraverso l'interpretazione delle regole stabilite per chi eserciti, in regime di concessione amministrativa, pubblici servizi di linea per il trasporto di persone o cose⁴⁸. Al riguardo, la differenza principale da tenere a mente nell'interpretazione analogica delle due norme consiste nell'assenza di esclusività per la concessione prevista dall'articolo 1679 c.c.. Alla luce di questa diversità, la ratio delle due norme non coincide perfettamente, in quanto il contenuto dell'articolo 2597 c.c. è

⁴⁶ CENDON P.; *Commentario al Codice Civile*. Giuffrè Editore, Milano, 2009, pag. 17

⁴⁷ OSTI C., PARDOLESI R.; *La Concorrenza nel Codice Civile*. In law-economics.net, 2004, pag. 13. Sul punto anche GHIROTTI E., CENDON P.; *Il patto di non concorrenza nei contratti commerciali*. Giuffrè Editore, Milano, 2008, pp. 42-45

⁴⁸ ROTONDO L.; *Monopolio legale e abuso di posizione dominante*. In diritto.it, 2004, pag. 5

giustificato dall'esclusività, mentre il comando dell'articolo 1679 c.c. è conseguenza della natura pubblica del bene o servizio offerto⁴⁹.

In relazione all'obbligo di contrarre del monopolista assumono rilievo i primi due commi dell'art. 1679 c.c., secondo i quali: *“Coloro che per concessione amministrativa esercitano servizi di linea per il trasporto di persone o di cose sono obbligati ad accettare le richieste di trasporto che siano compatibili con i mezzi ordinari dell'impresa, secondo le condizioni generali stabilite o autorizzate nell'atto di concessione e rese note al pubblico. I trasporti devono eseguirsi secondo l'ordine delle richieste; in caso di più richieste simultanee, deve essere preferita quella di percorso maggiore”*. Di conseguenza, l'obbligo di contrarre del monopolista e il relativo diritto soggettivo del cliente, sussistono esclusivamente nei casi in cui le richieste siano compatibili con i mezzi ordinari dell'impresa. Non solo, le richieste devono essere soddisfatte in ordine cronologico e nel caso in cui dovessero essere presentate contemporaneamente più richieste, con la conseguente impossibilità di soddisfarle per intero, il monopolista dovrà ripartire proporzionalmente la quantità disponibile tra i vari clienti; infatti, la dottrina maggioritaria ritiene che il contenuto del secondo comma dell'articolo 1679 c.c., secondo il quale deve essere preferita la richiesta di percorso maggiore, sia legato alle particolari caratteristiche delle imprese di trasporto e in quanto tale non applicabile per analogia⁵⁰.

Infine, la parità di trattamento garantita dal monopolista può essere interpretata analogicamente alla luce degli ultimi due commi dell'articolo 1679 c.c., secondo i quali: *“Se le condizioni generali*

⁴⁹ OSTI C., PARDOLESI R.; *La Concorrenza nel Codice Civile*. In law-economics.net, 2004, pag. 14

⁵⁰ CAMPOBASSO G. F.; *Diritto Commerciale 1. Diritto dell'Impresa, Settima edizione*. UTET, Milano, 2017, pag. 237

ammettono speciali concessioni, il vettore è obbligato ad applicarle a parità di condizioni a chiunque ne faccia richiesta. Salve le speciali concessioni ammesse dalle condizioni generali, qualunque deroga alle medesime è nulla, e alla clausola difforme è sostituita la norma delle condizioni generali.” Dunque, a tutela dei consumatori, sul monopolista grava il dovere di predeterminare e pubblicare le condizioni contrattuali, che generalmente sono stabilite in gran parte dal legislatore o subordinate a previa approvazione amministrativa; inoltre, tali condizioni devono essere applicate nei confronti di tutti i clienti che richiedano la prestazione. Tuttavia, la parità di trattamento non determina un’applicazione uguale delle condizioni contrattuali a tutti i clienti; infatti, il monopolista può prevedere delle condizioni e dei prezzi diversi, purché garantisca lo stesso trattamento a tutti i consumatori che si trovano nella medesima posizione (*principio di uguaglianza sostanziale* ai sensi dell’art. 3, comma 2, della Costituzione). Tutte le altre deroghe alle condizioni generali del contratto sono nulle e vengono automaticamente sostituite ex lege da quella generale⁵¹.

3.2 Limitazioni legali

Al fianco delle limitazioni pubblicistiche, rientra all’interno dell’articolo 2595 c.c. anche la categoria dei divieti legali di concorrenza, posti a tutela di soggetti privati; al riguardo si parla anche di “limitazioni civilistiche”. Quest’ultime sono indicate dal legislatore all’interno di svariate norme del Codice Civile, che individuano in capo a determinati soggetti l’obbligo di astenersi dallo svolgere attività in

⁵¹ CAMPOBASSO G. F.; *Diritto Commerciale I. Diritto dell’Impresa, Settima edizione*. UTET, Milano, 2017, pag. 238. Sul punto anche CARBONE P. L.; *Il contratto del monopolista. Contributo in chiave comparata alla teoria del contratto nell’era delle «conoscenze»*. Giuffrè Editore, Milano, 2011

concorrenza alla controparte contrattuale per un determinato e limitato periodo di tempo. Infatti, nonostante il nostro ordinamento sia orientato verso la libera concorrenza, il legislatore impone ad alcuni privati il dovere di astenersi dallo svolgere un'attività concorrenziale in tutti i casi in cui un soggetto sia in grado di sfruttare a proprio vantaggio un rapporto contrattuale o sia legato alla controparte da un vincolo di fedeltà, lealtà o protezione. Più nello specifico, in alcuni casi la limitazione è volta ad evitare che un atto concorrenziale intacchi la morale e i principi di correttezza professionale, mentre in altre situazioni i divieti derivano da esigenze legate alla funzione economica del contratto, la cui realizzazione viene resa possibile dalla limitazione della concorrenza tra le parti⁵².

Generalmente, le limitazioni legali di carattere privato riguardano i rapporti di collaborazione economica, volti a perdurare nel tempo. La conseguenza principale è che nella maggior parte dei casi la durata dei divieti coincide con la durata del rapporto contrattuale e la loro portata si modella in base all'attività imprenditoriale esercitata dall'avente diritto. Inoltre, poiché si tratta di divieti posti a tutela di interessi privati, le relative norme presentano un carattere dispositivo; ciò significa che i divieti legali di concorrenza operano anche in assenza di una pattuizione espressa, ma possono essere convenzionalmente derogati dalle parti, a meno che non sia diversamente previsto dalla legge⁵³. Controversa, invece, è la possibilità di procedere con un'applicazione analogica delle limitazioni legali a fattispecie diverse

⁵² ABRIANI N., FERRI G., GUIZZI G., NOTARI M., STELLA RICHTER M., TOFFOLETTO A.; *Diritto delle imprese, Seconda edizione*. Giuffrè Francis Lefebvre, Milano, 2020, pag. 125

⁵³ CAMPOBASSO G. F.; *Diritto Commerciale 1. Diritto dell'Impresa, Settima edizione*. UTET, Milano, 2017, pag. 239

da quelle regolate dal legislatore, tuttavia l'orientamento maggioritario tende a dare una risposta positiva⁵⁴.

Un primo limite legale della concorrenza è posto dall'articolo 2557 c.c., rubricato "*Divieto di concorrenza*". Attraverso questa norma il legislatore enuncia il principio di effettività della cessione dell'azienda. Il punto fondamentale della disciplina consiste nel divieto per l'alienante di fare concorrenza all'acquirente, in quanto il subentro dell'acquirente nell'azienda sarebbe inevitabilmente ostacolato e reso eccessivamente oneroso se contestualmente l'alienante potesse continuare a disporre, per i propri scopi economici, delle conoscenze acquisite durante l'esercizio dell'azienda oggetto di cessione. Dunque, alla luce della pericolosità della condotta dell'alienante, il legislatore vieta a quest'ultimo di competere con l'acquirente. Tuttavia, parte della dottrina tende a ridimensionare la portata della norma in questione, poiché ritiene che quest'ultima sia semplicemente dichiarativa dell'effetto naturale del negozio traslativo⁵⁵. Più nel dettaglio, il primo comma stabilisce che: "*Chi aliena l'azienda deve astenersi, per il periodo di cinque anni dal trasferimento, dall'iniziare una nuova impresa che per l'oggetto, l'ubicazione o altre circostanze sia idonea a sviare la clientela dell'azienda ceduta*". Dunque, il legislatore delinea il limite legale di concorrenza quale effetto naturale del contratto di cessione di azienda, con la conseguente efficacia del divieto anche nelle ipotesi in cui le parti non l'abbiano espressamente previsto. Inoltre, in questo caso il legislatore ha specificamente definito il concetto di concorrenza, limitandola alle ipotesi in cui l'alienante sia in grado di

⁵⁴ ABRIANI N., FERRI G., GUIZZI G., NOTARI M., STELLA RICHTER M., TOFFOLETTO A.; *Diritto delle imprese, Seconda edizione*. Giuffrè Francis Lefebvre, Milano, 2020, pag. 126

⁵⁵ CENDON P.; *Commentario al Codice Civile*. Giuffrè Editore, Milano, 2010, pp. 47-48

sviare la clientela dell'azienda ceduta⁵⁶. Nei commi successivi al primo, il legislatore riconosce alle parti del contratto anche la possibilità di introdurre un patto volontario di non concorrenza, ovvero di restringere convenzionalmente o addirittura escludere del tutto la portata del divieto di concorrenza. Inoltre, l'oggetto di tale divieto viene limitato dal legislatore all'idoneità della nuova attività di impresa dell'alienante a sviare la clientela ceduta; tuttavia, entro il termine di cinque anni dal trasferimento dell'azienda, la norma consente alle parti di ampliare il contenuto del patto di astensione dalla concorrenza, in termini di spazio o specie di commercio, purché non si impedisca all'alienante lo svolgimento di una qualsiasi attività professionale. Infine, la stessa disciplina si applica alle ipotesi in cui, in seguito alla cessazione dell'affitto o dell'usufrutto, l'azienda ritorni al precedente titolare; in questi casi la violazione del divieto comporta la responsabilità contrattuale in capo al titolare dell'azienda e lo obbliga al risarcimento del danno⁵⁷.

Nel corso del tempo, l'elaborazione giurisprudenziale ha esteso l'ambito di applicazione dell'articolo 2557 c.c. anche a fattispecie diverse dalla semplice cessione di azienda, comportando un notevole ampliamento della sua applicazione pratica rispetto al testo legislativo⁵⁸; un esempio si ha nelle ipotesi di cessione di quote o di fallimento, tuttavia al giorno d'oggi la giurisprudenza sembra aver sviluppato un orientamento negativo in relazione alla possibilità di applicare analogicamente tale disciplina alla semplice cessione di quota

⁵⁶ CONCAS A.; *Il divieto di concorrenza, definizione e caratteri*. In *diritto.it*, 2015, pp. 1-2. Sul punto anche CENDON P.; *Commentario al Codice Civile*. Giuffrè Editore, Milano, 2010, pag. 48

⁵⁷ ABRIANI N., FERRI G., GUIZZI G., NOTARI M., STELLA RICHTER M., TOFFOLETTO A.; *Diritto delle imprese, Seconda edizione*. Giuffrè Francis Lefebvre, Milano, 2020, pag. 126

⁵⁸ CENDON P.; *Commentario al Codice Civile*. Giuffrè Editore, Milano, 2010, pag. 48

sociale, in quanto la società e la persona fisica cedente rimangono due soggetti di diritto distinti l'uno dall'altro⁵⁹.

Un altro esempio di divieto legale di concorrenza riguarda l'obbligo di fedeltà del lavoratore subordinato, disciplinato dal legislatore all'interno dell'articolo 2105 c.c.. Tale articolo recita: *“Il prestatore di lavoro non deve trattare affari, per conto proprio o di terzi, in concorrenza con l'imprenditore, né divulgare notizie attinenti all'organizzazione e ai metodi di produzione dell'impresa, o farne uso in modo da poter recare ad essa pregiudizio.”* Dunque, l'obbligo che grava in capo al lavoratore subordinato assume una duplice natura: da un lato, non deve trattare affari, per conto proprio o di terzi, in concorrenza con l'impresa e dall'altro non deve divulgare notizie relative all'organizzazione e ai metodi di produzione dell'impresa o di farne un uso pregiudizievole. Il primo divieto abbraccia sia una vera e propria attività di impresa autonoma e parallela a quella oggetto del rapporto di lavoro subordinato, sia singoli atti di impresa o singoli affari; inoltre, tale divieto trova applicazione anche nelle ipotesi in cui il lavoratore subordinato svolga il ruolo di amministratore o socio di controllo di società di persone o di capitali, in grado di influenzare la gestione della società stessa. Il secondo divieto, invece, comprende tutte le informazioni rilevanti per gli interessi produttivi o commerciali del datore di lavoro, anche nei casi in cui non siano segrete, ovvero protette da una qualsiasi forma di particolare riservatezza. In tutte le ipotesi in cui il lavoratore subordinato violi tali divieti in materia di concorrenza, è tenuto al risarcimento del danno nei confronti del datore di lavoro a titolo di responsabilità aquiliana⁶⁰.

⁵⁹ CONCAS A.; *Il divieto di concorrenza, definizione e caratteri*. In *diritto.it*, 2015, pag. 2

⁶⁰ ABRIANI N., FERRI G., GUIZZI G., NOTARI M., STELLA RICHTER M., TOFFOLETTO A.; *Diritto delle imprese, Seconda edizione*. Giuffrè Francis Lefebvre, Milano, 2020, pp. 126-127

Sono diverse le ulteriori norme contenute all'interno del Codice Civile in materia di divieti legali di concorrenza, come ad esempio il divieto di esercitare, direttamente o indirettamente, un'attività concorrente con quella della società, posto in capo ai soci illimitatamente responsabili delle società di persone e agli amministratori di società di capitali e società cooperative; la relativa regolamentazione è contenuta all'interno degli articoli 2301, 2318, 2390, 2519 c.c.. Ancora, rientra all'interno della categoria in esame anche la disciplina di cui all'articolo 1743 c.c., relativo al diritto di esclusiva reciproca nel contratto di agenzia; in questo caso il legislatore stabilisce che né il preponente può incaricare più di un agente per la stessa zona e per lo stesso ramo di attività, né l'agente può accettare un incarico per la stessa zona da parte di più imprese in concorrenza tra di loro⁶¹.

3.3 Limitazioni convenzionali

La terza categoria, relativa alle limitazioni convenzionali della concorrenza, è disciplinata all'articolo 2596 c.c. e abbraccia, non ipotesi in cui è il legislatore a prevedere il divieto legale di concorrenza all'interno di rapporti contrattualistici, ma i casi in cui sono le parti stesse a prevedere convenzionalmente il *patto di non concorrenza*⁶². La norma recita: *“Il patto che limita la concorrenza deve essere provato per iscritto. Esso è valido se circoscritto ad una determinata zona o ad una determinata attività, e non può eccedere la durata di cinque anni. Se la durata del patto non è determinata o è stabilita per un periodo superiore a cinque anni, il patto è valido per la durata di un*

⁶¹ CAMPOBASSO G. F.; *Diritto Commerciale I. Diritto dell'Impresa, Settima edizione*. UTET, Milano, 2017, pag. 239

⁶² SABETTA S. B.; *Tutela dell'azienda nel campo della concorrenza*. In *diritto.it*, 2020, pag. 2

quinquennio”. Tale norma si riferisce esclusivamente ai patti limitativi della concorrenza e non anche gli accordi conclusi tra soggetti che non sono in concorrenza tra loro. La ratio dell’articolo 2596 c.c. consiste nel voler evitare un’eccessiva limitazione della libertà individuale nello svolgimento di un’attività economica e per questo motivo il legislatore fissa condizioni di validità ed efficacia del cosiddetto patto di non concorrenza, affinché sia garantita la piena tutela, da un lato, della libertà di iniziativa economica e dall’altro, dell’interesse collettivo; il risultato indiretto, che viene raggiunto in questo modo dal legislatore, consiste nella tutela del mercato nelle sue strutture oggettive⁶³. Di conseguenza, la norma è estranea alla finalità diretta di tutelare e garantire il mantenimento della struttura concorrenziale del mercato, impedendo la nascita di monopoli di fatto; ciò comporta che il rispetto delle condizioni contenute nell’articolo 2596 c.c. non è sufficiente a rendere valido un accordo limitativo della concorrenza in tutte le ipotesi in cui quest’ultimo violi la disciplina antimonopolistica comunitaria o nazionale, contenuta all’interno della L. numero 287/1990⁶⁴.

Questa terza categoria di limitazioni trova giustificazione nell’interessamento della normativa pubblicistica alle norme in tema di concorrenza contenute nel Codice Civile e nel periodo storico in cui è stato adottato il codice stesso, ovvero il periodo fascista. Infatti, l’ordinamento corporativistico assegnava all’iniziativa imprenditoriale del singolo un ruolo strumentale, non in quanto capace di dare vita e mantenere il mercato concorrenziale, caratterizzato dalla libertà di impresa, ma in quanto in grado di realizzare il risultato di efficiente produttività del Paese, essendo del tutto irrilevante la modalità con cui

⁶³ CENDON P.; *Commentario al Codice Civile*. Giuffrè Editore, Milano, 2009, pag. 7

⁶⁴ CAMPOBASSO G. F.; *Diritto Commerciale 1. Diritto dell’Impresa, Settima edizione*. UTET, Milano, 2017, pag. 240. Sul punto anche OSTI C., PARDOLESI R.; *La Concorrenza nel Codice Civile*. In law-economics.net, 2004, pp. 9-12

quest'ultima venisse raggiunta. Di conseguenza, l'articolo 2596 c.c. si inseriva in un contesto in cui la causa del patto di non concorrenza era lecita, non nei limiti in cui avesse la funzione di garantire l'assetto concorrenziale del mercato, ma nei limiti in cui ciò non impedisse al singolo di partecipare al processo produttivo. Dunque, le condizioni di validità ed efficacia del patto di concorrenza, individuate nella norma dal legislatore, non tutelavano l'interesse del singolo individuo contro un'eccessiva limitazione della propria libera iniziativa economica, ma tutelavano lo Stato contro una piena esclusione del singolo dalla produttività del paese⁶⁵.

Nel corso del tempo la giurisprudenza ha cambiato il proprio orientamento e ridefinito l'ambito di applicazione dell'articolo 2596 c.c., ritenendo al giorno d'oggi che quest'ultimo ricomprenda anche gli accordi verticali tra imprenditori commerciali che operano a livelli produttivi diversi. Tuttavia, in questo caso è necessario che l'imprenditore, obbligato ad astenersi dalla concorrenza, svolga l'attività economica nello stesso mercato rilevante in cui opera la controparte contrattuale e si rivolga alla medesima clientela, offrendo servizi che siano idonei a soddisfare la stessa esigenza alla base della domanda⁶⁶. Nonostante ciò, bisogna tenere in considerazione che non tutti gli accordi limitativi sono soggetti alla disciplina di cui all'articolo 2596 c.c., in quanto in alcuni casi quest'ultimo deve essere coordinato con ulteriori disposizioni che regolano specificamente determinati patti limitativi della concorrenza⁶⁷.

⁶⁵ GHIROTTI E., CENDON P.; *Il patto di non concorrenza nei contratti commerciali*. Giuffrè Editore, Milano, 2008, pp. 85-86

⁶⁶ CENDON P.; *Commentario al Codice Civile*. Giuffrè Editore, Milano, 2009, pag. 7

⁶⁷ CAMPOBASSO G. F.; *Diritto Commerciale 1. Diritto dell'Impresa, Settima edizione*. UTET, Milano, 2017, pag. 240

La violazione del patto di non concorrenza comporta la responsabilità contrattuale per inadempimento dell'obbligato; di conseguenza, in base alla disciplina contrattualistica, il rimedio giudiziale alla violazione dell'accordo deve essere esperito di fronte al giudice ordinario. Questo inquadramento della violazione del patto di non concorrenza porta la dottrina a ritenere sia che la controparte contrattuale abbia la possibilità di chiedere il risarcimento dei danni subiti, sia che possa essere esperita l'azione inibitoria di cui all'articolo 2599 c.c., in quanto tale azione non è legata esclusivamente alla disciplina della concorrenza sleale, ma rappresenta più in generale un rimedio tipico per l'inottemperanza di tutte le obbligazioni negative in materia di concorrenza⁶⁸.

I patti anticoncorrenziali si suddividono in due tipologie principali: i patti autonomi e i patti accessori. Il patto autonomo ha come oggetto e funzione esclusivi la restrizione della libertà concorrenziale. Tale restrizione può essere *unilaterale* o *reciproca*: nel primo caso il dovere di non concorrenza è posto in capo ad una sola delle parti, mentre nel secondo caso la limitazione abbraccia tutti gli imprenditori che prendono parte all'accordo. Questa seconda tipologia di accordi viene definita *cartello e/o intesa*⁶⁹ ed è ampiamente regolata dal legislatore, sia europeo che nazionale, nell'ambito della disciplina antitrust. Al giorno d'oggi è pacifico che tutti i contratti che prevedono restrizioni unilaterali rientrino all'interno dell'articolo 2596 c.c., al contrario vi sono diversi dubbi circa la possibilità di ricomprendervi anche tutti i contratti con restrizioni reciproche. Infatti, le finalità di un cartello o di un'intesa possono essere raggiunte anche mediante un

⁶⁸ GHIROTTI E., CENDON P.; *Il patto di non concorrenza nei contratti commerciali*. Giuffrè Editore, Milano, 2008, pp. 99-100

⁶⁹ Si tratta di due tipologie di accordo diverse l'una dall'altra: i cartelli comportano un'obbligazione di non fare (negativa), mentre le intese impongono un'obbligazione di fare (positiva).

contratto di consorzio, il quale ai sensi dell'art. 2602 c.c. consiste nella creazione di un'organizzazione comune fra più imprenditori “*per la disciplina o per lo svolgimento di determinate fasi delle rispettive imprese*” ed in base all'art. 2604 c.c., nel silenzio delle parti all'atto costitutivo, è soggetto ad un limite di durata pari a 10 anni (norma dispositiva)⁷⁰; dunque, da un lato vi è un contratto atipico e dall'altro un contratto tipico, che presenta una struttura e delle condizioni temporali incompatibili con la normativa di cui all'articolo 2596 c.c.. L'orientamento maggioritario tende a dare una risposta negativa e a ritenere che la disciplina del patto di non concorrenza trovi applicazione solo nelle ipotesi in cui le restrizioni reciproche non siano oggetto di un contratto di consorzio, infatti, l'articolo 2604 c.c., relativo alla durata del consorzio, non fa alcuna distinzione in base alla finalità specificamente perseguita dalle parti; di conseguenza, in base alla prevalenza della disciplina specifica su quella generale, è possibile affermare che le restrizioni reciproche della concorrenza possono essere sottratte al limite temporale di cinque anni⁷¹.

Il patto accessorio, invece, si comporta come clausola accessoria di un altro contratto con un oggetto diverso. Nonostante ciò, anche tali pattuizioni, al pari dei patti autonomi, possono prevedere sia restrizioni unilaterali che restrizioni reciproche; inoltre, possono essere stipulati sia fra imprenditori direttamente concorrenti che operano allo stesso

⁷⁰ Prima della riforma del 1976 (L. 377/1976), i consorzi tra imprenditori avevano la funzione di disciplinare lo svolgimento delle rispettive imprese e si identificavano nei cartelli, ovvero in pratiche oligopolistiche, restrittive della concorrenza. Dopo la riforma del 1976, la nozione di consorzio è stata ampliata: è stato consentito lo svolgimento di fasi delle imprese dei consorziati; la durata del consorzio è stata individuata in dieci anni solo se non è stabilita una data diversa; è stato previsto che i componenti del consorzio, anche se agiscono in suo nome, beneficino della responsabilità limitata; infine, il legislatore ha introdotto la società consortile, prevedendo che gli scopi tipici del consorzio possano essere perseguiti anche attraverso la forma della società commerciale.

⁷¹ CAMPOBASSO G. F.; *Diritto Commerciale 1. Diritto dell'Impresa, Settima edizione*. UTET, Milano, 2017, pp. 240-241

livello e in questo caso si parla di *restrizioni orizzontali*, sia fra imprenditori non direttamente concorrenti che operano a livelli diversi e in questo caso si parla di *restrizioni verticali*. I patti accessori si distinguono in tipici ed atipici e al pari di quanto avviene per i patti autonomi con restrizioni reciproche, in via di principio la disciplina di cui all'articolo 2596 c.c. è applicabile solo ai patti atipici; tuttavia, in questo caso è necessario distinguere tra patti atipici non funzionali al contratto cui accedono e patti di esclusiva inseriti in contratti di collaborazione economica, diversi da quelli tipici. Nel primo caso trova piena applicazione il limite temporale pari a cinque anni di cui all'articolo 2596 c.c., mentre nel secondo caso il patto avrà una durata valida pari a tutta la vita del contratto principale⁷². In quest'ottica, si può affermare che sia possibile inserire all'interno di alcuni contratti delle clausole pattizie limitative della concorrenza per un periodo superiore a cinque anni, seppur non in modo incondizionato; ad esempio, nelle ipotesi di restrizioni unilaterali, per evitare un'eccessiva alterazione del rapporto sinallagmatico, è necessario indicare specificamente le ragioni per le quali l'astensione dalla concorrenza di una delle due parti del contratto risulti fondamentale per l'economia complessiva del rapporto stesso⁷³. Al contrario, alcuni esempi di patti tipici, che formano oggetto di specifica disciplina legislativa, si hanno rispettivamente all'interno degli articoli 2125 e 1751-bis c.c.. Il primo è volto a limitare l'attività del lavoratore subordinato per il periodo di tre anni successivo alla cessazione del contratto, salve le ipotesi in cui il lavoratore sia un dirigente, poiché in questo caso il periodo può essere prorogato fino a cinque anni; tuttavia, a tal fine è necessario che

⁷² CAMPOBASSO G. F.; *Diritto Commerciale 1. Diritto dell'Impresa, Settima edizione*. UTET, Milano, 2017, pp. 241-243

⁷³ STUDIO RIGHINI; *Limitazioni convenzionali alla concorrenza tra imprese*. In studiorighini.it, pag. 3

l'accordo risulti da atto scritto, preveda un corrispettivo e rispetti determinati limiti di oggetto, tempo e luogo; il secondo, invece, è volto a limitare la concorrenza dell'agente dopo lo scioglimento del contratto di agenzia per un periodo massimo di due anni, purché l'accordo rispetti la forma scritta, riguardi la stessa zona, clientela, beni e servizi per i quali era stato concluso il contratto di agenzia e vi sia un'indennità a favore dell'agente⁷⁴.

4 La disciplina della concorrenza sleale

La disciplina in materia di concorrenza sleale nasce dal convincimento sociale della necessità di vietare e contrastare tutti i comportamenti disonesti nella concorrenza; tuttavia per molto tempo, salvo che in materia di segni distintivi, a questo orientamento non è corrisposto un intervento del legislatore e per tale ragione l'esigenza di una tutela contro gli atti sleali, fortemente radicata nella coscienza sociale, ha trovato principalmente risposta nel diritto giurisprudenziale⁷⁵. In sede giudiziale, i comportamenti scorretti venivano ricondotti nella normativa generale dell'illecito civile comportando la tipizzazione di svariate fattispecie di concorrenza illecita. Una prima risposta legislativa è arrivata nel 1925 con l'introduzione dell'articolo 10-bis nella Convenzione d'Unione per la tutela della proprietà industriale del 1883; questa norma ha esteso anche ai rapporti interni tra cittadini italiani la disciplina in materia di concorrenza sleale e ha rappresentato l'unica fonte normativa in materia fino all'introduzione del Codice Civile del 1942. Infatti, al giorno

⁷⁴ ABRIANI N., FERRI G., GUIZZI G., NOTARI M., STELLA RICHTER M., TOFFOLETTO A.; *Diritto delle imprese, Seconda edizione*. Giuffrè Francis Lefebvre, Milano, 2020, pag. 129

⁷⁵ DI CATALDO V., VANZETTI A.; *Manuale di diritto industriale, Ottava edizione*. Giuffrè Editore, Milano, 2018, pag. 5

d'oggi la concorrenza sleale è dettagliatamente regolata dal legislatore dall'articolo 2598 all'articolo 2601 c.c.⁷⁶.

L'articolo 2598 c.c. è una norma di importanza assoluta nella disciplina della concorrenza sleale, poiché regola sia le fattispecie tipiche, che quelle atipiche; infatti, nella parte finale assume la caratteristica di norma aperta, permettendo di qualificare come “sleali” anche tutte le fattispecie più attuali e prive di precedenti. Più nello specifico, all'interno di tale articolo il legislatore suddivide le fattispecie di concorrenza sleale in tre gruppi: il primo ricomprende tutti gli atti compiuti da chi usa nomi o segni distintivi che possano confondersi con nomi o segni distintivi del legittimo titolare; il secondo abbraccia tutti gli atti compiuti da chi diffonde notizie ed apprezzamenti denigratori su prodotti del concorrente e da chi si appropria dei pregi dei prodotti o dell'impresa del concorrente; il terzo, infine, identifica una categoria residuale e aperta, che ricomprende tutti gli atti contrastanti con i principi della correttezza professionale e tali da recare danno all'azienda concorrente senza individuarli⁷⁷. Ciononostante, il concetto di concorrenza sleale continua ad avere dei contorni vaghi, in quanto non tutti i comportamenti contrari alla correttezza professionale e in grado di recare pregiudizio ad un concorrente possono essere ricondotti con certezza all'articolo 2598 c.c.⁷⁸. Ad esempio, non è possibile parlare di concorrenza sleale quando l'attività svolta a danno di un concorrente violi una norma posta a tutela di un interesse superiore, poiché in questo caso si tratta di attività di concorrenza illecita in senso stretto riconducibile, più in generale, all'illecito civile

⁷⁶ DI CATALDO V., VANZETTIA.; *Manuale di diritto industriale, Ottava edizione*. Giuffrè Editore, Milano, 2018, pp. 5-6

⁷⁷ CENDON P.; *Commentario al Codice Civile*. Giuffrè Editore, Milano, 2009, pp. 31-32

⁷⁸ LIPARI N., PARDOLESI R., RESCIGNO P., ROMANO R., ZOPPINI A.; *Diritto Civile*. Giuffrè Editore, Milano, 2009, pp.13-14

di cui all'articolo 2043 c.c.; allo stesso modo, non si parla di concorrenza sleale in tutte le ipotesi riconducibili alla concorrenza illecita contrattuale in cui tra il danneggiante e il danneggiato esiste un contratto. Dunque, il presupposto per l'applicazione delle regole in materia di concorrenza sleale non viene integrato in tutti i casi in cui l'imprenditore non rispetti un obbligo a suo carico, ma si basa su considerazioni di natura etica che, in quanto tali, sono destinate a mutare ed evolversi a seconda del periodo storico in questione, attribuendo all'art. 2598 c.c. la natura di norma residuale⁷⁹.

Al giorno d'oggi, con l'evoluzione legislativa in tema di concorrenza sleale, il cosiddetto *illecito concorrenziale* presenta contestualmente sia affinità che divergenze con l'illecito civile⁸⁰. Ad esempio, a differenza di quanto stabilito in generale dall'articolo 2043 c.c. in materia di illecito civile, l'articolo 2600 c.c. prevede che gli atti sleali siano repressi e sanzionati anche quando compiuti in assenza di colpa o dolo, mentre l'art. 2043 c.c. condiziona il risarcimento del danno al carattere doloso o colposo del fatto che l'ha causato; inoltre, sempre a differenza della disciplina generale in tema di illecito civile, gli atti di concorrenza sleale sono repressi e sanzionati anche nelle ipotesi in cui non abbiano ancora arrecato danno ai concorrenti, in quanto è sufficiente il danno potenziale, mentre l'art. 2043 c.c. ai fini del risarcimento richiede che sia stato arrecato un danno ingiusto. Infine, la repressione degli atti di concorrenza sleale avviene attraverso sanzioni tipiche, ovvero l'azione inibitoria e la rimozione, che non si esauriscono nel risarcimento dei danni, il quale rimane solo eventuale, a differenza di quanto previsto all'art. 2043 c.c., che individua nel

⁷⁹ LIPARIN, PARDOLESI R., RESCIGNO P., ROMANO R., ZOPPINI A.; *Diritto Civile*. Giuffrè Editore, Milano, 2009, pp.14-15

⁸⁰ CAMPOBASSO G. F.; *Diritto Commerciale 1. Diritto dell'Impresa, Settima edizione*. UTET, Milano, 2017, pag. 245

risarcimento l'unica sanzione consequenziale al danno. Dunque, la disciplina della concorrenza sleale deriva da quella dell'illecito civile e nell'ambito dei rapporti tra imprenditori concorrenti, assolve la funzione di prevenire e contrastare tutti gli atti suscettibili di arrecare un danno ingiusto; tale funzione è sostanzialmente coincidente con quella assegnata dal legislatore alla disciplina generale dell'illecito civile, ma viene perseguita attraverso alcuni adattamenti necessari alla specificità dell'illecito⁸¹. Inoltre, la disciplina dell'art. 2598 ss. c.c. si applica esclusivamente laddove non trovi applicazione la normativa antitrust contenuta nella L. 287/1990.

4.1 Interessi tutelati e diritto dei consumatori

Nel corso del tempo, la maggiore articolazione della disciplina in materia di concorrenza, sia a livello comunitario che a livello nazionale, ha comportato contestualmente una notevole estensione e soprattutto modificazione dell'oggetto della normativa stessa. Di conseguenza, al giorno d'oggi, la disciplina concorrenziale guarda, non più soltanto agli imprenditori e al loro rapporto, ma più in generale al mercato inteso come bene pubblico⁸². Ciò comporta una tutela verso due ordini principali di interessi: da un lato, l'interesse di evitare che pratiche scorrette alterino il corretto funzionamento del mercato, portando gli imprenditori a vedere alterate le proprie probabilità di guadagno, dall'altro, l'interesse generale di evitare che vengano falsati gli elementi di valutazione e giudizio del pubblico, traendo in inganno i destinatari finali dei prodotti, ovvero i consumatori. D'altronde, la figura del consumatore non è ignorata dalla normativa sulla

⁸¹ CAMPOBASSO G. F.; *Diritto Commerciale 1. Diritto dell'Impresa, Settima edizione*. UTET, Milano, 2017, pag. 245

⁸² ALPA P. G., DI MAJO AL.; *Consumatori e mercato*. Giuffrè Editore, Milano, 2017, pp. 25-26

concorrenza, che, ad esempio, legittima le associazioni dei consumatori a portare a conoscenza dell'Autorità Garante le violazioni dei divieti imposti dalla legge. Inoltre, la stessa giurisprudenza di legittimità, innanzitutto comunitaria, ha riconosciuto che alla luce dell'attuale dimensione delle fattispecie anticoncorrenziali, il bene giuridico tutelato non è tanto il singolo imprenditore concorrente danneggiato, quanto il mercato quale bene giuridicamente protetto⁸³. Dunque, da un lato gli interessi dei consumatori non possono essere considerati estranei al sistema della concorrenza sleale, ma dall'altro lato non possono essere qualificati come interessi direttamente tutelati da tale disciplina. Infatti, sufficiente per l'applicazione della normativa in tema di concorrenza sleale è l'idoneità dell'atto a danneggiare i concorrenti, anche nelle ipotesi in cui l'atto non dovesse arrecare alcun pregiudizio ai consumatori o addirittura dovesse arrecargli un vantaggio. A sostegno di questa impostazione vi è anche il contenuto dell'articolo 2601 c.c., secondo il quale solo gli imprenditori concorrenti o le loro associazioni di categoria sono legittimati a reagire contro gli atti di concorrenza sleale e non anche il singolo consumatore o le relative associazioni⁸⁴. Alla luce di ciò, il sistema della concorrenza sleale non svolge una funzione protettiva dei consumatori e al di fuori dei casi in cui ricorrono gli estremi per la repressione penale delle frodi in commercio, lascia i consumatori esposti agli eventuali inganni dei mezzi di persuasione pubblicitaria delle imprese. Tuttavia, la lacuna normativa in tema di protezione dei consumatori contro gli inganni pubblicitari in un primo momento è stata colmata dall'autonomia privata, con la volontaria adozione da parte delle imprese del *Codice di*

⁸³ ALPA P. G., DI MAJO AL.; *Consumatori e mercato*. Giuffrè Editore, Milano, 2017, pp. 25-26

⁸⁴ CAMPOBASSO G. F.; *Diritto Commerciale 1. Diritto dell'Impresa, Settima edizione*. UTET, Milano, 2017, pp. 246-247

autodisciplina pubblicitaria; successivamente, nel 1992 il legislatore ha introdotto la disciplina statale della pubblicità ingannevole, seguita nel 2000 dalla regolamentazione in materia di pubblicità comparativa illecita, basata sugli stessi principi e da ultimo, nel 2007 ha inserito nel *Codice del Consumo* (D.lgs. 206/2005) norme di tutela dei consumatori contro tutte le pratiche commerciali scorrette⁸⁵.

Tali interventi normativi hanno consentito una tutela diretta dei consumatori contro gli effetti distorsivi di pratiche commerciali illecite, trasformando il loro interesse quale bene direttamente e specificamente protetto dallo Stato. A tal fine, ai sensi del Codice del Consumo, per “pratica commerciale” si intende una qualsiasi condotta relativa alla promozione, vendita o fornitura di un prodotto, posta in essere da un professionista o per suo conto. Tale definizione abbraccia sia le attività svolte dall’imprenditore prima dell’operazione commerciale, sia quelle contestuali e successive. Una pratica commerciale è scorretta in tutti i casi in cui non presenta il grado di diligenza che il consumatore può ragionevolmente aspettarsi dal professionista, in base ai principi di correttezza e buona fede e se contestualmente è idonea a falsare il comportamento economico del consumatore, inducendolo a prendere una decisione che altrimenti non avrebbe preso⁸⁶.

Inoltre, il Codice del Consumo distingue tra due categorie principali di pratiche commerciali scorrette: le pratiche ingannevoli e le pratiche aggressive. Il primo gruppo abbraccia tutte le pratiche che contengono informazioni false o comunque idonee a trarre in inganno il consumatore medio su elementi essenziali dei prodotti oggetto di acquisto; il secondo gruppo, invece, ricomprende tutte le pratiche che

⁸⁵ CAMPOBASSO G. F.; *Diritto Commerciale 1. Diritto dell’Impresa, Settima edizione*. UTET, Milano, 2017, pp. 246-247

⁸⁶ CAMPOBASSO G. F.; *Diritto Commerciale 1. Diritto dell’Impresa, Settima edizione*. UTET, Milano, 2017, pp. 259-263

attraverso molestie, coercizione fisica o morale, limitano in maniera considerevole la libertà di scelta o di comportamento del consumatore medio. Inoltre, nonostante l'attuale disciplina pubblicistica in materia, al giorno d'oggi rimane ferma la possibilità di rifarsi in via preventiva a strumenti di autodisciplina eventualmente predisposti da associazioni imprenditoriali o professionali, come ad esempio il Giurì di autodisciplina pubblicitaria. Quest'ultimo è un organismo di giustizia privata che vigila sul rispetto del codice di autodisciplina e funge da organo giudicante⁸⁷. Infine, ancora oggi il Codice del Consumo e l'autodisciplina pubblicitaria rimangono affiancati dalla disciplina speciale in materia di pubblicità ingannevole e comparativa illecita.

Tale regolamentazione è stata introdotta per la prima volta in attuazione della direttiva CEE 84/50 e al giorno d'oggi è contenuta nel D.lgs. 145/2007. In questo caso, l'obiettivo primario è quello di impedire l'acquisto di beni e servizi sulla base di informazioni in grado di produrre una scorretta rappresentazione della realtà⁸⁸. Più nel dettaglio, il legislatore enuncia il principio per il quale la pubblicità deve essere palese, veritiera e corretta e vieta qualsiasi tipologia di pubblicità ingannevole, offrendo una nozione sensibilmente ampia. Infatti, si parla di pubblicità ingannevole in tutti i casi in cui quest'ultima, compresa la sua presentazione, induce o possa indurre in errore le persone a cui si rivolge, potendo pregiudicare il loro comportamento economico o danneggiare un imprenditore concorrente⁸⁹. Dunque, la pubblicità ingannevole presenta un duplice aspetto di natura sostanziale: da un lato, induce in errore le persone

⁸⁷ CAMPOBASSO G. F.; *Diritto Commerciale 1. Diritto dell'Impresa, Settima edizione*. UTET, Milano, 2017, pp. 259-263

⁸⁸ TROIANI U.; *La regolamentazione della concorrenza tra regole per le imprese e gli interessi dei consumatori*. In tb.camcom.gov.it, 2005, pp. 10-11

⁸⁹ CAMPOBASSO G. F.; *Diritto Commerciale 1. Diritto dell'Impresa, Settima edizione*. UTET, Milano, 2017, pag. 263

fisiche o giuridiche nella qualità di consumatori, dall'altro, lede potenzialmente gli interessi dei concorrenti nelle ipotesi in cui sia in grado di determinare uno sviamento della clientela. Tuttavia, nonostante questi due aspetti generalmente siano simultanei, non sempre la pubblicità ingannevole comporta anche una lesione delle imprese concorrenti ed è per questo motivo che gli interessi dei consumatori e degli imprenditori vengono tutelati autonomamente⁹⁰.

4.2 Ambito di applicazione

L'articolo 2598 c.c. trova applicazione in tutte le ipotesi in cui sia stato commesso un illecito extracontrattuale, il cui presupposto consiste nella commissione di atti contrastanti con i principi della correttezza professionale e idonei ad arrecare un danno alle imprese concorrenti. Ciò sottolinea nuovamente la differenza che vi è con la disciplina generale dell'illecito contrattuale, infatti, mentre l'articolo 2043 c.c. svolge una funzione repressiva, l'articolo 2598 c.c. ha la funzione di prevenire il danno e di rendere il risarcimento solo eventuale⁹¹.

Più nel dettaglio, la disciplina della concorrenza sleale trova applicazione in tutti i casi in cui siano rispettati due presupposti principali: innanzitutto, sia colui che pone in essere l'atto concorrenziale vietato, sia il soggetto che lo subisce devono presentare la qualità di imprenditore e in secondo luogo devono trovarsi in un rapporto di concorrenza economica tra di loro.

Ciò significa che deve necessariamente trattarsi di imprenditori che offrano sul mercato prodotti identici o che siano comunque in grado

⁹⁰ TROIANI U.; *La regolamentazione della concorrenza tra regole per le imprese e gli interessi dei consumatori*. In tb.camcom.gov.it, 2005, pag. 11

⁹¹ CENDON P.; *Commentario al Codice Civile*. Giuffrè Editore, Milano, 2009, pag. 32

di soddisfare gli stessi bisogni della medesima clientela; dunque è necessario che entrambi i soggetti, attivo e passivo, operino sullo stesso mercato, sia in relazione al prodotto, che al territorio e si rivolgano alla medesima cerchia di utilizzatori di determinati beni e servizi⁹². Infatti, solo nelle ipotesi di rispetto di tali presupposti l'atto concorrenziale di un imprenditore può determinare l'erosione della quota di mercato detenuta dall'altro. Inoltre, affinché sia possibile applicare la disciplina della concorrenza sleale non è necessario che l'imprenditore interessato si trovi in un rapporto di concorrenza attuale con il concorrente a cui viene contestato l'illecito, ma è sufficiente anche un rapporto di concorrenza potenziale; il concorrente potenziale è colui che, pur non essendo ancora presente nel mercato in cui opera l'altro imprenditore, può facilmente entrarvi in un secondo momento. Dunque, il grado di estensione di tale disciplina in alcuni casi comporta la legittimazione all'esercizio dell'azione di concorrenza sleale anche in capo a imprenditori che operano su diversi livelli dello stesso mercato o addirittura in mercati diversi⁹³.

Inoltre, in base ad un'analisi più dettagliata del primo presupposto, è necessario che il soggetto passivo sia un imprenditore, poiché solo in questa ipotesi un atto può essere idoneo a danneggiare altre imprese; invece, dalla lettura del testo normativo sorgono maggiori dubbi circa la necessaria qualità di imprenditore del soggetto attivo, che pone in essere l'atto sleale direttamente o indirettamente, poiché l'articolo 2598 c.c. usa il termine "chiunque". Tuttavia, la dottrina e la giurisprudenza tendono a dare una risposta restrittiva e a qualificare

⁹² LIONE F.; *La concorrenza sleale tutela anche la forma del prodotto: la casistica*. In *diritto.it*, 2019, pag. 2 e DI CATALDO V., VANZETTI A.; *Manuale di diritto industriale, Ottava edizione*. Giuffrè Editore, Milano, 2018, pp. 13-16

⁹³ ABRIANI N., FERRI G., GUIZZI G., NOTARI M., STELLA RICHTER M., TOFFOLETTO A.; *Diritto delle imprese, Seconda edizione*. Giuffrè Francis Lefebvre, Milano, 2020, pag. 115

come soggetto attivo esclusivamente colui che a sua volta presenti la qualità di imprenditore. Infatti, innanzitutto concorrente di un imprenditore può essere solo un altro soggetto che svolga attività di impresa; in secondo luogo, a favore di tale orientamento subentra anche l'esigenza di una parità di trattamento, poiché la tutela dell'imprenditore nei confronti di tutti i consociati rappresenta un privilegio privo di giustificazione, mentre una tutela reciproca tra imprenditori fa venir meno il carattere privilegiato della stessa⁹⁴.

Infine, nel corso del tempo la giurisprudenza ha fatto dei passi avanti, ampliando l'ambito di applicazione della disciplina della concorrenza sleale, la quale al giorno d'oggi non abbraccia più soltanto i rapporti di concorrenza orizzontale, ma anche quelli di concorrenza verticale. A tal fine, è necessario che il risultato ultimo dell'attività svolta dagli imprenditori incida sulla stessa categoria di consumatori, anche se sono diversi i clienti con cui entrano direttamente in contatto. Si tratta, ad esempio, del rapporto concorrenziale che può instaurarsi tra un produttore e un rivenditore o tra un grossista e un dettagliante⁹⁵.

4.3 Le fattispecie tipiche

Le fattispecie tipiche di concorrenza sleale sono indicate nei numeri 1 e 2 dell'articolo 2598 c.c. e si dividono in due categorie principali: atti di confusione e denigrazione e appropriazione di pregi altrui.

La prima tipologia di fattispecie ricomprende tutti gli atti in grado di creare confusione sui prodotti e sulle attività svolte dalle imprese concorrenti; creare confusione significa convincere i

⁹⁴ In punto di dottrina ASCARELLI T.; *Teoria della concorrenza e dei beni immateriali*. Giuffrè Editore, Milano, 1960. In punto di giurisprudenza sent. Cass. 9-7-1976 n. 2602; sent. Cass. 13-1-2005 n. 560; sent. Cass. 4-11-2005 n. 21392

⁹⁵ CAMPOBASSO G. F.; *Diritto Commerciale 1. Diritto dell'Impresa, Settima edizione*. UTET, Milano, 2017, pp. 249-250

destinatari dell'atto che i prodotti con i quali entrano a contatto provengano da un determinato imprenditore quando in realtà sono riconducibili ad un altro. Generalmente questo concetto si esprime facendo riferimento alla confusione sull'origine, poiché anche quando si parla di confusione in relazione ai prodotti ciò a cui si fa riferimento è la fonte dei prodotti stessi e dell'attività, ovvero l'identità dell'imprenditore⁹⁶.

Il legislatore descrive due ipotesi tipiche di atti di confusione e una di natura aperta, relativa a tutti gli atti idonei a creare confusione e compiuti con un qualsiasi altro mezzo. La prima ipotesi nominata riguarda tutti gli atti consistenti nell'uso di nomi o segni distintivi altrui. Con l'espressione segni distintivi ci si riferisce agli elementi che connotano un prodotto o un servizio come, ad esempio, i segni grafici, denominativi, figurativi o cromatici; inoltre, anche la confezione, l'involucro, il contenitore e la forma stessa del prodotto possono assumere un valore distintivo. Tuttavia, vengono tutelati esclusivamente gli elementi fattuali in grado di indicare chiaramente al pubblico la provenienza di un prodotto da una determinata impresa e non anche gli elementi pertinenti alla parte strutturale del prodotto o di natura semplicemente descrittiva; per questa ragione la capacità distintiva di un segno deve essere verificata nel caso concreto⁹⁷. L'articolo 2598 c.c. fa salva l'applicazione della disciplina codicistica in materia di marchio, ditta e insegna, oggetto di una protezione specifica. Tuttavia, in queste ipotesi si ritiene che le due tutele possano cumularsi, in quanto prevedono presupposti e sanzioni diverse. La seconda ipotesi nominata consiste nell'imitazione servile, ovvero nella

⁹⁶ DI CATALDO V., VANZETTI A.; *Manuale di diritto industriale, Ottava edizione*. Giuffrè Editore, Milano, 2018, pag. 36

⁹⁷ ABRIANI N., FERRI G., GUIZZI G., NOTARI M., STELLA RICHTER M., TOFFOLETTO A.; *Diritto delle imprese, Seconda edizione*. Giuffrè Francis Lefebvre, Milano, 2020, pp. 119-120

produzione di beni e servizi dall'aspetto esteriore strettamente coincidente con gli originali. A tal fine, l'imitazione deve riguardare le parti visibili del prodotto e non anche quelle interne o strutturali. L'articolo 2598 c.c. al comma 1 numero 1 si chiude con una clausola aperta, relativa a tutti gli atti compiuti con un qualsiasi altro mezzo in grado di produrre effetti di natura confusoria. Tuttavia, si tratta di un'ipotesi di natura residuale, poiché nella maggior parte dei casi gli atti di confusione consistono nell'imitazione di elementi distintivi del prodotto o dell'impresa concorrente e in quanto tali sono riconducibili alle ipotesi nominate⁹⁸.

Al comma 1 numero 2, invece, l'articolo 2598 c.c. stabilisce che compie atti di concorrenza sleale anche l'imprenditore che diffonde notizie e apprezzamenti sui prodotti e le attività delle imprese concorrenti in grado di screditarle o in alternativa, l'imprenditore che si appropria dei pregi dei prodotti o dell'impresa concorrente. Dunque, il legislatore prende in considerazione e disciplina due diverse ipotesi: la denigrazione e l'appropriazione di pregi. La denigrazione rispecchia la prima parte della norma ed è volta al *discredito* dei prodotti e dell'attività di un concorrente; con questo termine ci si riferisce alla perdita o comunque alla diminuzione della buona reputazione di cui gode un'impresa all'interno del mercato. Le notizie e gli apprezzamenti di contenuto negativo, diffuse dall'imprenditore che pone in essere la condotta sleale, consistono nel parlare o nello scrivere male di un'altra impresa in modo reale e attendibile in grado di incidere effettivamente sulla posizione del concorrente all'interno del mercato⁹⁹. In particolar modo, affinché si produca l'effetto, consistente nel danno

⁹⁸ ABRIANI N., FERRI G., GUIZZI G., NOTARI M., STELLA RICHTER M., TOFFOLETTO A.; *Diritto delle imprese, Seconda edizione*. Giuffrè Francis Lefebvre, Milano, 2020, pp. 120-121

⁹⁹ DI CATALDO V., VANZETTI A.; *Manuale di diritto industriale, Ottava edizione*. Giuffrè Editore, Milano, 2018, pp. 75-76

concorrenziale, è necessario che le notizie e gli apprezzamenti siano diffusi, ovvero trasmessi ad una platea di soggetti sufficientemente ampi per determinare sia una perdita di clientela, che una perdita di fornitori, compresi i finanziatori; a tal fine, è irrilevante che il danno sia potenziale o verificatosi nel caso concreto ed è altrettanto irrilevante il mezzo che viene specificamente usato dal soggetto attivo nella concorrenza sleale per raggiungere il discredito di un concorrente sul mercato¹⁰⁰. La seconda ipotesi regolata dal legislatore, ovvero l'appropriazione di pregi, rappresenta una fattispecie autonoma rispetto alla denigrazione e condivide con quest'ultima il fatto di esternarsi in una comunicazione, generalmente pubblicitaria. Nel termine "pregi" la dottrina e la giurisprudenza individuano le qualità dell'impresa o dei suoi prodotti e non le semplici entità materiali ricomprese nel patrimonio dell'impresa stessa; inoltre, il significato attribuito a tale termine incide anche sull'interpretazione della parola "appropriarsi", che in questo caso si sviluppa nell'affermazione dell'imprenditore attivo secondo cui la propria impresa e i relativi prodotti presentano gli stessi pregi di un'impresa concorrente. Dunque, l'appropriazione di pregi è una comunicazione effettuata al mercato nella quale l'imprenditore si auto-attribuisce le caratteristiche dell'impresa o dei prodotti altrui, considerati positivi dal consumatore destinatario, diventando in questo modo l'opzione preferita¹⁰¹.

4.4 Le fattispecie atipiche

L'articolo 2598 c.c. al comma 1 numero 3 si chiude qualificando come atti di concorrenza sleale tutti quelli compiuti con un qualsiasi

¹⁰⁰ ABRIANI N., FERRI G., GUIZZI G., NOTARI M., STELLA RICHTER M., TOFFOLETTO A.; *Diritto delle imprese, Seconda edizione*. Giuffrè Francis Lefebvre, Milano, 2020, pag. 122

¹⁰¹ DI CATALDO V., VANZETTI A.; *Manuale di diritto industriale, Ottava edizione*. Giuffrè Editore, Milano, 2018, pp. 89-90

altro mezzo in grado di danneggiare l'impresa di un concorrente. Quest'ultimo è un criterio elastico che attribuisce al giudice il difficile compito di interpretare il periodo storico concreto e la relativa coscienza sociale, al fine di stabilire se un comportamento concorrenziale di un imprenditore diverso da quelli specificamente regolati rispetti i canoni etici e di professionalità attualmente accettati e seguiti nel mondo degli affari¹⁰². Tra gli atti atipici di concorrenza sleale rientra sicuramente la pubblicità ingannevole, consistente nella falsa attribuzione ai propri prodotti di pregi o qualità che non appartengono ad alcun imprenditore concorrente e per questo motivo non individuabile nella fattispecie tipica dell'appropriazione di pregi. Più nel dettaglio, costituisce un illecito concorrenziale sia la pubblicità menzognera volta a screditare i prodotti di un altro imprenditore, sia la quella non lesiva in maniera specifica di un'impresa concorrente, nelle ipotesi in cui il messaggio pubblicitario sia tale da falsare il giudizio del pubblico con un conseguente danno potenziale per tutti i concorrenti operanti nel settore. Al giorno d'oggi, non vi sono dubbi circa la contrarietà di tale condotta alla correttezza imprenditoriale; la conferma si è avuta, prima, nel codice di autodisciplina pubblicitaria, che per più di vent'anni ha offerto indicazioni in tal senso e dopo nel D.lgs. 74/1992, che da un lato offre una tutela specifica e dall'altro fa salva la disciplina della concorrenza sleale¹⁰³. Inoltre, sono atti di concorrenza sleale a tutti gli effetti anche le strategie commerciali consistenti nella riduzione del prezzo di vendita dei prodotti o nella concessione di sconti alla clientela, nelle ipotesi in cui il loro obiettivo sia quello di ottenere

¹⁰² CAMPOBASSO G. F.; *Diritto Commerciale 1. Diritto dell'Impresa, Settima edizione*. UTET, Milano, 2017, pp. 254-255

¹⁰³ ABRIANI N., FERRI G., GUIZZI G., NOTARI M., STELLA RICHTER M., TOFFOLETTO A.; *Diritto delle imprese, Seconda edizione*. Giuffrè Francis Lefebvre, Milano, 2020, pag. 123. Sul punto anche CAMPOBASSO G. F.; *Diritto Commerciale 1. Diritto dell'Impresa, Settima edizione*. UTET, Milano, 2017, pp. 255-256

velocemente quote di mercato, sottraendole ai concorrenti; questi ultimi, infatti, non essendo in grado di contrastare una pratica così aggressiva, si ritroverebbero esclusi dal mercato con una conseguente concentrazione dello stesso e nascita di situazioni di monopolio. Sono diverse le ulteriori ipotesi frequenti che possono essere ricomprese con certezza all'interno della clausola aperta di cui al numero 3 dell'articolo 2598 c.c., come ad esempio lo storno di dipendenti, la sottrazione di segreti aziendali, il boicottaggio e la concorrenza parassitaria. Lo storno di dipendenti è una variante dell'acquisizione di dipendenti altrui, attività di per sé lecita che assume un carattere illecito nelle ipotesi in cui sia volta ad indebolire l'organizzazione del concorrente, intaccando il suo patrimonio di risorse umane; la sottrazione di segreti aziendali, invece, consiste nel rivelarli a terzi interessati o in alternativa utilizzarli nella propria attività commerciale; il boicottaggio è un attività di concorrenza sleale che si realizza rifiutando di contrarre con l'impresa concorrente o spingendo altri imprenditori a non farlo; infine, si parla di concorrenza parassitaria nelle ipotesi in cui un imprenditore imiti costantemente tutte le iniziative di un concorrente, infatti, anche se non si produce un effetto confusorio e ogni singolo atto non è di per se illegittimo, l'imitazione diventa illecita quando per la sua sistematicità e generalità consente all'imprenditore di vivere alle spalle del concorrente¹⁰⁴.

4.5 Le sanzioni

L'azione per la repressione della concorrenza sleale può essere promossa dall'imprenditore o dagli imprenditori lesi; tuttavia, la

¹⁰⁴ ABRIANI N., FERRI G., GUIZZI G., NOTARI M., STELLA RICHTER M., TOFFOLETTO A.; *Diritto delle imprese, Seconda edizione*. Giuffrè Francis Lefebvre, Milano, 2020, pp. 123-125. Sul punto anche CAMPOBASSO G. F.; *Diritto Commerciale 1. Diritto dell'Impresa, Settima edizione*. UTET, Milano, 2017, pp. 256-257

legittimazione è riconosciuta anche alle associazioni professionali degli imprenditori, nonché agli enti rappresentativi di categoria, quando gli atti sleali pregiudicano i relativi interessi e più di recente anche alle Camere di Commercio. Al contrario, tra i soggetti legittimati ad agire per la repressione degli atti sleali non rientrano né i singoli consumatori, né le associazioni rappresentative dei loro interessi. In passato, questi potevano chiedere solo il risarcimento dei danni subiti sulla base della disciplina generale in materia di illecito civile, mentre al giorno d'oggi godono di una tutela diretta nelle ipotesi in cui sussistono i presupposti per l'applicazione della disciplina in materia di pratiche commerciali scorrette, pubblicità ingannevole e comparativa¹⁰⁵. Nel dettaglio, la repressione degli atti di concorrenza sleale è regolata rispettivamente all'interno degli articoli 2599 c.c. e 2600 c.c., i quali individuano due diverse tipologie di sanzioni: la sanzione tipica dell'inibitoria e la sanzione comune all'illecito civile del risarcimento dei danni. L'inibitoria è una forma di tutela ammessa quando l'illecito è ancora in atto e ha come obiettivo primario quello di impedirne la continuazione; tuttavia, può essere concessa anche quando l'illecito, già compiuto e produttivo di effetti, sia suscettibile di essere compiuto di nuovo e di produrre ulteriori danni¹⁰⁶. In questi casi il giudice può adottare tutti i provvedimenti opportuni per l'eliminazione degli effetti dell'illecito concorrenziale; questi ultimi sono provvedimenti innominati il cui contenuto varia in base alle caratteristiche dell'illecito e agli effetti da rimuovere. Il risarcimento del danno invece, al pari di quanto stabilito per l'illecito extracontrattuale all'articolo 2043 c.c., può essere richiesto a condizione che l'atto sia stato compiuto con dolo o colpa. Tuttavia, la

¹⁰⁵ CAMPOBASSO G. F.; *Diritto Commerciale I. Diritto dell'Impresa, Settima edizione*. UTET, Milano, 2017, pp. 257-259

¹⁰⁶ ABRIANI N., FERRI G., GUIZZI G., NOTARI M., STELLA RICHTER M., TOFFOLETTO A.; *Diritto delle imprese, Seconda edizione*. Giuffrè Francis Lefebvre, Milano, 2020, pag. 116

disciplina speciale di cui all'articolo 2600 c.c. al terzo comma stabilisce che una volta accertato l'illecito, la colpa si presume, favorendo la prova dell'elemento soggettivo; invece, la prova del danno e della sua misura resta in capo a chi presenta la domanda di risarcimento e a tal fine generalmente viene ammesso il ricorso a prove presuntive¹⁰⁷.

5 Legge 287 del 1990: la legislazione antimonopolistica in Italia

Le norme contenute nel Codice Civile, nel tempo, sono risultate inadeguate a rispondere ai bisogni di un regime di concorrenza in continuo sviluppo, in quanto gli stessi articoli in materia, dietro l'ampiezza e la solennità delle loro enunciazioni, nascondono una disorganicità fra le norme in essi contenute; non solo, una spinta verso un'innovazione della disciplina interna è arrivata anche dalla legislazione antitrust europea, che ha imposto agli Stati membri di dotarsi di una normativa di attuazione.

La scarsa e inadeguata trattazione della materia nel Codice Civile è principalmente conseguenza del corporativismo fascista, il cui carattere anacronistico si scontra con l'attuale situazione economica, sociale e politica, che si è sviluppata a partire dal dopoguerra. Nello specifico, da un lato, la disciplina codicistica è perfettamente idonea a regolare le fattispecie di concorrenza sleale, mentre dall'altro lato, gli articoli 2595-2597 c.c. risultano inadeguati a contrastare una serie di fenomeni pregiudizievoli ad un'economia di mercato libera¹⁰⁸. Ciò è conseguenza del fatto che le norme del Codice Civile non si preoccupano di considerare la concorrenza come fattore di sviluppo

¹⁰⁷ ABRIANI N., FERRI G., GUIZZI G., NOTARI M., STELLA RICHTER M., TOFFOLETTO A.; *Diritto delle imprese, Seconda edizione*. Giuffrè Francis Lefebvre, Milano, 2020, pag. 117

¹⁰⁸ GHIROTTI E., CENDON P.; *Il patto di non concorrenza nei contratti commerciali*. Giuffrè Editore, Milano, 2008, pp. 41-46

dell'economia o del benessere collettivo, né tantomeno come una forma di tutela degli interessi della collettività. Infatti, il legislatore, riconoscendo la possibilità di stabilire dei limiti contrattuali alla concorrenza, la descrive come uno strumento volto a realizzare l'interesse del singolo e quindi come un diritto del quale il titolare può disporre; di conseguenza, anche i limiti a tale disponibilità sono imposti dal legislatore a tutela esclusiva dell'interesse dei singoli imprenditori e non della collettività¹⁰⁹.

Per queste ragioni il legislatore nel 1990 ha introdotto la legge numero 287 in materia antitrust, il cui obiettivo principale è quello di contrastare fenomeni di accentrimento e di monopolio sul mercato, a tutela della libera concorrenza e del benessere della collettività. Questa disciplina in materia ha determinato un superamento della normativa codicistica e ha allineato il nostro ordinamento a tutti gli altri ordinamenti giuridici ad economia industriale avanzata, in cui si era già ben affermata una normativa antimonopolistica interna. In particolar modo, tale disciplina si affianca alla normativa comunitaria, contenuta innanzitutto nel Trattato sul Funzionamento dell'Unione Europea e nel Regolamento 139/2004; di conseguenza la legge antimonopolistica interna presenta un'applicazione di natura residuale, nelle sole ipotesi in cui le pratiche in questione possano pregiudicare esclusivamente il mercato interno e non anche quello comunitario¹¹⁰.

Il ritardo della disciplina antimonopolistica nel nostro Paese, a differenza di quanto avvenuto negli altri Stati Membri, ha comportato alcuni vantaggi; infatti, il legislatore ha potuto usufruire della più recente dialettica sviluppatasi, definendo una normativa antitrust più

¹⁰⁹ TROIANI U.; *La regolamentazione della concorrenza tra regole per le imprese e gli interessi dei consumatori*. In tb.camcom.gov.it, 2005, pp. 2-3

¹¹⁰ CAMPOBASSO G. F.; *Diritto Commerciale 1. Diritto dell'Impresa, Settima edizione*. UTET, Milano, 2017, pp. 222-223

moderna rispetto alle altre vigenti. In particolar modo, vi è una forte influenza della normativa comunitaria, al punto che la stessa disciplina interna richiama solennemente lo stretto legame con l'ordinamento europeo e all'art. 1, 4 comma L. 287/1990 stabilisce che le norme antitrust interne vadano interpretate alla luce dei principi dell'ordinamento comunitario¹¹¹.

L'estrema attenzione del legislatore interno alla normativa comunitaria si coglie nella sua preoccupazione, da un lato, di dettare una disciplina conforme al Trattato di Roma istitutivo della Comunità Economica Europea, dall'altro, di evitare sovrapposizioni e conflitti tra la disciplina antitrust interna e quella sovranazionale. Il carattere europeo della disciplina nazionale si coglie innanzitutto nel contenuto degli articoli 2,3 e 5 L. 287/1990, che definiscono gli atti vietati e combaciano con quanto stabilito a livello sovranazionale, nonché all'interno dell'articolo 1, che al quarto comma sancisce il criterio innovativo secondo il quale le disposizioni del Titolo I devono essere interpretate alla luce dei principi comunitari in materia di concorrenza. Questa norma esprime l'esplicita scelta del legislatore di adottare il principio della barriera unica, evitando che una pratica che ricade nell'ambito del mercato europeo venga sottoposta ad un doppio livello di controllo, la cosiddetta *doppia barriera*, con il conseguente rischio di subire trattamenti diversi e contrastanti¹¹². Inoltre, la forte influenza comunitaria è confermata anche dall'articolo 8, relativo all'ambito soggettivo di applicazione della disciplina antimonopolistica italiana e la cui interpretazione è sempre condizionata dai principi dell'Unione

¹¹¹ MANGINI V.; *La vicenda dell'antitrust: dallo Sherman Act alla legge italiana n. 287/90*. In Rivista di diritto industriale, fasc. 4-5, 1995, pag. 211. Sul punto anche CAMPOBASSO G. F.; *Diritto Commerciale I. Diritto dell'Impresa, Settima edizione*. UTET, Milano, 2017, pag. 225

¹¹² GHIROTTI E., CENDON P.; *Il patto di non concorrenza nei contratti commerciali*. Giuffrè Editore, Milano, 2008, pp. 46-48

Europea. Infatti, tale articolo individua quali soggette alla relativa disciplina, le imprese pubbliche, private e a prevalente partecipazione statale, con esclusione di quelle in posizione di monopolio legale o che gestiscono servizi di interesse economico generale. Tuttavia, poiché la giurisprudenza comunitaria ricomprende nella nozione di impresa anche gli esercenti di professioni intellettuali, questi ultimi devono essere ricompresi tra i soggetti ai quali è applicabile la disciplina antimonopolistica italiana e comunitaria, nonostante non siano considerati imprenditori dal nostro ordinamento¹¹³.

I fenomeni pericolosi regolati dal legislatore comunitario e nazionale a tutela della struttura concorrenziale del mercato sono tre: le intese, l'abuso di posizione dominante e le concentrazioni. Questi ultimi sono regolati rispettivamente agli articoli 2,3 e 5 L. 287/1990 e corrispondono perfettamente con gli atti vietati a livello europeo agli articoli 101 e 102 del Trattato sul Funzionamento dell'Unione Europea, nonché all'interno del Regolamento 139/2004; ciò consente di analizzare le singole fattispecie alla luce, congiuntamente, sia della normativa sovranazionale che di quella interna.

5.1 Intese restrittive della concorrenza

Il termine "intesa" apparentemente sembra sinonimo di "accordo" o "contratto". Tuttavia nel diritto antitrust il significato di questo termine è più vasto e si riferisce a tutte le situazioni in cui, consapevolmente, imprese indipendenti coordinano le proprie attività¹¹⁴. Dunque, sono tre le caratteristiche principali delle intese: l'esistenza di due o più imprese indipendenti, il coordinamento di fatto

¹¹³ CAMPOBASSO G. F.; *Diritto Commerciale I. Diritto dell'Impresa, Settima edizione*. UTET, Milano, 2017, pag. 225

¹¹⁴ LIBERTINI M.; *Diritto della concorrenza dell'Unione Europea*. Giuffrè Editore, Milano, 2014, pp. 108-109

consapevole e l'effetto del coordinamento, ossia la produzione di una restrizione della concorrenza.

Generalmente si distinguono tre categorie principali di intese: gli accordi, le decisioni di associazioni di imprese e di altri organismi simili e le pratiche concordate tra imprese. Più nello specifico, in materia di accordi, la prassi vede l'applicazione della disciplina in materia non soltanto ai veri e propri contratti, ma anche ai cosiddetti *gentlemen's agreement*, ovvero agli impegni basati sulla parola e più in generale, anche a tutti gli accordi giuridicamente non vincolanti. In quest'ultimo caso è necessario che le parti manifestino, anche tacitamente, la volontà di coordinare le proprie strategie concorrenziali sul mercato comune, anche se il coordinamento non determini un beneficio per tutte le imprese coinvolte. Invece, con l'espressione decisioni di associazioni di imprese si fa riferimento a tutte le manifestazioni della volontà collettiva di più imprese, espressa attraverso una struttura comune. A tal fine, può trattarsi sia di una decisione giuridicamente vincolante che di una raccomandazione, la quale di fatto le parti rispettano. Infine, le pratiche concordate tra imprese rappresentano una figura residuale e ricomprendono tutti i comportamenti coordinati non riconducibili né all'ipotesi dell'accordo, né alla decisione, ma assunti in base a raccomandazioni o scambi di informazioni¹¹⁵.

Tuttavia, ai sensi degli articoli 2, secondo comma L. 287/1990 e 101, primo comma TFUE, non sono vietate in assoluto tutte le intese anticoncorrenziali, ma esclusivamente quelle in grado di impedire, restringere o falsare in maniera consistente il gioco della concorrenza. Al riguardo, sia il legislatore comunitario che quello nazionale

¹¹⁵ CASSOTTANA M. NUZZO A.; *Lezioni di Diritto Commerciale comunitario*, Seconda edizione. G. Giappichelli Editore, Torino, 2006, pp. 302-304

distinguono tra le ipotesi in cui tale risultato negativo sia determinato dall'oggetto dell'intesa e i casi in cui sia conseguenza dell'effetto della stessa. Questa distinzione richiama i medesimi concetti regolati all'interno del Codice Civile in relazione al contratto; dunque, sulla base di un'interpretazione analogica degli articoli 1346 ss. e 1372 ss. cc., l'oggetto corrisponderebbe a tutte le prestazioni stabilite dalle parti, mentre l'effetto andrebbe individuato nelle conseguenze che si producono nella sfera giuridica delle stesse. Ciononostante, la giurisprudenza comunitaria ha sempre interpretato la norma ritenendo che quest'ultima non facesse riferimento agli effetti giuridici, ma a quelli economici e di conseguenza che anche l'oggetto dovesse essere interpretato in senso economico e non come una prestazione dovuta dal punto di vista giuridico¹¹⁶. Alla luce di tale impostazione, al giorno d'oggi l'oggetto e l'effetto sono visti come condizioni alternative di natura sequenziale; l'oggetto è un elemento che si basa su un'analisi ristretta dalla quale deve risultare in maniera chiara e diretta la natura lesiva dell'intesa, mentre l'effetto è un concetto più ampio che si basa su un'analisi economica attraverso cui esaminare l'esistenza di possibili effetti negativi dell'intesa in questione¹¹⁷. Dunque, è sufficiente che l'oggetto dell'impresa sia anticoncorrenziale per procedere con l'applicazione della disciplina antitrust, senza il bisogno di valutare l'eventuale ulteriore presenza di effetti pregiudizievoli della concorrenza; l'analisi relativa alla sussistenza degli effetti diventa necessaria nelle sole ipotesi in cui l'oggetto dovesse essere lecito e inidoneo ad alterare il carattere concorrenziale del mercato. Allo stesso modo, non è necessario passare prima per l'analisi relativa all'esistenza

¹¹⁶ LIBERTINI M.; *Diritto della concorrenza dell'Unione Europea*. Giuffrè Editore, Milano, 2014, pp. 126-127

¹¹⁷ WHISH R., BAILEY D.; *Competition law, Nona edizione*. Oxford, 2018, pag. 121-122

di un oggetto anticoncorrenziale, essendo sufficiente la conferma circa l'esistenza di effetti pregiudizievoli della concorrenza¹¹⁸.

Il secondo comma dell'art. 2 L. 287/1990 prosegue elencando cinque fattispecie tipiche in cui lo stesso legislatore, in base ad una valutazione ex ante, stabilisce che l'intesa presenta un carattere anticoncorrenziale; tuttavia, tale norma ha un valore esemplificativo, essendo possibile individuare una serie di fattispecie atipiche, nelle quali valutare di volta in volta il carattere effettivamente anticoncorrenziale dell'intesa in esame. Nello specifico, le fattispecie richiamate dal legislatore interno corrispondono con quelle regolate in ambito comunitario dall'articolo 101, primo comma TFUE e sono: la fissazione diretta o indiretta dei prezzi di acquisto, di vendita o di altre condizioni contrattuali, l'impedimento o la limitazione della produzione, degli sbocchi o degli accessi al mercato, degli investimenti, dello sviluppo o del progresso tecnologico, la ripartizione dei mercati o delle fonti di approvvigionamento, l'applicazione nei rapporti commerciali con altri contraenti di condizioni oggettivamente diverse per esecuzioni identiche e la subordinazione della conclusione di contratti all'accettazione da parte degli altri contraenti di prestazioni slegate dall'oggetto principale del contratto¹¹⁹. Questa elencazione consente di individuare due tipologie principali di intese, entrambe soggette alla disciplina antitrust comunitaria e nazionale, ovvero le intese orizzontali, concluse tra imprenditori che operano allo stesso livello del mercato e che possono dare vita a fenomeni quali l'oligopolio e le intese verticali, stipulate tra imprenditori che operano a livelli diversi del mercato, quali produttori e distributori, in grado di

¹¹⁸ WHISH R., BAILEY D.; *Competition law, Nona edizione*. Oxford, 2018, pag. 122-123

¹¹⁹ CAMPOBASSO G. F.; *Diritto Commerciale I. Diritto dell'Impresa, Settima edizione*. UTET, Milano, 2017, pag. 227

determinare una chiusura del mercato stesso. Al riguardo, in passato vi era l'assoluto e diffuso convincimento che la normativa antitrust trovasse applicazione solo nei confronti delle intese orizzontali e non anche nelle ipotesi di intese verticali. Tuttavia, nel corso del tempo la Corte di Giustizia dell'Unione Europea ha fortemente contrastato tale orientamento e per questa ragione al giorno d'oggi la disciplina antimonopolistica trova piena applicazione nei confronti di entrambe le tipologie di intesa¹²⁰. Nello specifico, assume importanza il dispositivo della sentenza relativa al caso *Consten e Grundig contro Commissione*¹²¹ del 1966, nell'ambito del quale per la prima volta la giurisprudenza comunitaria si è fortemente opposta all'esclusione delle intese verticali dalla normativa antitrust. Più di recente invece, nell'ambito del caso *Allianz Hungária*¹²² del 2013, la Corte di Giustizia ha stabilito che, nonostante in linea generale le intese verticali causino danni minori rispetto a quelle orizzontali, possono comunque avere un carattere anticoncorrenziale nelle ipotesi in cui presentino un potenziale significativamente restrittivo della concorrenza.

Una volta constatata l'illiceità dell'intesa è necessario stabilire la portata del danno causato; al riguardo, il grado di offensività delle intese varia in base alla definizione del mercato rilevante nel caso concreto. Come avviene in via generale, anche in queste ipotesi il mercato rilevante deve essere calcolato prendendo come elementi di riferimento il prodotto e l'ambito geografico. Tuttavia, secondo un orientamento consolidato, nei casi in cui vi sia un'intesa anticoncorrenziale, il mercato rilevante deve necessariamente coincidere con l'ambito nel quale si producono gli effetti negativi

¹²⁰ WHISH R., BAILEY D.; *Competition law, Nona edizione*. Oxford, 2018, pag. 121

¹²¹ Casi 56 e 58/64 EU:C:1966:41

¹²² Caso C-32/11 Allianz Hungária Biztosító EU:C:2013:160

dell'intesa stessa; di conseguenza, è possibile che non si proceda con delle ulteriori segmentazioni, anche quando in via generale queste ultime sarebbero possibili per la definizione del mercato rilevante. Ciò comporta l'eventualità che, nell'ambito dello stesso settore economico, vengano adottati provvedimenti che si basino su mercati rilevanti calcolati e definiti in maniera diversa¹²³.

Infine, la principale sanzione prevista dal legislatore nelle ipotesi di intese vietate consiste nella nullità assoluta delle stesse. La dichiarazione di nullità può essere richiesta al giudice da un qualsiasi interessato, anche nelle ipotesi in cui l'Autorità amministrativa, garante della concorrenza all'interno del mercato, ovvero all'interno del nostro ordinamento giuridico l'AGCM, non dovesse aver assunto la relativa iniziativa. Ai sensi degli articoli 14 e 15 L. 287/1990 l'Autorità garante deve accertare il carattere anticoncorrenziale dell'intesa, conseguentemente adottare tutti i provvedimenti necessari per la cessazione degli effetti negativi e irrogare sanzioni pecuniarie nelle ipotesi in cui non venga rispettato il termine stabilito per l'eliminazione delle infrazioni commesse; inoltre, nel caso di una ripetuta inottemperanza da parte degli imprenditori coinvolti, l'Autorità ha anche la possibilità di sospendere l'attività dell'impresa per un periodo massimo di trenta giorni¹²⁴.

5.2 Abuso di posizione dominante

Al giorno d'oggi, nell'ambito del diritto antitrust l'abuso di una posizione dominante viene fatta coincidere con il concetto di potere di mercato. Al riguardo, poiché il legislatore comunitario non ha mai

¹²³ MAGGIOLINO M. T.; *Le intese lesive della concorrenza*. In concorrenza e mercato, fasc. 1, 2004, pag. 30

¹²⁴ CAMPOBASSO G. F.; *Diritto Commerciale 1. Diritto dell'Impresa, Settima edizione*. UTET, Milano, 2017, pag. 227

fornito una nozione specifica, la definizione generale è stata fornita in via ermeneutica dalla Corte di Giustizia dell'Unione Europea; la Corte, nel caso *Hoffman-La Roche*¹²⁵, ha ritenuto che il contrasto della disciplina comunitaria a tale fenomeno incarna l'obiettivo garantistico di cui all'articolo 3 TFUE, ovvero il consolidamento di un regime in grado di assicurare che la concorrenza non venga falsata all'interno del mercato comune. Secondo la giurisprudenza comunitaria, la posizione dominante sul mercato coincide con una situazione di potenza economica, attraverso la quale l'impresa che la possiede è in grado di impedire una concorrenza effettiva, assumendo comportamenti indipendenti rispetto ai suoi concorrenti, clienti e consumatori¹²⁶.

L'abuso di posizione dominante è regolato, rispettivamente in ambito europeo e nazionale, agli articoli 102 TFUE e 3 L. 287/1990. Questo fenomeno, al pari delle intese, discende dall'impostazione dello Sherman Act del 1890, sul quale si fondano tutte le attuali normative antitrust; infatti, oltre alla fattispecie di accordo tra due o più imprese in *restraint of trade*, era regolata anche la fattispecie della cosiddetta *monopolization*, derivante dal *monopolium* del diritto romano e descritta come una condotta, individuale o collettiva, in grado di

¹²⁵ Caso 85/76 ECLI:EU:C:1979:36 *Hoffmann-La Roche & Co. AG c. Commissione delle Comunità europee*

¹²⁶ BALLESTRERO M. V., BENEDETTI A. M., BOSCHIERO N., BRAVO F., BRECCIA U., CAMILLI E. L., CAMMELLI M., CANNONE A., CASTELLANETA M., CELLAMARE G., CHELI E., CHERUBINI F., CLARICH M., COMPORTE G. D., COSCIA G., COSTI R., DE CRISTOFARO G., DEL PUNTA R., DI MARZIO F., ENRIQUES L., ESPOSITO M., FABIANI E., FALZEA A., FAVILLI C., GARGIULO P., GENTILI A., GITTI G., GREPPI E., GROSSI P., LENZI R., MARIUCCI L., MATTEI U., MAZZOTTA O., MORBIDELLI G., ORLANDI R., OSTI C., PAGLIANTINI S., PALMISANO G., PASSARELLI G. S., PINESCHI L., REVIGLIONE P., RUSCIANO M., SANTAGATA R., SARALE M., TROIANO O., VENTURINI G., VILLANI U., VIRZO R., ZACCARIA G., ZAPPULLA A., ZOLI C., ZOPPOLI A.; *Enciclopedia del diritto*. Giuffrè Editore, Milano, 2012, pag. 1

alterare la naturale struttura del mercato, al fine di ottenere dei guadagni superiori¹²⁷.

Al di fuori della disciplina settoriale prevista per i mezzi di comunicazione di massa e nei limiti del rispetto della normativa in materia di concentrazioni, il legislatore, sia comunitario che nazionale, non vieta il semplice acquisto di una posizione dominante; dunque, ai fini dell'applicazione della relativa disciplina non è sufficiente che un imprenditore sia in grado di influenzare l'andamento naturale del mercato, ma è altresì necessario che vi sia uno sfruttamento abusivo della posizione dominante detenuta, in grado di ledere i concorrenti, i consumatori e più in generale la struttura concorrenziale del mercato¹²⁸.

Nonostante non vi sia una definizione generale di “posizione dominante”, il legislatore detta direttamente i criteri di valutazione volti ad individuarla. Innanzitutto, vi sono due criteri strutturali, ovvero la quota di mercato, sia dell'imprenditore in esame, che dei suoi concorrenti e le eventuali barriere all'entrata nel mercato stesso. Al riguardo, quote particolarmente elevate, di valore pari o superiore all'80%, rappresentano di per sé la prova di una posizione dominante se mantenute “*per un periodo di una certa durata*”, come stabilito dalla Corte di Giustizia dell'Unione Europea nella sentenza del caso *Hoffman-La Roche*. Invece, le barriere all'accesso nel mercato possono essere conseguenza sia di un intervento legislativo, come nelle ipotesi di monopoli legali, sia il risultato dovuto alle particolari condizioni economiche del mercato a cui si intende accedere; inoltre, nel corso del tempo la giurisprudenza sovranazionale ha individuato diverse pratiche aggressive in grado di limitare l'accesso al mercato, come ad

¹²⁷ LIBERTINI M.; Diritto della concorrenza dell'Unione Europea. Giuffrè Editore, Milano, 2014, pp. 267-268

¹²⁸ CAMPOBASSO G. F.; *Diritto Commerciale 1. Diritto dell'Impresa, Settima edizione*. UTET, Milano, 2017, pp. 228-229

esempio un forte abbassamento dei prezzi volto ad eliminare la concorrenza con le altre imprese¹²⁹. Inoltre, nell'analisi della posizione dominante, un ruolo centrale è svolto dal criterio volto ad individuare il mercato rilevante; infatti, non si può assumere una posizione di potere sul mercato se non vengono definiti i confini commerciali entro cui opera l'impresa oggetto di valutazione. A tal fine, il mercato rilevante deve essere determinato prendendo in considerazione l'area geografica e il prodotto offerto; questo aspetto è stato specificamente chiarito dalla Corte di Giustizia dell'Unione Europea nel caso *United Brand-Chiquita*, nell'ambito del quale ha stabilito che “*le possibilità di concorrenza vanno esaminate in funzione delle caratteristiche del prodotto di cui trattasi e in relazione ad una zona geografica ben definita nella quale il prodotto è in commercio*”¹³⁰. Secondo la giurisprudenza europea l'individuazione del mercato sulla base del prodotto è una questione di intercambiabilità; ciò significa che nel momento in cui i beni e i servizi prodotti da due o più imprese sono intercambiabili, ovvero diretti a soddisfare gli stessi bisogni della medesima clientela, allora fanno parte dello stesso mercato. Invece, riguardo alla definizione dell'area geografica, la Commissione Europea offre una guida utile all'interno del suo *notice on market definition* che, basandosi sul test del monopolista ipotetico (test SSNIP), individua come parte dello stesso mercato due prodotti collocati in territori diversi, come ad esempio Francia e Germania, se l'aumento del prezzo in un territorio comporta un elevato passaggio della clientela all'altro.¹³¹

¹²⁹ CASSOTTANA M. NUZZO A.; *Lezioni di Diritto Commerciale comunitario, Seconda edizione*. G. Giappichelli Editore, Torino, 2006, pp. 325-326

¹³⁰ GHIROTTI E., CENDON P.; *Il patto di non concorrenza nei contratti commerciali*. Giuffrè Editore, Milano, 2008, pp. 66-67

¹³¹ WHISH R., BAILEY D.; *Competition law, Nona edizione*. Oxford, 2018, pp. 28-39

Una volta stabilito il concetto di posizione dominante sul mercato, è necessario definire lo sfruttamento abusivo della stessa; solo in questo modo sarà possibile individuare, a seconda dei casi, la violazione degli articoli 102 TFUE e 3 L. 287/1990. Al riguardo, non solo il legislatore non offre una nozione completa ed esaustiva, ma quest'ultima non è fornita nemmeno dalla giurisprudenza comunitaria, la quale, anziché basarsi su definizioni teoriche, ha preferito esaminare i singoli casi nel merito, comportando una necessaria analisi delle pronunce più importanti. Un ruolo primario è svolto dalla sentenza del caso *Hoffman-La Roche contro Commissione* della Corte di Giustizia dell'Unione Europea, la quale al paragrafo 91 ha stabilito che l'abuso è un concetto oggettivo legato al comportamento dell'impresa in posizione dominante in grado di alterare la struttura del mercato, laddove il livello di concorrenzialità sia basso e capace di impedire il mantenimento o la crescita della concorrenza¹³². Inoltre, in base a svariate pronunce degli organi comunitari su una vasta specie di pratiche abusive, è possibile distinguere due tipologie di abuso: l'abuso di monopolizzazione e l'abuso di sfruttamento. Nel primo caso l'impresa con una posizione dominante sul mercato elimina o falsa la concorrenza ponendo in essere pratiche abusive nei confronti dei suoi concorrenti, attuali o potenziali; nel secondo caso invece, la concorrenza viene alterata indirettamente attraverso uno sfruttamento della propria posizione dominante nei rapporti commerciali con fornitori e consumatori¹³³.

Il legislatore individua negli stessi comportamenti nominati che integrano le intese vietate, anche delle fattispecie tipiche di abuso di

¹³² WHISH R., BAILEY D.; *Competition law, Nona edizione*. Oxford, 2018, pag. 203

¹³³ CASSOTTANA M. NUZZO A.; *Lezioni di Diritto Commerciale comunitario, Seconda edizione*. G. Giappichelli Editore, Torino, 2006, pag. 331

posizione dominante; tuttavia, al pari di quanto avviene per le intese, anche in questo caso l'elencazione ha un valore meramente esemplificativo, essendo possibile individuare ulteriori fattispecie atipiche nelle quali la posizione dominante e lo svolgimento di una pratica abusiva dovranno essere valutati nel caso concreto. Inoltre, la sanzione prevista dal legislatore nelle ipotesi di abuso di posizione dominante sul mercato è analoga a quella dettata per le intese anticoncorrenziali. Al riguardo, trova applicazione la medesima disciplina prevista agli articoli 14 e 15 L. 287/190; tuttavia, in questo caso il legislatore non ammette alcuna eccezione, a differenza di quanto avviene per le intese, nell'ambito delle quali l'Autorità garante ha la facoltà di concedere delle esenzioni temporanee se l'attività anticoncorrenziale è volta a migliorare le condizioni di offerta e a determinare un beneficio generale per i consumatori¹³⁴.

5.3 Concentrazioni

Il terzo fenomeno anticoncorrenziale regolato dal legislatore, comunitario e nazionale, consiste nelle concentrazioni tra imprese. Una concentrazione si ha innanzitutto quando due o più imprese separate si fondono interamente dando vita ad una nuova entità, in tal caso si parla di concentrazione giuridica; tuttavia, il legislatore ha voluto individuare una categoria più ampia di transazioni, parlando di concentrazione anche in ipotesi diverse in cui, nonostante non vi sia una fusione piena tra le imprese coinvolte, si verifica una restrizione della concorrenza sul mercato¹³⁵. In particolare, si può parlare anche di concentrazione economica o di imprese comuni. Nella prima ipotesi due o più imprese

¹³⁴ CAMPOBASSO G. F.; *Diritto Commerciale 1. Diritto dell'Impresa, Settima edizione*. UTET, Milano, 2017, pp. 228-231

¹³⁵ WHISH R., BAILEY D.; *Competition law, Nona edizione*. Oxford, 2018, pag. 829

decidono di costituire un'unica entità economica, rimanendo giuridicamente separate e sottoponendosi ad un controllo, diretto o indiretto, in grado di influenzare in maniera determinante la loro produzione sul mercato; nel secondo caso invece, due o più imprese costituiscono un'impresa societaria comune, tuttavia queste ultime non ricadono nella disciplina delle concentrazioni, ma in quella delle intese, nelle ipotesi in cui abbiano come obiettivo primario quello di coordinare il comportamento concorrenziale delle imprese coinvolte. Dunque, a seconda dei casi, potrà parlarsi di concentrazione nelle ipotesi di fusione, scissione, acquisto di una partecipazione di controllo e via dicendo. Ciononostante, il risultato finale è uguale e consiste nell'aumento della quota di mercato detenuta da un'impresa e in una contestuale riduzione delle imprese indipendenti attive nello stesso settore¹³⁶.

Sono diverse le ragioni per le quali due o più imprese decidono di procedere con una concentrazione e nella maggior parte dei casi si tratta di motivazioni vantaggiose o quantomeno non dannose per il mercato; tuttavia, vi sono anche ipotesi in cui i motivi che spingono le imprese a svolgere un'operazione di concentrazione rischiano di scontrarsi negativamente con la libera concorrenza che caratterizza il mercato; ciò consente di individuare argomenti sia favorevoli che contrari a tali operazioni¹³⁷. In relazione agli aspetti positivi, le concentrazioni molto spesso comportano le cosiddette economie di scala, ovvero una situazione positiva in cui rispetto all'aumento della scala di produzione vi è una diminuzione del costo complessivo del

¹³⁶ CAMPOBASSO G. F.; *Diritto Commerciale 1. Diritto dell'Impresa, Settima edizione*. UTET, Milano, 2017, pag. 232. Sul punto anche LO CANE P.; *Le concentrazioni nel diritto antitrust italiano*. In *diritto.it*, 2001, pp. 5-13

¹³⁷ WHISH R., BAILEY D.; *Competition law, Nona edizione*. Oxford, 2018, pag. 833

prodotto¹³⁸; sono diversi gli ulteriori risultati positivi cui può portare una concentrazione, ad esempio in alcuni casi è più semplice acquisire il controllo di un distributore piuttosto che creare una rete di distribuzione in base ad un contratto. Inoltre, la minaccia di una possibile offerta di acquisto vincente può comportare un generale aumento dell'efficienza gestionale dell'impresa oggetto dell'offerta, in quanto l'attuale management team si impegnerà per evitare che i soci, essendo insoddisfatti, vendano le proprie azioni all'offerente. Infine, in alcuni casi, un ulteriore aspetto positivo delle concentrazioni consiste nell'offrire ad un'impresa la possibilità di uscire da uno specifico mercato e contestualmente investire in un nuovo business. Tuttavia, molto spesso le ragioni che spingono le imprese a svolgere tali transazioni non sono volte al benessere del mercato e dell'economia, ma a garantire interessi di natura personale. Dunque, in alcuni casi le concentrazioni si basano sull'avidità speculativa o sulla vanità personale di individui o imprese o ancora sulla paura, in quanto il coinvolgimento in una concentrazione può accrescere l'importanza e il consolidamento di un'impresa sul mercato; ciononostante, il principale motivo dannoso che porta due o più imprese a svolgere un'operazione di concentrazione consiste nel voler eliminare reciprocamente la concorrenza e accrescere il proprio potere sul mercato, arrivando a determinare il prezzo e ad ostacolare l'ingresso ad altre imprese¹³⁹.

Attualmente, la disciplina in materia è contenuta all'interno del Regolamento 139/04 e agli articoli 5,6 e 7 L. 287/1990. In ambito europeo, la normativa non è stata inserita immediatamente all'interno del Trattato CE, ma solo nel 1989 in seguito ad un lungo iter conclusosi con il Regolamento numero 4064; prima di questo momento,

¹³⁸ IL SOLE 24 ORE; *Economie di scala*. In ilsole24ore.com, 2016, pag. 1

¹³⁹ WHISH R., BAILEY D.; *Competition law, Nona edizione*. Oxford, 2018, pp. 834-836

l'orientamento generale era quello di collocare le concentrazioni tra imprese all'interno del divieto di intese restrittive della concorrenza e di abuso di posizione dominante. Inoltre, nel corso del tempo, il Regolamento è stato ampiamente modificato fino ad arrivare all'attuale disciplina; quest'ultima è il risultato di un percorso di modernizzazione del diritto antitrust comunitario, volto ad adeguare la normativa antimonopolistica all'espansione dell'Unione Europea¹⁴⁰.

In particolar modo, con gli ultimi interventi legislativi, la Commissione ha introdotto innanzitutto una Direzione Generale della Concorrenza (DG concorrenza), competente soprattutto in relazione alle concentrazioni; tale organo riceve la notifica preventiva della concentrazione, raccoglie le informazioni e i documenti utili per svolgere un primo controllo, dopodiché, sarà la Commissione a decidere sull'operazione¹⁴¹.

Infatti, non tutte le concentrazioni sono vietate, poiché spesso possono essere utilizzate quale strumento di ristrutturazione volto a diminuire il numero delle imprese sul mercato a ad aumentare il grado di competitività tra le rimanenti, tuttavia sono illecite le operazioni di maggiore dimensione volte ad alterare eccessivamente la natura concorrenziale del mercato; a tal fine, il legislatore, comunitario e nazionale, individua delle soglie di fatturato che, se superate, comportano la necessaria comunicazione preventiva alle rispettive autorità competenti, affinché possano valutare se l'operazione in esame determini la nascita o il rafforzamento di una posizione dominante sul

¹⁴⁰ CASSOTTANA M. NUZZO A.; *Lezioni di Diritto Commerciale comunitario, Seconda edizione*. G. Giappichelli Editore, Torino, 2006, pp. 345-349

¹⁴¹ ADAMO G.; *Il quadro normativo delle concentrazioni: dalla legislazione europea a quella nazionale*. In *diritto.it*, 2011, pag. 7

mercato, idonea a ridurre o eliminare in modo sostanziale e durevole la concorrenza¹⁴².

All'interno del nostro ordinamento giuridico, la disciplina sanzionatoria contenuta nella L. 287/1990 stabilisce che l'AGCM debba aprire un'istruttoria, del termine perentorio di 45 giorni, nelle ipotesi in cui sospetti l'illiceità di una concentrazione, potendo contestualmente ordinarne la sospensione; al termine dell'istruttoria l'Autorità garante può vietare la concentrazione o in alternativa autorizzarla, indicando le misure che devono essere necessariamente assunte a tutela della concorrenza. Invece, nelle ipotesi in cui non sia avvenuta la comunicazione preventiva e l'operazione sia già stata svolta, l'Autorità si limita a indicare tutte le attività che devono essere svolte per ricostituire la concorrenza effettiva sul mercato ed eliminare gli effetti distortivi già prodottisi. Inoltre, nelle ipotesi di mancato rispetto del divieto o delle misure imposte, l'Autorità garante può imporre sanzioni pecuniarie del valore pari fino al 10% del fatturato delle imprese coinvolte; tuttavia, a differenza di quanto avviene per le intese, non può essere dichiarata la nullità dell'operazione svolta, che rimarrà valida ed efficace, potendo le persone lese solamente agire per ottenere il risarcimento del danno e ferma restando la facoltà per l'Autorità di imporre delle operazioni contrarie a quelle svolte, come ad esempio una scissione in seguito allo svolgimento di una fusione vietata. Infine, a differenza di quanto previsto in generale per le situazioni di abuso di posizione dominante, il legislatore riconosce

¹⁴² CASSOTTANA M. NUZZO A.; *Lezioni di Diritto Commerciale comunitario, Seconda edizione*. G. Giappichelli Editore, Torino, 2006, pag. 346: “Vero è, tuttavia, che la conclusione di un'operazione di concentrazione tra imprese determina una modifica stabile e duratura dell'assetto strutturale delle imprese coinvolte, che si presta a generare delle distorsioni della concorrenza che possono pregiudicare il livello di competitività di quel mercato, con gravi conseguenze a carico delle imprese che operano su quel mercato e dei consumatori.”

all'Autorità la facoltà di autorizzare in via eccezionale le concentrazioni anticoncorrenziali poste a tutela di rilevanti interessi dell'economia nazionale¹⁴³.

6 L'AGCM (Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato)

La riforma legislativa del 1990 ha introdotto all'interno del nostro ordinamento giuridico l'Autorità garante della concorrenza e del mercato (AGCM); l'obiettivo del legislatore era quello di individuare un organo amministrativo indipendente che garantisse il rispetto della disciplina antimonopolistica e al giorno d'oggi tale competenza abbraccia tutti i settori economici, essendo stata abrogata la normativa che, nel mercato bancario, attribuiva tale autorità alla Banca d'Italia¹⁴⁴.

Il legislatore assegnava all'AGCM tre competenze principali: l'applicazione della normativa antitrust che contrasta le intese e l'abuso di posizione dominante, il controllo preventivo delle concentrazioni e la promozione della concorrenza attraverso la segnalazione al Parlamento, al Governo e alle amministrazioni interessate, dei casi in cui le regole non giustificate da un interesse generale comportano un'alterazione del naturale funzionamento del mercato; in questo caso si parla di *competition advocacy*. Tuttavia, nel corso del tempo le competenze dell'AGCM si sono estese sempre di più fino a qualificarla quale autorità competente ad applicare direttamente la normativa antitrust comunitaria; ciò ha inevitabilmente accentuato e confermato il carattere europeo della L. 287/1990, già ispirata alla normativa comunitaria. Inoltre, nel corso del tempo sono state anche eliminate

¹⁴³ CAMPOBASSO G. F.; *Diritto Commerciale 1. Diritto dell'Impresa, Settima edizione*. UTET, Milano, 2017, pp. 233-234

¹⁴⁴ CAMPOBASSO G. F.; *Diritto Commerciale 1. Diritto dell'Impresa, Settima edizione*. UTET, Milano, 2017, pag. 223

tutte le eccezioni alla competenza dell'Autorità fino a renderla il garante assoluto della concorrenza. Ciò ha comportato anche una serie di effetti positivi, infatti, poiché la normativa sostanziale in tema di intese, abuso di posizione dominante e concentrazioni è uguale in tutti i settori economici, l'unicità dell'istituzione competente comporta anche l'omogeneità dei criteri di valutazione adottati nei casi concreti. Inoltre, sono svariati gli ulteriori settori a cui è stata estesa la competenza dell'AGCM, come ad esempio quelli della pubblicità ingannevole e delle pratiche commerciali scorrette; in particolare, l'Autorità è stata designata quale organo competente ad applicare le disposizioni in materia, al fine di garantire una trasparenza nel rapporto tra imprenditori e consumatori e affinché questi ultimi agissero sulla base di una corretta informazione¹⁴⁵. Al giorno d'oggi, le principali funzioni svolte dall'AGCM consistono in poteri ispettivi e di indagine, nell'adozione di tutti i provvedimenti antimonopolistici necessari, nonché nell'irrogazione di sanzioni amministrative pecuniarie nei casi stabiliti dalla legge¹⁴⁶. Inoltre, in seguito al Decreto Bersani del 2006, all'AGCM è stato riconosciuto anche un potere cautelare; più nello specifico, durante il periodo di modernizzazione legislativa comunitaria, in Italia venne introdotto il D.L. 223/2006, che ha apportato alcune modifiche al modello di enforcement nazionale, introducendo nella L. 287/1990 l'articolo 14-bis, secondo cui nelle ipotesi di urgenza causata da un imminente danno grave ed irreparabile alla concorrenza, l'Autorità d'ufficio adotta misure cautelari, laddove rilevi sommariamente un'infrazione. L'ambito applicativo della disciplina in esame riconosce all'AGCM il potere di adottare misure

¹⁴⁵ BRUZZONE G., SAIJA A.; *L'autorità garante della concorrenza e del mercato*. In *astrid-online.it*, 2008, pp. 1-3

¹⁴⁶ FAELLA G.; *Il potere cautelare dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato*. In *giurisprudenza commerciale*, fasc. 2, 2008, pag. 244

cautelari nelle ipotesi di intese anticoncorrenziali e di abuso di posizione dominante, rientranti sia nella disciplina comunitaria che in quella nazionale, mentre non sembra estendersi alle ipotesi di concentrazioni; tuttavia, sul punto rimangono alcuni dubbi dovuti al fatto che l'articolo 14-bis non esclude espressamente le concentrazioni dal proprio ambito di applicazione e anzi, è possibile individuare ipotesi in cui l'estensione dell'istituto a tali fattispecie potrebbe garantire un rafforzamento del sistema di controllo delle concentrazioni, come ad esempio nelle ipotesi di mancata effettuazione della notificazione preventiva¹⁴⁷. Inoltre, ai sensi dell'articolo 33 L. 287/1990, tutti i provvedimenti amministrativi adottati dall'Autorità garante possono essere impugnati attraverso ricorso giudiziario di fronte al Tar Lazio, mentre le azioni di nullità, di risarcimento dei danni e i ricorsi per l'ottenimento di provvedimenti d'urgenza, devono essere esperite di fronte al tribunale per le imprese competente per territorio¹⁴⁸.

La regola principale del diritto antitrust italiano è quella secondo cui l'AGCM procede d'ufficio, tuttavia non si tratta di un dovere, ma di una facoltà rimessa ad una sua libera valutazione. Al riguardo, i confini di questo potere discrezionale sono talmente vaghi da portare l'Autorità stessa a considerarlo assolutamente libero, non dovendo motivare la propria scelta di agire o meno; in particolar modo, l'assoluta discrezionalità viene mantenuta sia nelle ipotesi in cui è la stessa Autorità ad interessarsi ad una fattispecie concreta, sia nei casi in cui vi è la segnalazione da parte di un soggetto privato. Inoltre, alla luce dell'indipendenza che caratterizza l'AGCM e che si affianca alla sua piena discrezionalità, è da escludere che sia possibile svolgere un

¹⁴⁷ FAELLA G.; *Il potere cautelare dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato*. In giurisprudenza commerciale, fasc. 2, 2008, pp. 244-248

¹⁴⁸ CAMPOBASSO G. F.; *Diritto Commerciale 1. Diritto dell'Impresa, Settima edizione*. UTET, Milano, 2017, pag. 224

qualsiasi controllo effettivo ed efficace sull'attività svolta da tale organo; in questo caso non risulta chiara la decisione del legislatore posta alla base della relativa disciplina, in quanto una maggiore trasparenza, in cui l'Autorità comunica al pubblico le indagini che intende svolgere, trasmetterebbe alle imprese sul mercato un messaggio positivo in grado di garantire il recupero ed il mantenimento di una maggiore legittimità della struttura concorrenziale, diminuendo di molto un intervento diretto¹⁴⁹.

In conclusione, la difficoltà a mantenere un regime di concorrenzialità effettiva tra le imprese sul mercato, soprattutto all'interno del nostro ordinamento giuridico caratterizzato da forti e ricorrenti fenomeni anticoncorrenziali, rende necessaria la presenza di un'Autorità amministrativa, il cui compito principale sia quello di curare l'attuazione del diritto antitrust, comunitario e nazionale¹⁵⁰.

¹⁴⁹ DI CATALDO V.; *L'autorità garante della concorrenza e del mercato a vent'anni dalla sua istituzione. Appunti critici*. In concorrenza e mercato, fasc. 1, 2010, pp. 471-472

¹⁵⁰ DI CATALDO V.; *L'autorità garante della concorrenza e del mercato a vent'anni dalla sua istituzione. Appunti critici*. In concorrenza e mercato, fasc. 1, 2010, pp. 495-496

CAPITOLO II

LA SHARING ECONOMY

1 Introduzione alla sharing economy – 1.1 L'evoluzione nel tempo della sharing economy – 1.2 Diverse definizioni di sharing economy – 1.2.1 La dicotomia tra sharing economy e gig economy – 1.3 Esempi di aziende fondate sulla sharing economy – 2 Gli aspetti fondamentali della sharing economy – 2.1 I sistemi di consumo collaborativo – 2.2 I modelli di business nella sharing economy – 2.3 Il valore sociale della shaing economy – 3 Gli effetti della sharing economy – 3.1 Vantaggi e opportunità – 3.2 Svantaggi e rischi – 4 La sharing economy nel mondo – 4.1 La sharing economy in Europa – 4.2 La sharing economy in Italia – 5 Sharing economy e imprese cooperative – 5.1 Modelli a confronto – 5.2 Le opportunità del confronto – 5.3 Prospettive future

1 Introduzione alla sharing economy

L'economia tradizionale, definita anche *economia di sussistenza*, rappresenta un modello antico secondo il quale le scelte delle attività economiche si basano sulle risorse reperibili, come ad esempio le materie naturali presenti nel territorio in cui opera l'impresa o le risorse facilmente ottenibili dall'impresa stessa. Questo sistema economico è caratterizzato da una particolare chiarezza sui ruoli che vengono rivestiti dai vari membri all'interno della comunità, ma allo stesso tempo è esposto ad una serie di fattori rischiosi in grado di incidere negativamente sulla produttività, come ad esempio i cambiamenti climatici. Tuttavia, nel corso del tempo,

l'industrializzazione e il consumismo hanno comportato una trasformazione, con il conseguente passaggio all'economia di mercato, ovvero un modello economico secondo il quale i rapporti commerciali si basano sul valore dello scambio all'interno di un mercato¹⁵¹.

Al giorno d'oggi il sistema economico ha fatto un successivo passo avanti, comportando la vertiginosa crescita di un fenomeno attuale con radici antiche; in particolare, l'ultimo ventennio ha assistito al passaggio dall'economia dello scambio all'economia della condivisione, conosciuta con il nome di *sharing economy*. Si tratta di un fenomeno sviluppatosi a partire dal 2008 in seguito alla crisi economica, fondato sulla condivisione e l'utilizzo di beni e servizi, anziché sull'acquisto della proprietà degli stessi. Più nello specifico, la *sharing economy* rappresenta un modello di "economia circolare" nel quale una rete di soggetti interconnessi scambiano direttamente tra loro beni, servizi ed altre risorse attraverso sistemi digitali e fisici; ciò avviene sia in forma gratuita, che a pagamento. In questa prospettiva, l'economia della condivisione promuove una nuova forma di consumo consapevole (*consumo collaborativo*) imperniata non più sul possesso, bensì sull'utilizzo, comportando contestualmente anche la nascita del concetto di *prosumer*¹⁵², ovvero un soggetto che è allo stesso tempo fornitore e utilizzatore del prodotto¹⁵³. Dunque, gli elementi caratteristici che saltano immediatamente all'occhio sono: la condivisione, la relazione e la fiducia. Infatti, è necessario instaurare una relazione con altri soggetti per poter condividere un bene o un

¹⁵¹ IUSVE TEAM; *Sharing is caring: cosa ci lascia l'economia della condivisione?* In culturedigitali.org, 2020, pp. 1-2

¹⁵² Prosumer è il risultato dell'incontro tra i termini inglesi *producer* e *consumer*.

¹⁵³ BOTSMAN R., ROGERS R.; *Il consumo collaborativo ovvero quello che è mio è anche tuo*. Franco Angeli, Milano, 2011. Sul punto anche UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI BARI ALDO MORO; *Guida: introduzione alla sharing economy ed al consumo collaborativo*. In ec.europa.eu, 2017 pag. 6 e IUSVE TEAM; *Dalla Sharing Economy al Capitalismo Piattaforma*. In culturedigitali.org, 2019, pp. 4-5

servizio e contestualmente lo scambio deve basarsi su una fiducia reciproca legata all'utilizzo del prodotto; solo in questo modo è possibile dar vita ad un'economia basata sulla condivisione¹⁵⁴.

Sono quattro i principi alla base del consumo collaborativo, ovvero la massa critica, il potenziale inattivo, l'importanza dei beni comuni e la fiducia fra estranei. La massa critica rappresenta un concetto sociologico e viene utilizzata per spiegare diversi fenomeni, dalle reazioni nucleari a catena alle nuove tecnologie. Più nello specifico, questa espressione descrive la situazione nella quale un determinato sistema ha raggiunto delle dimensioni tali da consentirgli di auto-sostenersi. Nella sharing economy la massa critica assume una duplice importanza: sotto il profilo della scelta e sotto quello della prova sociale. Innanzitutto, in relazione alla scelta, è necessario che il consumo collaborativo venga portato allo stesso livello dello shopping tradizionale e che dunque vi sia una scelta abbastanza ampia da soddisfare i bisogni dei consumatori; quindi, come nello shopping tradizionale le persone vanno da un negozio all'altro in cerca di ciò che vogliono, allo stesso modo necessitano di un'ampia scelta del prodotto sulle piattaforme in cui si sviluppa la sharing economy. In relazione alla prova sociale, invece, è necessario che si formi un gruppo di clienti fedeli e abituali; infatti, solo in questo modo si ha la conferma sociale del fenomeno, l'idea di un qualcosa che andrebbe provato e il conseguente superamento della barriera psicologica che caratterizza le novità¹⁵⁵. Il secondo principio, ovvero il potenziale inattivo, riguarda lo spreco che caratterizza la maggior parte degli oggetti circostanti; più nello specifico, rappresenta il potenziale inutilizzato di un bene, che nel

¹⁵⁴ BARBERIS P., CHIRIATTI L.; *Sharing economy – Un'occasione da condividere*. In voltaitalia.org, 2016, pag. 11

¹⁵⁵ BOTSMAN R., ROGERS R.; *Il consumo collaborativo ovvero quello che è mio è anche tuo*. Franco Angeli, Milano, 2011, pp. 85-91

momento in cui non serve ad un soggetto, può essere sfruttato da altri senza restare inutilizzato nel possesso di un'unica persona. Rachel Botsman, ovvero colei che si colloca tra i pionieri della teoria della sharing economy, nel definirla utilizza l'espressione *underused* in relazione ai beni e servizi oggetto di condivisione; questo termine significa letteralmente *sottoutilizzati* ed è volto a sottolineare il potenziale inattivo che caratterizza i prodotti oggetto di condivisione e che permette di poterli sfruttare al meglio attraverso questo nuovo sistema economico. L'importanza dei beni comuni, invece, si contrappone alla proprietà privata e richiama l'idea che, attraverso la condivisione di beni, si doni valore alla comunità e si promuova anche la crescita del valore sociale di ogni singolo individuo, creando delle relazioni basate sul dare e avere. Infine, la fiducia fra estranei rappresenta il cuore dello scambio e consente l'eliminazione degli intermediari, che nel mondo dell'*iper-consumo*¹⁵⁶ hanno sempre agito da collegamento tra i produttori e i consumatori. Infatti, in passato non vi era il bisogno di fidarsi l'un l'altro, bastava la fiducia nei confronti di un terzo che gestiva le transazioni secondo determinate regole, mentre oggi il consumo collaborativo modifica il ruolo dell'intermediario, rendendolo colui che ha il compito di creare un ambiente di familiarità e fiducia per l'incontro tra comunità e commercio; ciò rende molto più semplici gli scambi alla pari e l'affermazione della sharing economy¹⁵⁷.

1.1 L'evoluzione nel tempo della sharing economy

La sharing economy è un fenomeno in continua evoluzione, che nel giro di poco tempo è passato dall'essere un modello di natura ideale

¹⁵⁶ Cfr. infra cap. 2 par. 1.1

¹⁵⁷ BOTSMAN R., ROGERS R.; *Il consumo collaborativo ovvero quello che è mio è anche tuo*. Franco Angeli, 2011, pp. 91-99

al sistema che caratterizza l'economia attuale. Nello specifico, la condivisione non è il risultato dell'età contemporanea, ma ha sempre fatto parte delle relazioni tra esseri umani, che in passato utilizzavano strumenti o utensili in comune e condividevano le proprie conoscenze, capacità e storie. Tuttavia, al giorno d'oggi, lo sviluppo tecnologico, l'esplosione di Internet e la diffusione dei social network, hanno offerto alla condivisione la possibilità di evolversi in un sistema economico in cui la socializzazione virtuale, sviluppatasi nei primi anni del 2000, si sposa con l'esercizio di un'attività economica; al riguardo, dalla fine dello scorso secolo, nel mondo dell'economia e degli affari si è iniziato a discutere sul concetto di sharing economy, ma è solo con l'avvento di Internet e la nascita delle *community*¹⁵⁸ che si è avuta la concretizzazione di questo fenomeno¹⁵⁹. Dunque, le nuove tecnologie hanno ricoperto un ruolo primario nello sviluppo dell'economia della condivisione, facilitando la connessione con altri individui e l'instaurazione di una relazione basata sulla fiducia reciproca. Inoltre, l'era digitale ha abbattuto le vecchie barriere territoriali, permettendo la creazione di gruppi più ampi e diversamente collocati sul territorio, in grado di relazionarsi anche in assenza di un luogo fisico e soprattutto di condividere beni e servizi con qualsiasi soggetto interessato. Di conseguenza, lo sviluppo tecnologico ha permesso il ritorno a modelli antichi e naturali, caratterizzati dal mutualismo e dalla reciprocità, eliminando i relativi limiti e adattandoli alla realtà contemporanea¹⁶⁰.

¹⁵⁸ Si tratta di una rete di utenti che, registrandosi su una stessa piattaforma digitale, crea una vera e propria comunità virtuale e tecnologica nella quale gli utenti condividono l'interesse legato all'oggetto della piattaforma.

¹⁵⁹ IONOS; *Sharing economy*. In ionos.it, 2019, pp. 1-2. Sul punto anche IUSVE TEAM; *Sharing is caring: cosa ci lascia l'economia della condivisione?* In culturedigitali.org, 2020, pp. 5-6

¹⁶⁰ YOUTH EUROPE SERVICE, KIRSEHIR VALILIGI; *Guida: introduzione alla sharing economy ed al consumo collaborativo*. In ec.europa.eu, 2017, pag.14

Il fenomeno della condivisione rappresenta una risposta all'iperconsumismo che si è diffuso negli ultimi cinquant'anni, ovvero un'attività di acquisto frenetico dovuta non solo alla funzionalità di alcuni beni nella vita quotidiana, ma anche al semplice piacere e al desiderio di consumare. Nel corso del tempo si sono sviluppati in tutto il globo orientamenti contrari a questa forma eccessiva di spreco ingiustificato; in particolare, si ritiene che una migliore allocazione di beni e servizi possa produrre una serie di effetti positivi, ad esempio nei confronti dell'ambiente o delle realtà commerciali più piccole, riconoscendo un ruolo più attivo anche agli imprenditori locali. In questo contesto è stata introdotta l'idea della cosiddetta società *commons-based* (basata su beni comuni), ovvero uno stile di vita che riconosce uguale importanza sia al possesso, che alla condivisione, allontanandosi dal modello economico di scambio sul mercato. A fondamento della società commons-based ci sono i valori della giustizia sociale e della protezione dell'ambiente, che si oppongono alla competitività economica e alla proprietà privata; questa voglia di contrastare e ricostruire diversamente il consumismo rappresenta la base su cui è nata e si è sviluppata l'economia della condivisione¹⁶¹.

La sharing economy, attraverso lo sviluppo di nuove forme di consumo sostenibili fondate sul riutilizzo, sulla condivisione, sulla fiducia e sulla socializzazione, ha risposto bene alle sfide poste dalla crisi economica e da un sistema sempre più competitivo, suscitando anche un grande interesse da parte dei consociati; infatti, questi ultimi traggono diversi vantaggi da un sistema basato sulla condivisione, come ad esempio dei maggiori legami sociali, una minor spesa e la scoperta

¹⁶¹ UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI BARI ALDO MORO; *Guida: introduzione alla sharing economy ed al consumo collaborativo*. In ec.europa.eu, 2017, pp. 9-12

di nuove forme di consumo¹⁶². Tuttavia, nonostante in molti vedano nella crisi economica la causa principale della sharing economy, diverse ricerche hanno dimostrato che questo cambiamento globale e sistematico presenta delle radici in parte diverse e ciò è confermato dalla partecipazione al fenomeno anche di categorie non lese dalla crisi economica. Piuttosto, l'elemento che ha contribuito all'evoluzione della sharing economy va individuato non solo nel suo risvolto positivo pratico, ma anche nella condivisione ideologica di questo nuovo approccio al consumo, volto a incrementare la sostenibilità ambientale, la democrazia nei processi decisionali e le opportunità individuali e collettive, contrastando alcuni aspetti del neoliberismo. Infatti, l'economia della condivisione nel tempo si è collocata in uno spazio che né lo Stato, né il mercato sono riusciti a raggiungere singolarmente, in quanto il neoliberismo ha sempre tenuto distinte l'economia e le relazioni sociali, comportando la nascita di due categorie separate e quasi addirittura contrapposte l'una con l'altra. Contrariamente a ciò, la sharing economy ha creato uno spazio in cui è possibile la riconciliazione tra Stato e mercato, in quanto la condivisione, lo scambio, il riutilizzo, la riduzione del consumo e dei costi e il minor impatto ambientale rappresentano risultati non connessi direttamente al mercato professionale, ma frutto di una spinta motivazionale consistente nel desiderio di condividere valori e obiettivi e in grado di mettere in relazione la prospettiva sociale con quella economica¹⁶³.

Nel 2015 anche l'Oxford Dictionary ha preso atto del consolidamento di questo nuovo fenomeno, introducendo al suo interno una definizione di sharing economy, che viene definita quale sistema

¹⁶² MARTINI E., VESPASIANO F.; *Sharing economy: la socializzazione fonda lo scambio economico*. In culture e studi del sociale, fasc. 1, 2016, pag. 30

¹⁶³ UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI BARI ALDO MORO, AGENCIA PARA EL EMPLEO DE MADRID; *Guida: introduzione alla sharing economy ed al consumo collaborativo*. In ec.europa.eu, 2017, pp. 24-26

economico al cui interno sono condivisi, per il mezzo di Internet, beni e servizi tra soggetti privati, sia in forma gratuita, che a pagamento. Grazie a questa definizione, la sharing economy può essere ritrovata all'interno di moltissime attività d'impresa odierne, basate ad esempio sulla condivisione del proprio appartamento, della propria auto e persino della propria rete wi-fi¹⁶⁴.

Ancora oggi, soprattutto in Europa, la sharing economy si sta sviluppando e affermando quale sistema di business, raggiungendo il carattere predominante che già la caratterizza negli Stati Uniti, il Paese che ha visto nascere l'economia della condivisione. Sulla base di un'analisi svolta da *PricewaterhouseCoopers* (PwC), nel 2025 l'Europa vedrà una netta crescita delle transazioni che caratterizzano la sharing economy, arrivando ad ottenere un valore pari a 570 miliardi di euro rispetto agli attuali 28 miliardi¹⁶⁵, o almeno era questa la stima fatta prima della diffusione del virus COVID-19; in realtà, tale previsione non poteva calcolare la variante della pandemia che, diffondendosi globalmente a inizio 2020, ha colpito duramente alcuni settori della sharing economy. Infatti, in passato si stimava una crescita che avrebbe portato il 2020 ad un guadagno pari a 20,4 miliardi di dollari annui, a fronte dei 6,4 incassati nel 2015; in particolare, un rapporto di *Juniper Research* evidenziava sia un consolidamento degli attuali settori, sia lo sviluppo di nuovi, con un netto aumento del fenomeno, ad esempio, nell'ambito del food delivery o dei servizi personali come il baby-sitting¹⁶⁶. Invece, nell'ultimo anno specifici settori della sharing economy, come ad esempio l'affitto temporaneo, sono andati incontro

¹⁶⁴ MACI L.; *Sharing economy, cosa è (e perché è difficile dire cosa è)*. In *economyup.it*, 2021, pp. 3-4

¹⁶⁵ INCORVATI L.; *Il valore della sharing economy*. In *Il Sole 24 ore – PLUS24*, Edizione 07/2016, pag. 16

¹⁶⁶ CARETTO G.; *Sharing economy, il futuro: nuovi settori e incassi triplicati al 2020*. In *startmag.it*, 2016, pag. 1

ad una perdita di milioni di dollari, pari ad almeno il 50% del fatturato in meno rispetto ai guadagni nel 2019; ciò ha comportato una serie di conseguenze negative a catena, tra le quali la più grave consiste nella perdita della forza lavoro e nell'aumento della disoccupazione. Ciononostante, si ritiene che nel complesso non sia corretto parlare di un *refrain* (arresto) del consumo collaborativo, anzi secondo diversi fautori della sharing economy, quest'ultima durante il 2020 si è consolidata ed uscirà dall'emergenza COVID-19 più forte di prima; più nello specifico, si ritiene che, nonostante alcuni settori consolidati dell'economia collaborativa siano stati fortemente penalizzati dalla crisi economica conseguente alla pandemia, nel complesso la collaborazione ha dimostrato di essere una formula vincente, attraverso pratiche di assistenza, di volontariato, di mutuo aiuto e via dicendo. Dunque, la comunità è riuscita a mostrare una forte resilienza, unendo sotto svariati aspetti professionalità, competenze e idee e usando la condivisione quale formula vincente¹⁶⁷.

1.2 Diverse definizioni di sharing economy

Il termine sharing economy ha un carattere onnicomprensivo e abbraccia fattispecie diverse l'una dall'altra, a seconda dell'uso che viene fatto del fenomeno nel caso concreto; infatti, l'economia della condivisione può essere descritta tramite svariate espressioni, tra loro spesso parzialmente intercambiabili, volte a definirne specifici aspetti. Dunque, a seconda del termine che si utilizza si mettono in luce specifiche caratteristiche, generando spostamenti di significato¹⁶⁸.

¹⁶⁷ MAINIERI M.; *Il futuro della sharing economy (ma avrà un futuro?)*. In *morningfuture.com*, 2020, pp. 2-4

¹⁶⁸ BATTISTONI F., COMO E., CHOJNICKI S., RAPISARDI A., SATERIALE BERNARDO PROVVEDI G.; *Dalla sharing economy all'economia collaborativa. L'impatto e le opportunità per il mondo cooperativo*. In *fondazioneunipolis.org*, 2015, pag. 15

Innanzitutto, l'espressione *economia peer-to-peer* fu inventata dal teorico belga Michel Bauwens, secondo il quale tale modello economico rappresenta un sistema decentralizzato in cui più soggetti si relazionano per vendere beni e servizi direttamente tra di loro, senza un terzo intermediario. Inoltre, tra gli anni 2013 e 2014, si è sviluppata l'espressione *rental economy*, che al giorno d'oggi è stata quasi del tutto inglobata nel significato più generico di *sharing economy* e che nasce come termine volto a ricomprendere tutte le pratiche che richiamano l'attività di dare o prendere in noleggio¹⁶⁹. Sono tante le ulteriori espressioni usate per descrivere specifici aspetti dell'economia della condivisione, come ad esempio *crowd economy*¹⁷⁰ o *economia on-demand*¹⁷¹. Ciononostante, vi sono alcune caratteristiche sempre presenti che consentono di accomunare queste diverse prospettive di *sharing economy* sviluppatesi nel tempo. Tre sono le connotazioni principali: una piattaforma tecnologica dove si instaurano le relazioni digitali, una collaborazione tra individui che consiste nella condivisione di beni e servizi, l'instaurazione di relazioni *peer-to-peer*, ovvero relazioni paritarie. Il diverso equilibrio che si instaura tra questi tre elementi comporta l'esercizio di svariate attività, i cui effetti incidono

¹⁶⁹ MACI L.; *Sharing economy, cosa è (e perché è difficile dire cosa è)*. In *economyup.it*, 2021, pp. 5-8

¹⁷⁰ Con l'espressione *crowd economy* o "economia della folla" si fa riferimento al complesso di attività economiche e sociali, nelle quali viene privilegiata la partecipazione attiva delle persone attraverso una piattaforma digitale, con l'obiettivo di raggiungere risultati reciprocamente vantaggiosi per gli utenti registrati sulla piattaforma. Un esempio di *crowd economy* si ha con tutte le piattaforme di *crowdfunding* o "finanziamento collettivo", attraverso le quali chi ha bisogno di fondi viene messo in contatto con piccoli donatori allo scopo di raccogliere una cifra totale finale, che permetta di realizzare obiettivi di carattere sociale, umanitario, economico, culturale o scientifico. Il *crowdfunding* può essere sia di tipo speculativo che di tipo non speculativo: nel primo caso, la piattaforma viene usata per effettuare una donazione senza un compenso finale o comunque con un compenso non connesso alla donazione, trasferito sotto forma di riconoscimento; nel secondo caso, il denaro raccolto viene investito in scopi personali o attività imprenditoriali, affinché vi sia un ritorno profittevole dell'investimento.

¹⁷¹ Cfr. *infra* cap. 2 par. 1.2.1

distintamente sulla produzione, sul consumo, sullo sviluppo e sulle relazioni sociali¹⁷². Attualmente, tutte queste definizioni e lo stesso termine *sharing economy*, stanno lasciando spazio ad un'espressione ancora più ampia e diffusa, sia a livello italiano che internazionale, ovvero la *collaborative economy*; quest'ultima consente di ricomprendere tutte le varie sfumature del fenomeno della condivisione, senza però attribuire ad ogni singola fattispecie lo specifico significato o valore che caratterizza la *sharing economy*¹⁷³. Infatti, con la definizione di *collaborative economy* ci si riferisce in via generale e formale ad un sistema economico decentralizzato in cui vi è una corrispondenza perfetta tra bisogni e beni, eliminando la figura del terzo intermediario, mentre l'espressione *sharing economy* si rivolge più specificamente alla condivisione diretta di beni e servizi all'interno di tale sistema economico, sia gratuitamente che a pagamento.

La varietà dei termini usati per definire l'economia della condivisione o specifici aspetti della stessa, in alcuni casi, può causare una forte confusione circa la natura di una determinata attività, cioè se quest'ultima rientri o meno nella categoria della *sharing/collaborative economy*. Per rispondere a tale quesito è necessario analizzare la sussistenza di cinque criteri di riferimento: 1) il potenziale inattivo dei prodotti deve poter essere sfruttato sia per il raggiungimento di benefici monetari, che non monetari; 2) l'attività deve basarsi sui principi di trasparenza, umanità e autenticità; 3) i fornitori devono essere valutati, rispettati e responsabilizzati; 4) i consumatori devono pagare per l'accesso ai beni e servizi e non per la proprietà degli stessi; 5) l'attività

¹⁷² UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI BARI ALDO MORO, AGENCIA PARA EL EMPLEO DE MADRID; *Guida: introduzione alla sharing economy ed al consumo collaborativo*. In ec.europa.eu, 2017 pp. 15-16

¹⁷³ BATTISTONI F., COMO E., CHOJNICKI S., RAPISARDI A., SATERIALE BERNARDO PROVVEDI G.; *Dalla sharing economy all'economia collaborativa. L'impatto e le opportunità per il mondo cooperativo*. In fondazioneunipolis.org, 2015, pag. 15

deve inserirsi in mercati o reti decentralizzati, che creano un senso di collettività e vantaggio reciproco per la comunità; se questi cinque criteri vengono rispettati, allora l'attività svolta dall'azienda oggetto di esame rientra nell'ampia categoria della collaborative economy¹⁷⁴.

1.2.1 La dicotomia tra sharing economy e gig economy

Particolare attenzione deve essere rivolta all'espressione *gig economy* o *economia on-demand*¹⁷⁵; quest'ultima letteralmente significa "economia dei lavoretti" e in genere si rivolge a tutte quelle attività in cui la forza lavoro è composta innanzitutto da liberi professionisti (*freelance workers*), anziché da lavoratori dipendenti a tempo indeterminato. Tuttavia, per registrarsi sulla piattaforma digitale e offrire il proprio lavoro non è necessario essere un professionista qualificato, essendo aperta a chiunque la possibilità di candidarsi per offrire un servizio; rientrano nella gig economy, ad esempio, i fattorini che fanno le consegne a domicilio, i quali vengono pagati in base alle consegne e considerati appaltatori indipendenti o, ancora, i virtual assistant, gli sviluppatori di software, i data scientist e via dicendo; tutte queste categorie hanno quale elemento comune lo svolgimento temporaneo di un'attività lavorativa¹⁷⁶. Dunque, nella gig economy si ha un lavoro a chiamata nel quale nessuno costringe i cosiddetti *gig workers* a rispondere, ciononostante maggiore sarà la risposta, più

¹⁷⁴ BOTSMAN R.; *Defining The Sharing Economy: What Is Collaborative Consumption – And What Isn't*. In fastcompany.com, 2015, pp. 2-3: "When we ask ourselves whether a company is in or out of the sharing economy family, maybe it is better to try to filter them against clear criteria versus definitions"

¹⁷⁵ Tale espressione viene utilizzata per sottolineare che le piattaforme digitali rientranti all'interno di questa sottocategoria consentono l'incontro diretto delle esigenze dei consumatori con coloro che le possono soddisfare, attraverso una consegna immediata dei beni e servizi richiesti.

¹⁷⁶ MACI L.; *Sharing economy, cosa è (e perché è difficile dire cosa è)*. In economyup.it, 2021, pp. 11-12

cospicuo sarà il guadagno¹⁷⁷. Sia la gig economy, che la sharing economy, risalgono ad un'epoca recente, sono figlie del progresso tecnologico degli ultimi vent'anni e hanno creato nuove forme di reddito. Tuttavia, tali espressioni sono distinte l'una dall'altra, in quanto definiscono fenomeni diversi: la caratteristica fondamentale della gig economy consiste nel fatto che un individuo mette a disposizione sulla piattaforma il proprio lavoro autonomo; invece, nella sharing economy, l'oggetto della ricerca da parte del consumatore non è il lavoro altrui, ma il godimento di un bene o di un servizio¹⁷⁸. Dunque, in entrambi i casi vi è una piattaforma, algoritmi che consentono l'incontro tra la domanda e l'offerta, una community di utenti che acquisiscono la natura di prosumer e una maggiore convenienza economica rispetto ai modelli economici tradizionali. Tuttavia, per quanto possa essere facile confondere questi due fenomeni, vi è una linea sottile che li differenzia l'uno dall'altro; infatti, mentre nella sharing economy la piattaforma mira alla condivisione di risorse sottoutilizzate, nella gig economy offre un vero e proprio servizio ai clienti – attraverso *freelance workers* che mettono a disposizione il proprio lavoro sulla piattaforma – e stabilisce delle tariffe standard in base al servizio richiesto. Negli ultimi anni, la gig economy è andata incontro ad una vera e propria degenerazione, in quanto il lavoretto ha mutato forma ed è diventato a tutti gli effetti un rapporto di lavoro subordinato e continuativo. Ciononostante, è stato mantenuto per i gig workers il salario basso tipico dei lavoretti, arrivando ai limiti dello sfruttamento; infatti, inizialmente le piattaforme di gig economy rappresentavano per gli utenti un mezzo di

¹⁷⁷ DOTTI M.; *Quando parliamo di sharing economy?* In vita.it, 2017, pag. 4

¹⁷⁸ BATTAGLIA A.; *Gig economy e sharing economy: le differenze*. In jobby.works, 2019, pp. 1-2

guadagno secondario, mentre al giorno d'oggi si stanno trasformando sempre di più nella fonte primaria di sostentamento¹⁷⁹.

1.3 Esempi di aziende fondate sulla sharing economy

La sharing economy, nell'era di Internet, si è sviluppata attraverso svariate aziende che hanno coperto una vasta gamma di settori, dal trasporto all'alloggio, ai media e a tanti altri beni. Il primo esempio di sharing economy risale al 1995 e viene generalmente individuato nella piattaforma nota con il nome di *eBay*; si tratta di un sito Internet fondato in California, all'interno del quale si svolgono aste per l'acquisto di beni offerti dagli stessi utenti. In Italia eBay è arrivato solo nel 2001 e si è successivamente ampliato e consolidato attraverso la fusione con *PayPal*, divenendo una tra le prime piattaforme ad aver agevolato la sharing economy nell'era dello sviluppo tecnologico¹⁸⁰.

Nel settore degli alloggi un ruolo centrale è stato ricoperto da *Airbnb*; quest'ultimo nacque nel 2007 quando due neolaureati, nel corso di una conferenza a San Francisco, attraverso un sito web offrirono ai partecipanti la possibilità di soggiornare nel loro appartamento ad un prezzo ridotto rispetto ad altre soluzioni più costose. Il buon esito dell'idea comportò un ampliamento del sito, coinvolgendo anche altri utenti interessati a condividere le proprie case con i turisti e vide nel 2009 l'effettiva nascita del sito www.airbnb.com, che venne ampliato con la possibilità di affittare interi appartamenti¹⁸¹. Nell'ambito della mobilità, invece, i tradizionali servizi di trasporto pubblico e privato

¹⁷⁹ BOLASSA S.; *Sharing Economy e Gig Economy sono la stessa cosa?* In rentorshare.net, 2018, pp. 1-6

¹⁸⁰ MACI L.; *Sharing economy, cosa è (e perché è difficile dire cosa è)*. In economyup.it, 2021, pag. 3

¹⁸¹ INOVA CONSULTANCY LTD., AIDLEARN, CONSULTORIA EM RECURSOS HUMANOS LDA.; *Guida: introduzione alla sharing economy ed al consumo collaborativo*. In ec.europa.eu, 2017, pag. 41

hanno lasciato spazio a nuove forme di spostamento più convenienti, che in alcuni casi comportano anche una partecipazione più attiva da parte dell'utente. Alcuni esempi si hanno con *BlaBlaCar*, ovvero una piattaforma che consente di offrire passaggi in auto per i lunghi viaggi in cambio di denaro per il pagamento dell'autostrada e della benzina; *car2go*, un servizio di condivisione auto presente sul territorio europeo secondo il quale, una volta effettuata la registrazione sull'applicazione attraverso il telefono, è possibile affittare macchine vicine alla propria posizione pagando una tariffa fissa al minuto; *UberPop*, ovvero uno dei servizi della multinazionale *Uber*, che offre il trasporto auto di passeggeri in maniera simile ad una società di taxi, con la differenza che in questo caso sono dei soggetti privati che con la propria auto effettuano il trasporto¹⁸². Sono tante le ulteriori forme di rivoluzione formatesi in diversi altri settori, come ad esempio nel settore dei media *Netflix*, ovvero un'attività che nacque più di vent'anni fa quale piccola società di distribuzione di DVD fino a diventare al giorno d'oggi uno dei servizi media streaming più famosi al mondo, nel settore dei beni *Depop*, un'applicazione usata per effettuare lo scambio di vestiti, o ancora nel settore della finanza *Prestiamoci*, una piattaforma autorizzata da Banca d'Italia come finanziaria sulla quale le persone che vogliono prestare denaro entrano in contatto con chi vuole ottenere un prestito. Tutte le piattaforme tra quelle elencate rientrano tra le attività maggiormente in crescita negli ultimi anni e con ulteriori aspettative di aumento del fatturato, fino a contare incassi da miliardi di dollari.

¹⁸² MACIL.; *Sharing economy, 10 idee che funzionano*. In economyup.it, 2014, pp. 4-10. Sul punto anche DIPARTIMENTO EXPO INNOVAZIONE E TECNOLOGIA; I 20 esempi dei siti pionieri della sharing economy. In dipartimentoexpo.wordpress.com, 2015, pp. 1-4

2 Gli aspetti fondamentali della sharing economy

L'economia della condivisione ed il consumo collaborativo rappresentano un fenomeno al quale i singoli individui possono prendere parte con due modalità diverse: interpretando il ruolo di fornitore o quello di utente; al riguardo, mentre alcuni partecipano alla sharing economy svolgendo entrambi i ruoli (in questo caso si parla di *prosumerismo*), altri si collocano esclusivamente in una delle due parti, avendo lo specifico interesse di ottenere un guadagno economico o di godere di un determinato prodotto a seconda dei casi¹⁸³.

In questo contesto, nonostante vi siano infinite sottocategorie di economia condivisa riconducibili al consumo collaborativo, è possibile individuare alcuni aspetti fondamentali comuni ad ogni fenomeno rientrante nella sharing economy; in particolar modo sono cinque le caratteristiche principali appartenenti a tale modello economico. Il primo aspetto di rilievo consiste nel massimo sfruttamento dei beni, dei servizi, del tempo e degli strumenti di produzione, che generalmente vengono ricompresi nell'unico termine inglese *asset*, ovvero il valore generato all'interno delle piattaforme; questo elemento è in grado di distinguere in maniera netta il nuovo modello economico della condivisione dall'economia tradizionale, in quanto gli asset appartengono ai singoli individui e non ad un'azienda¹⁸⁴. In secondo luogo, le piattaforme di sharing economy consentono la creazione di community di utenti, che grazie a questi servizi possono collaborare tra di loro; pertanto, anche quando lo scambio avviene attraverso il pagamento di una somma di denaro, le piattaforme mantengono un

¹⁸³ BOTSMAN R., ROGERS R.; *Il consumo collaborativo ovvero quello che è mio è anche tuo*. Franco Angeli, Milano, 2011, pag. 81

¹⁸⁴ BATTISTONI F., COMO E., CHOJNICKI S., RAPISARDI A., SATERIALE BERNARDO PROVVEDI G.; *Dalla sharing economy all'economia collaborativa. L'impatto e le opportunità per il mondo cooperativo*. In *fondazioneunipolis.org*, 2015, pp. 18-19

valore sociale di base. Inoltre, l'azienda che offre le esperienze rientranti nel consumo collaborativo non eroga direttamente dei servizi e più in generale, non offre prodotti agli utenti agendo dall'alto verso il basso, ma si comporta come una piattaforma abilitatrice, sia mettendo direttamente in contatto tra loro gli utenti, sia divenendo un elemento di trasporto, fiducia e appartenenza. La quarta caratteristica dell'economia della condivisione, comune a tutti i servizi rientranti in tale categoria, consiste nel pieno sfruttamento delle risorse attraverso il riutilizzo, lo scambio, l'accesso temporaneo e la condivisione di beni, anziché l'acquisto della proprietà¹⁸⁵; al riguardo, l'esistenza sia di scambi monetari, che non, consente di distinguere le piattaforme commerciali da quelle che nascono dal basso, ovvero le piattaforme no-profit. Tale distinzione sottolinea l'esistenza, da un lato, di piattaforme volte a realizzare un profitto, basate su nuove forme di mercato, ma simili ai mercati tradizionali, dall'altro, piattaforme fondate sulle relazioni sociali e incardinate maggiormente sulla condivisione nella sua accezione più pura¹⁸⁶. Infine, l'ultimo aspetto fondamentale va individuato nel ruolo centrale svolto dal progresso tecnologico nella nascita e nello sviluppo della sharing economy; infatti, nonostante vi siano svariate piattaforme fisiche di scambio e condivisione, come ad esempio le social street o gli ambienti di coworking, la nascita delle piattaforme digitali è stata fondamentale per la diffusione della sharing economy, soprattutto in relazione alla possibilità di creare legami e community di dimensione non più soltanto locale, ma anche globale. Dunque, al giorno d'oggi il mezzo di Internet risulta indispensabile in

¹⁸⁵ MAINIERI M.; *Le 5 caratteristiche dell'economia collaborativa (e cosa distingue Airbnb da Car2go)*. In collaboriamo.org, 2020, pp. 2-3

¹⁸⁶ BATTISTONI F., COMO E., CHOJNICKI S., RAPISARDI A., SATERIALE BERNARDO PROVVEDI G.; *Dalla sharing economy all'economia collaborativa. L'impatto e le opportunità per il mondo cooperativo*. In fondazioneunipolis.org, 2015, pp. 19-20

quanto, oltre ad abbattere i confini fisici, rafforza e rende maggiormente utili i servizi collaborativi, risulta necessario per garantire un alto livello di originalità e soprattutto abbatte i costi di transazione tipici delle piattaforme fisiche¹⁸⁷.

2.1 I sistemi di consumo collaborativo

Le infinite modalità in cui si articola la sharing economy, dal baratto al crowdfunding, possono essere strutturate e collocate all'interno di tre sistemi di consumo collaborativo: sistemi di prodotti di servizio (SPS), mercati di redistribuzione e stili di vita collaborativi¹⁸⁸. All'interno dei sistemi di prodotti di servizio la proprietà privata individuale, tipica del modello economico tradizionale, viene sostituita da una struttura in cui i prodotti di proprietà di una determinata società, come ad esempio gli autoveicoli nelle società di *car sharing*, vengono condivisi tra più utenti. In un SPS vi è il massimo sfruttamento del potenziale inattivo di un bene in quanto, anziché avere più beni di proprietà di singoli che vengono utilizzati individualmente per un periodo di tempo limitato, vi è una determinata quantità di prodotti, costantemente impiegati e condivisi da chi ne ha bisogno; in questo modo un bene è sempre utilizzato e sfruttato al massimo della sua potenzialità. Dunque, sono due i vantaggi di cui godono coloro che usufruiscono di servizi presenti all'interno di un SPS: da un lato, non devono essere pagati i costi di manutenzione, assicurazione e riparazione del prodotto, dall'altro, la transizione da proprietà ad uso del bene determina un netto aumento delle opzioni a

¹⁸⁷ BATTISTONI F., COMO E., CHOJNICKI S., RAPISARDI A., SATERIALE BERNARDO PROVVEDI G.; *Dalla sharing economy all'economia collaborativa. L'impatto e le opportunità per il mondo cooperativo*. In fondazioneunipolis.org, 2015, pag. 19

¹⁸⁸ BOTSMAN R., ROGERS R.; *Il consumo collaborativo ovvero quello che è mio è anche tuo*. Franco Angeli, Milano, 2011, pag. 82

cui si può accedere per soddisfare i propri bisogni. I mercati di redistribuzione, invece, nascono grazie alla diffusione dei social network e permettono la rivendita di beni che sono già appartenuti a qualcuno in passato, alimentando in questo modo il consumo collaborativo e facendo sì che prodotti che non servono più ad alcuni possano soddisfare le esigenze di altri¹⁸⁹. All'interno di questi mercati, in alcuni casi gli scambi avvengono in maniera gratuita, in altri vi è un pagamento in denaro, come avviene ad esempio su eBay e in altri ancora è possibile anche un incontro tra le due modalità di scambio. Infine, gli stili di vita collaborativi rappresentano delle aggregazioni di persone che, avendo degli interessi compatibili, creano gruppi all'interno dei quali dare spazio allo scambio e alla condivisione; al riguardo, non sono solo gli oggetti materiali a poter essere scambiati, ma anche beni immateriali, come ad esempio il tempo, lo spazio o il denaro e questo è esattamente ciò che avviene all'interno di tali comunità. Gli stili di vita collaborativi si sviluppano sia in ambito locale che in ambito globale per il tramite di Internet; ciò consente delle nuove forme di coordinamento e l'abbattimento dei limiti territoriali in svariati settori, come quello alimentare, finanziario, turistico e del lavoro. In questo sistema assume un ruolo primario il principio della fiducia fra estranei, poiché il rapporto di scambio e condivisione ha ad oggetto non un bene materiale, ma un bene intangibile e ciò comporta una maggiore comunicazione tra individui, moltiplicando la connettività sociale¹⁹⁰.

¹⁸⁹ BOTSMAN R., ROGERS R.; *Il consumo collaborativo ovvero quello che è mio è anche tuo*. Franco Angeli, Milano, 2011, pp. 83-84.

¹⁹⁰ BOTSMAN R., ROGERS R.; *Il consumo collaborativo ovvero quello che è mio è anche tuo*. Franco Angeli, Milano, 2011, pp. 83-84. Sul punto anche GORGONI S.; *Sharing economy: una rivoluzione dei contorni indefiniti*. In *the-newsroom.it*, 2017, pp. 1-4

2.2 I modelli di business nella sharing economy

La sharing economy si presenta come un nuovo fenomeno economico in cui avviene uno stravolgimento delle dinamiche di scambio proprie del modello di mercato tradizionale, soprattutto in relazione al passaggio dalla proprietà all'accesso e dal possesso alla condivisione¹⁹¹. Questa riconfigurazione dei rapporti all'interno del mercato comporta anche la necessità per le imprese di innovare il proprio modello di business (in inglese *business model*), ovvero le logiche attraverso cui un'azienda genera e trasferisce valore; tale bisogno è conseguenza dello stretto legame che vi è tra la sharing economy e lo sviluppo del settore inerente alle tecnologie dell'informazione e della condivisione (TIC), in quanto ciò ha comportato un'inarrestabile proliferazione di piattaforme, che hanno consentito una maggiore condivisione di risorse altrimenti sottoutilizzate e un aumento esponenziale della fruibilità dei servizi¹⁹². Per individuare i principali modelli di business nella sharing economy risulta necessario basarsi su due variabili diverse: da un lato, i sistemi peer-to-peer, business-to-peer, peer-to-business e dall'altro, il carattere no-profit o for-profit della transazione¹⁹³.

Per individuare la prima variabile è necessario distinguere innanzitutto, a seconda delle parti e della transazione eseguita, i mercati consolidatisi nel tempo, tra cui i principali sono: il business-to-business (B2B), il business-to-consumer (B2C) ed il consumer-to-business (C2B). Nel mercato B2B le aziende offrono beni e servizi, come ad

¹⁹¹ UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI BARI ALDO MORO, AGENCIA PARA EL EMPLEO DE MADRID; *Guida: introduzione alla sharing economy ed al consumo collaborativo*. In ec.europa.eu, 2017, pag. 23

¹⁹² MAIOLINI R., PETTI E., RULLANI F.; *L'innovazione dei modelli di business nella sharing economy: il caso italiano del car sharing*. In *italian journal of management*, vol. 36, n. 106, 2018, pag. 208

¹⁹³ UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI BARI ALDO MORO, AGENCIA PARA EL EMPLEO DE MADRID; *Guida: introduzione alla sharing economy ed al consumo collaborativo*. In ec.europa.eu, 2017, pag. 23

esempio macchinari o altri strumenti di produzione, ad altre aziende che operano sul mercato; dunque, questo modello si riferisce ai rapporti stabili tra imprese, nell'ambito della catena di produzione, prima che il prodotto arrivi al consumatore finale e generalmente abbraccia le transazioni commerciali elettroniche tra aziende. I mercati industriali in cui si svolgono i rapporti B2B vengono definiti anche mercati inter-organizzativi – ovvero mercati nei quali sia i venditori che gli acquirenti sono organizzazioni – e ricomprendono sia le multinazionali che le microimprese; inoltre, all'interno di tali mercati le forme di scambio sono svariate e complesse, potendosi trattare sia di una regolare transazione che di una partnership tra aziende, ovvero di un rapporto di collaborazione tra due o più imprese diretto alla realizzazione di un progetto comune. Nel mercato B2C, invece, le aziende mettono a disposizione dei consumatori i propri prodotti e nella maggior parte dei casi tale espressione viene usata per far riferimento alle transazioni avvenute online. Di conseguenza, la differenza principale tra questi due primi modelli di business va individuata nella controparte del rapporto: in un caso si tratta di un'altra organizzazione, mentre nell'altro del consumatore finale¹⁹⁴. Infine, il sistema C2B si caratterizza per il capovolgimento del rapporto tra aziende e consumatori, in quanto in questo caso sono costoro a offrire servizi alle aziende, come avviene ad esempio nei portali di crowdfunding di tipo speculativo attraverso i quali i consumatori trasferiscono denaro alle imprese in cambio di servizi e privilegi¹⁹⁵. Al fianco di tali modelli, con il progresso tecnologico e la nascita di Internet, si è sviluppata una quarta forma di mercato, ovvero il consumer-to-consumer (C2C), che costituisce una

¹⁹⁴ MERIANO P.; *Cos'è il marketing B2B? E come si differenzia dal B2C*. In insidemarketing.it, 2021, pp. 1-4

¹⁹⁵ CAMATARI S.; *Modelli di business? Facciamo chiarezza!* In ecommerceguru.it, 2019, pp. 1-2

parte integrante dell'e-commerce e della stessa sharing economy. Generalmente, nel modello C2C le aziende mettono a disposizione di più soggetti una piattaforma tecnologica attraverso la quale gli utenti possono trovarsi, mettersi in contatto ed effettuare le transazioni a loro utili nel caso concreto; sono diversi gli esempi di piattaforme che al giorno d'oggi usano il modello C2C, come eBay, Etsy o Facebook e il vantaggio principale che si ha in questi casi consiste nella possibilità di acquistare beni che altrimenti sarebbero difficili da trovare nel mercato B2C, in quanto fuori produzione¹⁹⁶. Questo modello di mercato rientra perfettamente all'interno del sistema più generale definito peer-to-peer (P2P), ovvero un sistema che si basa su rapporti che si svolgono tra soggetti in una situazione di assoluta parità tra loro. Tale sistema ha permesso di abbattere e superare le barriere poste dagli intermediari nel mercato tradizionale e di instaurare dei rapporti diretti tra gli individui interessati ad un determinato affare. Dunque, la cosiddetta *peer economy* rappresenta una delle ulteriori sottocategorie semantiche della sharing economy e si riferisce ai mercati basati sulla fiducia reciproca tra pari, che rendono possibile la condivisione e lo scambio di beni e servizi; al riguardo, si parla di un nuovo modello di produzione orizzontale nel quale una rete di sconosciuti viene coordinata tramite Internet e le piattaforme digitali, non più seguendo il tradizionale modello gerarchico di mercato, ma costruendo un modello di business alla pari¹⁹⁷. La peer economy rappresenta la parte più pura della sharing economy, in quanto il principale elemento caratterizzante di questo fenomeno consiste proprio nella *disintermediazione*, ovvero nell'assenza di un intermediario nei rapporti economici; tuttavia, vi sono molte altre fattispecie in cui, nonostante il fine dell'attività

¹⁹⁶ MERIANO P.; *C2c*. In *insidemarketing.it*, 2021, pp. 1-2

¹⁹⁷ BERNARDI M.; *Un'introduzione alla Sharing Economy*. Fondazione Giangiacomo Feltrinelli, Milano, 2015, pag. 6

economica sia sempre volto alla condivisione, quest'ultima non si realizza senza l'attività di mediazione ed è per questo motivo che al fianco del modello P2P è possibile parlare anche di business-to-peer (B2P) e di peer-to-business (P2B): mentre nel primo caso vi è un'assoluta simmetria nel rapporto tra le parti, che si conclude senza la partecipazione di un intermediario, negli altri due casi vi è un soggetto terzo che offre dei servizi affinché vengano usati per la condivisione¹⁹⁸.

Invece, in relazione alla seconda variabile, nonostante la sharing economy rappresenti un sistema alternativo a quello tradizionale, la varietà dei fenomeni di condivisione e collaborazione consente di individuare diverse finalità di scambio adattabili all'economia collaborativa, anche laddove ciò comporti un avvicinamento al modello tradizionale for-profit di mercato. Infatti, al giorno d'oggi, è possibile individuare sia attività in cui non avviene alcuno scambio monetario o attività di tipo volontaristico e quindi esperienze no-profit, sia molte piattaforme volte ad un profitto, come ad esempio Uber o Airbnb, che si avvicinano ai modelli tradizionali di mercato, ma che mantengono il processo di condivisione tipico della sharing economy¹⁹⁹. Tra questi due estremi delle attività no-profit e for-profit, è possibile individuare anche delle forme ibride, come ad esempio la piattaforma BlaBlaCar in cui avviene uno scambio economico, ma sotto forma di partecipazione per il sostentamento del singolo viaggio, che viene condiviso nel caso concreto, senza che vi sia un effettivo guadagno economico ulteriore una volta completato il viaggio stesso. Diverse sono anche le modalità con le quali nascono e si sviluppano le piattaforme: ad esempio, alcune

¹⁹⁸ UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI BARI ALDO MORO, AGENCIA PARA EL EMPLEO DE MADRID; *Guida: introduzione alla sharing economy ed al consumo collaborativo*. In ec.europa.eu, 2017, pp. 21-22.

¹⁹⁹ BATTISTONI F., COMO E., CHOJNICKI S., RAPISARDI A., SATERIALE BERNARDO PROVVEDI G.; *Dalla sharing economy all'economia collaborativa. L'impatto e le opportunità per il mondo cooperativo*. In fondazioneunipolis.org, 2015, pag. 21

di esse consentono la registrazione gratuita, la condivisione e lo scambio, per poi introdurre un costo (la cosiddetta *fee*) su ogni singola transazione o un abbonamento, una volta che si è formata la massa critica e che dunque la piattaforma si è diffusa e consolidata tra il pubblico²⁰⁰.

In conclusione, lo studio dell'orientamento, del mercato, della struttura organizzativa e dei meccanismi di generazione di profitto delle attività di condivisione quali variabili, consente di individuare quattro principali modelli di business tipici dell'economia della condivisione: modelli no-profit di tipo P2P, modelli for-profit di tipo P2P, modelli no-profit di tipo B2P o P2B ed infine modelli for-profit di tipo B2P o P2B. Dunque, da un lato, vi sono situazioni di simmetria assoluta tra pari (P2P) in cui vi è uno scambio no-profit, come ad esempio lo scambio di cibo o le banche del tempo e uno scambio for-profit, come avviene per Uber e Airbnb. Dall'altro lato invece, vi sono ipotesi di intermediazione (B2P e P2B), anche in questo caso sia no-profit, che for-profit; rientrano nelle attività no-profit, ad esempio, i FabLab in cui i *makers* condividono laboratori dotati di macchinari e strumenti dove poter svolgere attività di *coworking* e creare delle reti di conoscenza e collaborazione, nonché più in generale i casi in cui un'azienda mette sul mercato delle attività per far sì che vengano ottimizzate da altre società; invece, un attività di intermediazione for-profit si ha, ad esempio, nelle società di car sharing quali Enjoy, Zipcar o car2go, in cui è l'azienda a mettere a disposizione degli utenti dei veicoli affinché questi ultimi possano essere usati temporaneamente da chi ne ha bisogno²⁰¹.

²⁰⁰ BATTISTONI F., COMO E., CHOJNICKI S., RAPISARDI A., SATERIALE BERNARDO PROVVEDI G.; *Dalla sharing economy all'economia collaborativa. L'impatto e le opportunità per il mondo cooperativo*. In fondazioneunipolis.org, 2015, pag. 21

²⁰¹ UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI BARI ALDO MORO, AGENCIA PARA EL EMPLEO DE MADRID; *Guida: introduzione alla sharing economy ed al consumo collaborativo*. In ec.europa.eu, 2017, pag. 23

Generalmente, nella sharing economy, la maggior parte dei modelli di business for-profit si basano su quattro principali fonti di guadagno: la percentuale sulla transazione, l'abbonamento mensile o annuale, la pubblicità sul sito e gli accordi con grandi marchi. La percentuale sulla transazione riguarda le ipotesi in cui una società applica una fee su ogni transazione, come avviene ad esempio sulla piattaforma di Airbnb. La percentuale della tassa trattenuta dalla società varia in base alla destinazione del bene, che potrebbe essere scambiato, venduto o condiviso e in media va da un minimo di €6 ad un massimo di oltre €1000. Nel caso dell'abbonamento, invece, l'azienda ottiene un ricavo attraverso una *membership* dell'utente, anche se questa modalità di guadagno non consente la creazione di un grande volume di affari. Inoltre, l'ipotesi della pubblicità sul sito è particolarmente diffusa tra le piattaforme italiane, che ottengono il pagamento di una determinata somma di danaro da parte dei brand che vogliono essere sponsorizzati dal sito in questione. Infine, gli accordi con grandi marchi rappresentano una modalità di guadagno attraverso la quale una compagnia prospetta a grandi aziende la pianificazione di eventi per la propria community, come avviene ad esempio con Fubles, un social network dedicato al calcetto²⁰².

2.3 Il valore sociale della sharing economy

L'elemento chiave dell'economia della condivisione va individuato nella socialità; quest'ultima rappresenta un aspetto fondamentale, sempre presente nei fenomeni di sharing economy, che attribuisce alle piattaforme il loro reale valore, consentendo una

²⁰² BATTISTONI F., COMO E., CHOJNICKI S., RAPISARDI A., SATERIALE BERNARDO PROVVEDI G.; *Dalla sharing economy all'economia collaborativa. L'impatto e le opportunità per il mondo cooperativo*. In fondazioneunipolis.org, 2015, pp. 21-22

connessione tra gli utenti volta a creare un ambiente sicuro e regolato, delle informazioni adeguate e una reputazione virtuale affidabile²⁰³. Il valore sociale va individuato nella fiducia reciproca tra gli utenti, nella maggiore connettività sociale e nella solidarietà, che si producono quale esito dell'utilizzo delle nuove piattaforme risultanti dal progresso tecnologico. Infatti, la sharing economy non è solo un'applicazione derivante dall'evoluzione digitale o un semplice fenomeno conseguente alla crisi economica per ottenere dei costi più bassi, ma rappresenta un nuovo modo di intendere le relazioni nell'economia quotidiana; di conseguenza, non si tratta esclusivamente di una questione di carattere economico che sta cambiando il rapporto tra proprietà e accesso, in quanto la convenienza economica è importante nel breve periodo, ma il fattore in grado di consolidare nel tempo questo nuovo modello è quello sociale e relazionale²⁰⁴.

Nelle esperienze dell'economia della condivisione l'elemento della socialità può rappresentare sia il cuore della collaborazione, che un aspetto complementare della stessa: nel primo caso il motivo che spinge un soggetto a collaborare è la ricerca di un legame sociale, mentre nel secondo caso lo scambio ha una natura maggiormente economica e l'incontro tra due individui attraverso una piattaforma rappresenta esclusivamente un elemento sociale aggiuntivo volto ad integrare una normale transazione economica; dunque, è per questa ragione che, indipendentemente dal ruolo svolto dalla socialità nel caso concreto, si ritiene che le piattaforme collaborative presentino sempre un intrinseco valore sociale, anche nei casi in cui lo scambio avviene attraverso il denaro. Tale distinzione si ricollega ad un ulteriore aspetto

²⁰³ GUARNONI E., TARRINI E.; *Sharing economy: quando il valore è partecipato*. In altroconsumo.it, 2016, pag. 8

²⁰⁴ ROSINA A.; *Il valore sociale della sharing economy*. Pubblicato su LA REPUBBLICA – MILANO, 2015, pp. 2-3

di primaria importanza, consistente nel capire quale sia la relazione tra il valore sociale e quello economico, in che misura la socialità nella sharing economy sia prevalente e soprattutto chi curerà l'andamento del fenomeno, garantendone il reale impatto sociale; quest'ultima rappresenta una questione ancora aperta per via della presenza di piattaforme, spesso molto diverse tra di loro, che determinano alcune spaccature: da un lato, ci sono esperienze di tipo capitalistico, come Uber e Airbnb, dall'altro lato invece, vi sono esperienze legate al valore sociale della collaborazione e della condivisione, che tendenzialmente rimangono no-profit. Se si formasse una maggiore consapevolezza della situazione attuale, sarebbe possibile creare dei nuovi linguaggi e delle nuove prospettive per ricondurre il fenomeno sotto una guida unitaria, rappresentata dal valore della socialità in contrapposizione ad altri modelli e principi di stampo più economico e capitalistico²⁰⁵. Tuttavia, nonostante al giorno d'oggi siano svariate le domande senza risposta, il rischio principale che corre la sharing economy consiste nell'essere sopraffatta dalla finanziarizzazione del modello collaborativo e dunque sociale, andando incontro allo sviluppo di piattaforme che, sì, offrono nuovi beni e servizi, nonché innovative modalità di erogazione, ma che non hanno un impatto incisivo e positivo sull'aspetto sociale²⁰⁶.

²⁰⁵ BATTISTONI F., COMO E., CHOJNICKI S., RAPISARDI A., SATERIALE BERNARDO PROVVEDI G.; *Dalla sharing economy all'economia collaborativa. L'impatto e le opportunità per il mondo cooperativo*. In fondazioneunipolis.org, 2015, pp. 22-23

²⁰⁶ MAINIERI M.; *Dalla sharing alla crowd economy: quale ruolo per il terzo settore?* In collaboriamo.org, 2020, pp. 1-3

3 Gli effetti della sharing economy

L'avvento della tecnologia digitale e il conseguente forte sviluppo della sharing economy hanno trasformato drasticamente il capitalismo contemporaneo, determinando a tutti gli effetti una trasformazione storica; infatti, il progresso tecnologico ha permesso la creazione di nuove vie di produzione di ricchezza, lasciando alle spalle i vecchi modelli economici e creando nuovi investimenti, un maggior potere di acquisto, nuovi posti di lavoro, nonché un raggio più ampio di soggetti soddisfatti nei loro bisogni²⁰⁷. Dunque, l'economia della condivisione ha comportato svariate conseguenze, che hanno inciso innanzitutto sulla struttura dei mercati, modificandoli. Al riguardo, si possono individuare sei principali cambiamenti strutturali: l'ipermercantilizzazione, le nuove spinte oligopolistiche, la destabilizzazione dei settori, la lotta tra continenti, il ruolo ricoperto dagli investitori e le nuove forme di governance aziendale²⁰⁸.

In primo luogo, con la nascita delle nuove piattaforme si è verificata la cosiddetta *ipermercantilizzazione* delle relazioni sociali, ovvero un'estensione delle nuove attività imprenditoriali a beni che fino a quel momento erano rimasti esclusi dal circuito mercantile. Ciononostante, in molti casi come ad esempio Airbnb o Uber, le aziende vanno incontro a degli investimenti di capitale medio-bassi, poiché non sono le società in questione a mettere a disposizione i beni che vengono

²⁰⁷ CHAVAGNEUX C.; *Le capitalismo numérique réinvente le XIX siècle*. In *alternatives économiques*, n. 348, 2015, pag. 1: “Avec le numérique, notre capitalisme contemporain est en train de vivre l'une de ses transformations historiques majeures. Une véritable révolution, de celles qui bousculent le monde d'avant, bâtissent les nouvelles richesses et laissent les perdants sur le carreau. Aujourd'hui comme hier, ce capitalisme peut investir, créer des emplois, donner du pouvoir d'achat et servir au plus grand nombre, à condition qu'il soit politiquement régulé. Car ses tendances naturelles le poussent à une forte concentration des pouvoirs et à s'affranchir de toute protection sociale.”

²⁰⁸ COMITO V.; *Sharing economy, alcune conseguenze*. In *sbilanciamoci.info*, 2016, pag. 1

condivisi, ma gli stessi utenti che usufruiscono della piattaforma; dunque, l'impresa si limita a controllare esclusivamente la piattaforma e non tutte le attività sottostanti alla stessa, come Uber non è proprietaria dei veicoli e Airbnb non possiede gli appartamenti. Inoltre, la sharing economy rappresenta la ricerca di un monopolio assoluto; infatti, l'obiettivo delle nuove piattaforme digitali non è quello di contrastare e sopprimere le rendite delle imprese già esistenti e operanti secondo gli schemi tradizionali, ma quello di controllare il mercato creando quantomeno una rete oligopolistica che consenta di ottenere un profitto elevato. Le nuove piattaforme sono riuscite anche ad alterare la struttura di settori che sembravano ormai consolidati; tale destabilizzazione ha colpito innanzitutto il settore relativo al trasporto di persone e quello alberghiero. Infatti, grazie ad un abbassamento dei prezzi e al netto aumento dei beni e dei servizi offerti, le nuove società sono riuscite a sottrarre sempre più clienti ai grandi colossi di tali settori, come ad esempio è avvenuto con l'aumento di appartamenti messi a disposizione su Airbnb da soggetti privati²⁰⁹. Questa rivoluzione economica di livello globale ha inevitabilmente coinvolto anche l'interesse dei continenti economicamente più forti, i quali aspirano a raggiungere e mantenere una posizione di supremazia sul mercato; tale lotta si colloca nella più ampia ricerca dell'egemonia globale, che coinvolge principalmente la Cina e gli Stati Uniti. Per tale ragione in ogni settore è possibile trovare società di origine occidentale e orientale che si contrappongono l'un l'altra, come ad esempio Amazon e Alibaba nel settore del commercio elettronico, PayPal e Alipay nel settore dei pagamenti on-line, Google e Baidu nel settore dei motori di ricerca e via dicendo. Inoltre, le imprese di maggior rilievo

²⁰⁹ COMITO V.; *Sharing economy, alcune conseguenze*. In *sbilanciamoci.info*, 2016, pp. 1-2. Sul punto anche CHAVAGNEUX C.; *Le capitalisme numérique réinvente le XIX siècle*. In *alternatives économiques*, n. 348, 2015, pp. 1-2

economico non sono quotate in borsa e ciò causa contestualmente un maggior rilievo della posizione degli investitori privati, i quali, una volta lanciata l'idea da soggetti privi di risorse, impiegano il loro denaro per la crescita dell'idea stessa; costoro, infatti, sono responsabili del veloce aumento delle valutazioni di mercato generalmente raggiunto dalle piattaforme²¹⁰. Infine, l'ultimo aspetto su cui la sharing economy ha inciso profondamente riguarda la governance e l'organizzazione aziendale; al riguardo, il passaggio dalla proprietà all'accesso e la conseguente *commodification*, ovvero la nascita di nuovi mercati, hanno comportato anche la creazione ex novo di diversi meccanismi di governance volti a realizzare nuovi scopi. In particolare, la sharing economy ricomprende sia servizi forniti da aziende e successivamente usati dagli utenti per la condivisione, sia situazioni in cui sono gli stessi privati che si muniscono di piattaforme per condividere e far circolare i beni. Questi due meccanismi, centralizzato e diffuso, unendosi con i due scopi principali delle imprese rientranti nella sharing economy, ovvero la realizzazione di un profitto o un fine di tipo sociale, danno vita a quattro forme tipiche di governance aziendale, anche se le forme più diffuse sono di tipo capitalistico con controllo centralizzato²¹¹.

3.1 Vantaggi e opportunità

L'economia della condivisione offre svariati benefici e opportunità all'interno del mercato, garantendo l'ottimizzazione delle risorse, la creazione di lavoro, nonché la diffusione di nuove tecnologie. Ciò è dimostrato dalle prime grandi imprese che hanno sfruttato le

²¹⁰ COMITO V.; *Sharing economy, alcune conseguenze*. In sbilanciamoci.info, 2016, pp. 1-2. Sul punto anche CHAVAGNEUX C.; *Le capitalisme numérique réinvente le XIX siècle*. In alternatives économiques, n. 348, 2015, pp. 1-2

²¹¹ BATTISTONI F., COMO E., CHOJNICKI S., RAPISARDI A., SATERIALE BERNARDO PROVVEDI G.; *Dalla sharing economy all'economia collaborativa. L'impatto e le opportunità per il mondo cooperativo*. In fondazioneunipolis.org, 2015, pp. 20-21

opportunità offerte dal modello collaborativo e che al giorno d'oggi sono diffuse in più di cento paesi con un valore pari a miliardi di dollari in costante crescita²¹².

Più nello specifico, l'economia della condivisione comporta vantaggi sia per gli utenti, che per le aziende; in relazione agli utenti, i punti di forza di tale modello sono: l'accessibilità, i prezzi, le opportunità di guadagno e l'ambiente. Il principale effetto positivo consiste nell'accessibilità, ovvero nella maggior facilità e immediatezza di accesso alle piattaforme digitali; ciò comporta contestualmente semplicità e velocità nella valutazione del servizio offerto, del quale generalmente si ha disponibilità attraverso un'applicazione installata sul proprio smartphone. Allo stesso tempo, i prezzi dei servizi offerti si abbassano ad un livello inferiore rispetto a quelli concorrenti già consolidati; infatti, i beni usati e i servizi offerti da privati, come alloggi o trasporti, hanno un costo inferiore rispetto ai beni nuovi e ai servizi offerti direttamente dalle aziende, come hotel o taxi. Inoltre, poiché non è necessaria una specifica formazione professionale, le piattaforme rappresentano un'incredibile opportunità di guadagno per gli stessi utenti che decidono di offrire il servizio, anziché usufruirne, mettendo a disposizione la propria auto, il proprio alloggio e più in generale le proprie disponibilità a seconda del servizio offerto; infatti, sono molti i soggetti che attraverso piattaforme digitali, come ad esempio Airbnb o Booking, riescono addirittura a vivere esclusivamente grazie a ciò che guadagnano sfruttando l'economia della condivisione²¹³. Infine, questo nuovo modello economico ha permesso di compiere un enorme passo

²¹² UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI BARI ALDO MORO, AGENCIA PARA EL EMPLEO DE MADRID; *Guida: introduzione alla sharing economy ed al consumo collaborativo*. In ec.europa.eu, 2017, pag. 27

²¹³ IONOS; *Sharing economy*. In ionos.it, 2019, pag. 4. Sul punto anche IUSVE TEAM; *Sharing is caring: cosa ci lascia l'economia della condivisione?* In culturedigitali.org, 2020, pp. 12-14

in avanti in relazione alla tutela ambientale. Un esempio si ha con il car sharing, grazie al quale un determinato numero di auto destinate all'uso privato si trova già su strada e determina una diminuzione delle spese da parte dei singoli individui, nonché una minore emissione di CO2 nell'aria, soprattutto con lo sviluppo e la diffusione di servizi di trasporto elettrico; lo stesso discorso si ha con il *car pooling* (covetturaggio), ovvero il fenomeno per il quale più persone decidono di condividere lo stesso mezzo di trasporto per spostarsi e raggiungere una destinazione comune, come il luogo di lavoro²¹⁴.

Al fianco degli utenti, anche le aziende godono di una serie di vantaggi conseguenti alla sharing economy; infatti, se riescono ad adattarsi agli sviluppi dell'economia, investendo capitale e manodopera per espandersi, contestualmente beneficiano di nuovi modelli di business, di tecnologie efficienti e dell'accesso ai dati utente. Innanzitutto, i nuovi modelli di business rappresentano la possibilità di unire e confondere tra loro i modelli industriali tradizionali, creando delle nuove opportunità di guadagno; ciò è dimostrato da aziende quali Netflix, Enjoy e Booking, che grazie alla sharing economy sono riuscite a creare nuovi spazi economici per raggiungere e coinvolgere positivamente clienti che in passato non erano soddisfatti dell'offerta sul mercato. Inoltre, le piattaforme digitali della sharing economy rappresentano le nuove tecnologie efficienti che, attraverso la presenza di un'applicazione installata sullo smartphone, garantiscono un'offerta di beni, servizi e informazioni ad un costo ridotto, grazie all'assenza di spese legate al personale e all'impiego dei locali commerciali²¹⁵. Infine, le aziende hanno la possibilità di sfruttare a proprio vantaggio la connessione virtuale instaurata con gli utenti che utilizzano la

²¹⁴ IUSVE TEAM; *Sharing is caring: cosa ci lascia l'economia della condivisione?* In culturedigitali.org, 2020, pag. 12

²¹⁵ IONOS; *Sharing economy*. In ionos.it, 2019, pp. 4-5

piattaforma, in quanto ciò consente alle stesse imprese di collezionare informazioni sulle preferenze e le critiche degli utilizzatori del servizio. Tale indagine mette le aziende nella posizione di poter sfruttare le informazioni di cui entrano in possesso per migliorare l'offerta, facendola combaciare perfettamente con le esigenze dei consumatori²¹⁶.

Dunque, la sharing economy riesce ad individuare e a far combaciare perfettamente gli interessi e i bisogni di entrambi i lati della domanda e dell'offerta, generando un benessere più ampio per l'intera economia di mercato. Infatti, da un lato, gli utenti riescono ad accedere in maniera semplice ad una vasta gamma di beni e servizi, offerti a prezzi ridotti, che altrimenti non potrebbero reperire e ciò garantisce delle relazioni economiche sul mercato maggiormente rispettose del principio di uguaglianza, nonché dell'ambiente; inoltre, al giorno d'oggi gli stessi soggetti privati possono individuare nella sharing economy non solo uno strumento per soddisfare le proprie esigenze in maniera semplice, ma anche un nuovo mezzo da sfruttare quale fonte di guadagno. Dall'altro lato, invece, le aziende hanno la possibilità di ottenere un guadagno molto più elevato, soprattutto grazie ai costi evidentemente più ridotti; ciò comporta, quale risultato inevitabile, che le imprese più ostili alla digitalizzazione rischiano di rimanere indietro, a volte con la drastica conseguenza di essere addirittura completamente escluse da alcuni settori di commercio²¹⁷.

3.2 Svantaggi e rischi

La sharing economy, oltre ad essere un modello economico ricco di vantaggi e benefici, è soggetta anche a svariate critiche e perplessità. Innanzitutto, in via generale, vengono sollevati dubbi

²¹⁶ IONOS; *Sharing economy*. In ionos.it, 2019, pp. 4-5

²¹⁷ IONOS; *Sharing economy*. In ionos.it, 2019, pag. 6

riguardo all'assenza di una regolazione normativa del fenomeno; infatti, ancora oggi non vi è alcuna direttiva inerente alla tassazione, nessuna assicurazione idonea alle nuove forme di condivisione e soprattutto manca una normativa sullo scambio diretto di beni e servizi tra soggetti privati. Infatti, da un lato, nella maggior parte dei casi le norme già esistenti non riescono ad adattarsi pienamente a fenomeni che figurano quale risultato del progresso tecnologico, in quanto lo stesso legislatore non poteva tener conto della digitalizzazione al momento della loro formulazione²¹⁸; dall'altro lato, invece, la sharing economy rappresenta un fenomeno di una portata e novità tali da richiedere particolare attenzione nella sua regolamentazione, sperimentandone la diffusione attraverso una disciplina non eccessivamente rigida e restrittiva²¹⁹. Inoltre, un'ulteriore critica mossa alla sharing economy riguarda la tendenza delle singole piattaforme a causare dei processi di *gentrification*, ovvero dei progressivi mutamenti che conducono ad una trasformazione del mercato immobiliare all'interno di determinate aree urbane. Ciò è causato principalmente da piattaforme come Airbnb, che aumentando la produttività di un immobile, grazie alle locazioni di breve periodo, ne aumentano anche il valore; questa relazione direttamente proporzionale causa inevitabilmente una generale crescita dei prezzi sul mercato immobiliare a svantaggio degli utenti, i quali andranno incontro a spese maggiori per l'uso temporaneo di un bene immobile²²⁰.

²¹⁸ BERNARDIM.; *Un'introduzione alla Sharing Economy*. Fondazione Giangiacomo Feltrinelli, Milano, 2015, pag. 12

²¹⁹ BERNARDIM.; *Un'introduzione alla Sharing Economy*. Fondazione Giangiacomo Feltrinelli, Milano, 2015, pag. 12: “Le vecchie regolamentazioni spesso male si adattano a soluzioni e servizi nuovi, e il rischio è di limitare lo sviluppo di sistemi innovativi ed utili. È necessario intervenire con delle regolamentazioni che non soffochino per dare spazio alle sperimentazioni che si stanno diffondendo.”

²²⁰ BERNARDI M.; *Un'introduzione alla Sharing Economy*. Fondazione Giangiacomo Feltrinelli, Milano, 2015, pag. 12

Più nello specifico, la sharing economy solleva criticità anche in relazione alla sfera del lavoro. Al riguardo, il problema principale consiste nello sfruttamento del lavoro; infatti, coloro che usano le piattaforme digitali come fonte di guadagno, ovvero non per ottenere un servizio, ma per offrirlo, rischiano inevitabilmente di non poter curare in piena autonomia la propria attività imprenditoriale, dovendo sottostare alle decisioni dell'azienda inerenti alle tariffe e alle condizioni del servizio²²¹. Inoltre, coloro che condividono i propri prodotti sulle piattaforme portano il peso di tutte le responsabilità inerenti al lavoro svolto; infatti, mentre le aziende ottengono dei profitti molto elevati attraverso la mediazione della domanda e dell'offerta, gli utenti che utilizzano la piattaforma per lavorare devono sostenere tutti gli investimenti e i rischi, principalmente economici, legati al lavoro svolto, come ad esempio i costi di manutenzione, i danni causati da eventi non prevedibili e i rischi legali che spesso un'attività comporta²²². Un'ulteriore ambiguità relativa al mondo del lavoro consiste nell'incentivo della sharing economy a sviluppare microimprese e attività di volontariato che incentivano il lavoro occasionale a scapito di quello professionale, comportando soprattutto l'esercizio di attività sottopagate con la contemporanea assenza di una protezione sulle stesse prestazioni²²³.

Da un punto di vista più strettamente sociale, invece, la mera esistenza di rapporti fondati sulla condivisione non configura gli stessi come appartenenti al fenomeno collaborativo e tantomeno ne descrive la natura o le caratteristiche qualitative. Infatti, molto spesso capita che

²²¹ BERNARDI M.; *Un'introduzione alla Sharing Economy*. Fondazione Giangiacomo Feltrinelli, Milano, 2015, pag. 13

²²² CADONI M.; *Sharing economy: è davvero un bene per la nostra economia?* In *insidemarketing.it*, 2016, pag. 3

²²³ UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI BARI ALDO MORO, AGENCIA PARA EL EMPLEO DE MADRID; *Guida: introduzione alla sharing economy ed al consumo collaborativo*. In *ec.europa.eu*, 2017, pag. 29

rapporti di natura socioeconomica siano molto distanti dalla collaborazione, dalla mutualità, dalla condivisione, dalla reciprocità e dall'innovazione sociale quale strumento per aumentare e rafforzare i legami tra i consociati²²⁴. Tale argomento viene spesso usato come forma di critica verso aziende che al giorno d'oggi sono comunemente individuate nella sharing economy, ma che utilizzano modelli di business e forme di governance distanti dall'idea pura di condivisione, essendo piuttosto improntate sulla realizzazione di elevati profitti di natura economica. In particolare, si tratta di attività che non riprendono propriamente i principi cardine dell'economia della condivisione e rientrano più propriamente nelle cosiddette *rental economies*, ovvero modelli economici basati sull'affitto di beni o servizi attraverso piattaforme commerciali distanti dall'idea di collaborazione. Il principale esempio oggetto di tale controversia è rappresentato da Airbnb, ovvero una piattaforma dal valore di miliardi di dollari descritta come una società capitalista a tutti gli effetti²²⁵. Inoltre, nonostante l'obiettivo della sharing economy sia quello di contrastare le disparità sociali, creando una forma di uguaglianza generalizzata tra tutti gli utenti che interagiscono sulle piattaforme, è possibile che paradossalmente molte imprese si ritrovino nella posizione di creare delle discriminazioni profonde, sia di genere che di razza, anche diverse rispetto a quelle che il fenomeno collaborativo mira a contrastare. Ciò coinvolge innanzitutto le difficoltà a cui vanno incontro tutti coloro che, appartenendo a realtà sociali caratterizzate da povertà, basso reddito e

²²⁴ UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI BARI ALDO MORO, AGENCIA PARA EL EMPLEO DE MADRID; *Guida: introduzione alla sharing economy ed al consumo collaborativo*. In ec.europa.eu, 2017, pag. 28

²²⁵ BERNARDI M.; *Un'introduzione alla Sharing Economy*. Fondazione Giangiacomo Feltrinelli, Milano, 2015, pag. 12

bassa qualificazione, non sono in grado di accedere alle piattaforme digitali e alle stesse pratiche della sharing economy²²⁶.

Inoltre, esattamente come avviene per i vantaggi, anche gli svantaggi della sharing economy possono essere distinti in due categorie principali, a seconda che si riversino sugli utenti o sulle aziende. In relazione agli utenti, gli effetti negativi consistono nella minor tutela della privacy, nella mancanza di garanzie e nella commercializzazione²²⁷. In primo luogo, in relazione alla privacy, mentre l'acquisizione dei dati personali risulta particolarmente proficua per le aziende, gli utenti, senza nemmeno accorgersene, condividono svariate informazioni che vengono registrate dalle piattaforme, perdendone il controllo; nello specifico si tratta di informazioni che spaziano dalle preferenze del singolo utente, ai suoi spostamenti e all'ambiente che lo circonda. In secondo luogo, le piattaforme digitali usate per lo scambio di beni e servizi non portano con sé alcun tipo di garanzia circa la qualità del prodotto che viene offerto e usato, facendo ricadere sullo stesso utente il rischio della propria spesa; per questa ragione, al giorno d'oggi, assumono un rilievo particolarmente importante le recensioni che vengono lasciate da altri utenti che hanno precedentemente usufruito del servizio. Infine, molte aziende usano quale strategia quella di presentarsi gratuitamente sul mercato per creare una massa critica e solo successivamente procedere con la commercializzazione, aggiungendo delle tariffe a carico degli utilizzatori della piattaforma, i quali escono svantaggiati da tale strategia di marketing.

²²⁶ UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI BARI ALDO MORO, AGENCIA PARA EL EMPLEO DE MADRID; *Guida: introduzione alla sharing economy ed al consumo collaborativo*. In ec.europa.eu, 2017, pag. 28

²²⁷ IONOS; *Sharing economy*. In ionos.it, 2019, pp. 5-6

Invece, in relazione alle aziende, i principali effetti negativi coinvolgono quelle che non riescono a mantenere il passo con il progresso tecnologico e a trasformarsi, raggiungendo la nuova economia della condivisione; tali aziende vanno incontro al rischio di essere estromesse dal proprio settore, di ottenere meno vendite e di non riuscire più a soddisfare i bisogni dei clienti. Infatti, l'esistenza di fornitori privati in grado di offrire beni usati ad un prezzo inferiore comporta quali conseguenze principali il venir meno dei clienti per le imprese di stampo tradizionale, la diminuzione delle vendite di beni nuovi e l'impossibilità di soddisfare le nuove necessità degli utenti, che mirano ad ottenere beni facilmente riparabili e in grado di durare a lungo nel tempo²²⁸.

4 La sharing economy nel mondo

La varietà del fenomeno della sharing economy, ovvero la possibilità di ricollegare alla stessa categoria semantica fenomeni molto diversi tra di loro, rende complessa non solo la determinazione dell'oggetto di analisi, ma anche l'individuazione di confini precisi; questo aspetto è accentuato dalla diffusione globale di alcune piattaforme a scapito di altre con caratteristiche di natura generalmente non commerciale, rimaste nell'ombra²²⁹. Tuttavia, una configurazione globale della sharing economy, volta a crearne una cartografia, comporterebbe incredibili vantaggi, consistenti in particolare nella possibilità di individuare le caratteristiche più diffuse del fenomeno e le sfumature settoriali, al fine di prevederne lo sviluppo e la diffusione.

²²⁸ IONOS; *Sharing economy*. In ionos.it, 2019, pp. 5-6

²²⁹ BATTISTONI F., COMO E., CHOJNICKI S., RAPISARDI A., SATERIALE BERNARDO PROVVEDI G.; *Dalla sharing economy all'economia collaborativa. L'impatto e le opportunità. per il mondo cooperativo*. In fondazioneunipolis.org, 2015, pag. 25

Nello specifico, ciò consentirebbe di individuare le piattaforme digitali esistenti, la forma di governance adotta, le loro dimensioni, il numero dei dipendenti, nonché ulteriori informazioni sul gruppo fondatore, come i finanziamenti effettuati e quelli ricevuti; il risultato finale dell'analisi offrirebbe una nitida informazione circa le opportunità e gli aspetti critici della sharing economy²³⁰.

Nel corso del tempo sono stati condotti diversi studi volti a definire più scientificamente tale fenomeno; in particolar modo, le due principali alternative per stabilire quali siano i settori più diffusi della sharing economy consistono, la prima, nell'individuare quelli in cui si è sviluppata la maggioranza delle piattaforme, la seconda, nel guardare i settori nei quali vi è la maggiore concentrazione di utenti. Dunque, nel primo caso si parla di una configurazione dal lato dell'offerta, mentre nel secondo, di una configurazione dal lato della domanda²³¹. La prima tecnica di disamina delle piattaforme digitali consente di individuare il fenomeno nella sua dimensione statica, guardando esclusivamente al numero di piattaforme online attualmente esistenti, ma non considerando le dimensioni delle stesse, il venir meno di alcune di esse, nonché la nascita e l'evoluzione di nuove start-up; dunque, il limite di tale strumento consiste nell'impossibilità di individuare i settori in via di sviluppo e conseguentemente di distinguere questi ultimi da quelli già consolidati. L'analisi dal lato della domanda, invece, individua il fenomeno nella sua dimensione dinamica, basandosi sullo studio dei settori nei quali si concentra la richiesta da parte dei consumatori a seconda dei propri bisogni; infatti, in questo modo è possibile

²³⁰ MAINIERI M., PAIS I.; *Sharing economy: la mappatura delle piattaforme italiane 2016*. In collaboriamo.org, 2018, pag. 2

²³¹ BATTISTONI F., COMO E., CHOJNICKI S., RAPISARDI A., SATERIALE BERNARDO PROVVEDI G.; *Dalla sharing economy all'economia collaborativa. L'impatto e le opportunità per il mondo cooperativo*. In fondazioneunipolis.org, 2015, pag. 25

individuare i rami maggiormente produttivi della sharing economy, ovvero quelli che possono essere utilizzati per procedere con una cartografia del fenomeno stesso. Tuttavia, anche in questo caso vi sono degli aspetti negativi, come in particolare il rischio di mettere in luce grandi piattaforme internazionali, lasciando indietro svariate piattaforme di dimensioni più piccole e di rilievo locale, ma allo stesso tempo ampiamente partecipate e potenzialmente esponenziali²³². Negli ultimi anni, le stesse imprese che mettono a disposizione le piattaforme digitali hanno condotto delle ricerche e degli studi volti ad individuare quali fossero i servizi più richiesti e usati al mondo; tra questi un esempio si ha con car2go, ovvero l'impresa che offre a livello internazionale servizi di car sharing. Quest'ultima ha individuato i dieci settori con il più alto livello di condivisione al mondo, ovvero quello inerente all'automobile, al viaggio in automobile, all'appartamento, al parcheggio dell'automobile, alla bicicletta, agli utensili, alle scrivanie, ai libri, all'abbigliamento e ad ulteriori beni e servizi come la condivisione di attrezzi per lo sport²³³.

4.1 La sharing economy in Europa

Sulla base di svariati studi svolti da analisti di imprese come PwC, i principali settori che hanno portato e porteranno la sharing economy all'apice della sua evoluzione in Europa sono il settore dei trasporti, degli alloggi, della finanza, dei servizi domestici e professionali on-demand. Invece, da un'analisi geografica del fenomeno è risultato che i principali Paesi europei attivi nella sharing

²³² BATTISTONI F., COMO E., CHOJNICKI S., RAPISARDI A., SATERIALE BERNARDO PROVVEDI G.; *Dalla sharing economy all'economia collaborativa. L'impatto e le opportunità per il mondo cooperativo*. In fondazioneunipolis.org, 2015, pag. 25

²³³ CARAMELLINO G.; *La sharing economy, tra l'Italia E il mondo*. In nova.ilsole24ore.com, 2017, pp. 2-3

economy sono quelli del nord Europa, tra i quali in particolare la Gran Bretagna e la Germania, dove vi sono oltre cinquanta imprese all'attivo. Inoltre, nel corso degli anni, in Europa la sharing economy è andata incontro ad una crescita esponenziale tutt'ora in corso, vedendo innanzitutto, tra il 2014 e il 2015 un aumento di valore pari al 77%; al riguardo, il totale dei ricavi registrati nell'Unione Europea per l'anno 2015 arrivava a toccare il valore lordo di 28 miliardi di euro²³⁴. Successivamente, il 2019 è stato un anno fondamentale per la crescita e lo sviluppo della sharing economy in Europa; infatti, secondo i dati Eurostat un europeo su cinque nell'arco di età tra i 16 e i 76 anni ha usato un'applicazione di *home sharing* per programmare i propri viaggi, aumentando l'affluenza dei consumatori nel settore dal 18%, risalente all'anno 2017, al 21%. Inoltre, da un punto di vista geografico, i Paesi che hanno utilizzato maggiormente le applicazioni di home sharing sono innanzitutto il Lussemburgo, l'Irlanda e Malta²³⁵. Il settore dei trasporti, invece, ha mantenuto una maggiore stabilità, non registrando alcuna crescita; infatti, le piattaforme di car sharing, ride sharing e car pooling sono state usate esclusivamente dall'8% dei cittadini europei. Questa diversità registrata nel 2019 tra il settore dedicato alla condivisione di alloggi e quello volto alla condivisione del trasporto trova giustificazione nel generale rifiuto dei singoli individui verso le piattaforme di car sharing, che vengono utilizzate prevalentemente nelle sole città metropolitane. Inoltre, in base ad un'analisi geografica, i principali paesi in cui si è registrato il maggior ricorso alla mobilità condivisa sono l'Estonia, l'Irlanda e Malta. Tuttavia, i dati Eurostat offrono una visione statica, in quanto non tengono conto della costanza

²³⁴ TOMASETTA L.; *Cos'è la sharing economy e perché sta cambiando il futuro dell'economia in Europa*. In tpi.it, 2017, pp. 3-4

²³⁵ OTTOMANELLI A.; *Crescita della Sharing Economy in Europa nel 2019*; In radiopanetti.it, 2020, pp. 1-2. Sul punto anche BOLASSA S.; *Crescita della Sharing Economy in Europa nel 2019!* In rentorshare.net, 2020, pag. 1

con cui le piattaforme digitali sono state sfruttate dagli utenti o del ricavo delle stesse piattaforme, ma si basano esclusivamente sul rapporto tra gli utilizzatori dei servizi e la popolazione²³⁶.

Attualmente, i due studi di maggior rilievo a cui fare riferimento per tracciare il percorso della sharing economy in Europa sono: *Making Sense of the UK Collaborative Economy*, compiuto in collaborazione tra Collaborative Lab e Nesta e *The Sharing Economy*, realizzato nel 2014 da PwC UK. In base al primo studio, è stato possibile individuare quali fossero in Europa i principali settori inerenti la sharing economy con il maggior numero di imprese; in particolar modo, tali settori riguardano le materie relative a *education and training, research, business services and marketing, transport, technology and electronics* e infine *jobs and tasks*. Contestualmente, basandosi su un campione di duemila soggetti, è stato possibile individuare anche quali fossero i servizi maggiormente usati dagli utenti; al riguardo, è risultato un utilizzo dei media per il 10%, dei vestiti dell'8%, dei prodotti per le famiglie del 7%, della tecnologia ed elettronica del 6%, degli strumenti e giochi per bambini del 5%, dei trasporti del 5%, del turismo del 5% e dei lavoretti dell'1%²³⁷. Nonostante abbia preso come punto di riferimento principale la Gran Bretagna, la ricerca ha rappresentato un enorme progresso, offrendo uno spaccato della ramificazione della sharing economy in Europa. In particolare, i risultati mostrano che le attività rientranti nell'economia della condivisione non dipendono dall'uso esclusivo di Internet in quanto è risultato che solo il 25% degli individui assoggettati allo studio ha svolto attività collaborative

²³⁶ OTTOMANELLI A.; *Crescita della Sharing Economy in Europa nel 2019*; In radiopanetti.it, 2020, pp. 1-2. Sul punto anche BOLASSA S.; *Crescita della Sharing Economy in Europa nel 2019!* In rentorshare.net, 2020, pp. 2-3

²³⁷ BATTISTONI F., COMO E., CHOJNICKI S., RAPISARDI A., SATERIALE BERNARDO PROVVEDI G.; *Dalla sharing economy all'economia collaborativa. L'impatto e le opportunità per il mondo cooperativo*. In fondazioneunipolis.org, 2015, pp. 26-27

attraverso l'utilizzo della rete²³⁸. Il secondo studio, invece, perseguiva come obiettivo principale quello di scoprire la portata economica della sharing economy, l'analisi ha condotto all'individuazione di cinque settori primari nei quali si è avuta la maggior evoluzione del fenomeno della condivisione: la finanza peer-to-peer, lo scambio di lavori e competenze, l'accoglienza peer-to-peer, il car sharing e le piattaforme di streaming per audio e video. Nonostante i due studi abbiano condotto a dei risultati diversi, entrambi hanno svolto un ruolo centrale nella determinazione della sharing economy in Europa, sotto il duplice profilo della domanda e dell'offerta; la ragione per cui i ricercatori sono arrivati a conclusioni discordanti va probabilmente individuata nelle differenti finalità perseguite nello svolgimento dell'analisi²³⁹.

4.2 La sharing economy in Italia

Anche in Italia, negli ultimi anni, la sharing economy ha assunto una notevole portata, consolidandosi in svariati rami e ribaltando le dinamiche dell'economia tradizionale; in particolare, nel 2015 l'economia della condivisione è arrivata a costituire lo 0,2 del Prodotto Interno Lordo (PIL), pari a 3,5 miliardi di euro. Il risparmio è stato l'elemento chiave che ha consentito una diffusione immediata del fenomeno, collocando l'Italia tra i tre principali Paesi europei esperti e utilizzatori dei servizi rientranti nella sharing economy; infatti, la diminuzione del reddito disponibile verificatasi negli ultimi anni ha comportato un avvicinamento anche da parte dell'Italia ad alternative volte a risparmiare, comportando una ramificazione del fenomeno

²³⁸ MAINIERI M.; *Making sense of the UK collaborative economy*. In collaboriamo.org, 2014, pag. 1

²³⁹ BATTISTONI F., COMO E., CHOJNICKI S., RAPISARDI A., SATERIALE BERNARDO PROVVEDI G.; *Dalla sharing economy all'economia collaborativa. L'impatto e le opportunità per il mondo cooperativo*. In fondazioneunipolis.org, 2015, pp. 26-27

collaborativo. Tuttavia, nonostante il forte slancio degli utenti italiani rispetto alle nuove piattaforme digitali, dal punto di vista imprenditoriale l'Italia si colloca tra i Paesi nei quali la sharing economy deve ancora effettivamente affermarsi, rispetto a Paesi come la Francia e il Regno Unito nei quali vi è un numero notevolmente maggiore di imprese operanti secondo questo nuovo modello economico²⁴⁰. In particolare, il principale limite che non permette all'Italia di svilupparsi, sfruttando il massimo del suo potenziale nell'ambito della sharing economy, va individuato nella più generale difficoltà a raggiungere e consolidare un'economia digitale, già consolidata in altri Paesi europei. Ciononostante, negli ultimi anni anche in Italia si è registrata una crescita di piattaforme digitali all'incirca del 10%²⁴¹; al riguardo, anche se in via generale il modello della sharing economy ha visto una crescita esponenziale in tutti i settori, quelli maggiormente consolidati all'interno del nostro Paese sono: il crowdfunding, i trasporti e il turismo. Tali settori comprendono attività di cui la maggior parte viene svolta secondo il modello for-profit, lasciando solo all'1% delle imprese lo svolgimento di attività no-profit attraverso una struttura di tipo cooperativa. Inoltre, fin dallo sviluppo in Italia del fenomeno collaborativo, il settore maggiormente produttivo e frequentato sia dal lato della domanda, che dell'offerta è stato quello del trasporto privato; infatti, secondo il Rapporto annuale del Censis risalente al 2015, il servizio maggiormente utilizzato dagli utenti era il car sharing. In particolare, in quell'anno all'incirca due milioni di italiani, pari al 4% della popolazione, hanno fatto ricorso a piattaforme digitali volte a promuovere i trasporti privati e più in

²⁴⁰ PILIA A.; *Sharing economy, una bolla che non scoppierà*. In the-hurry.com, 2016, pp. 1-2. Sul punto anche CARAMELLINO G.; *La sharing economy, tra l'Italia e il mondo*. In nova.ilsole24ore.com, 2017, pp. 2-3

²⁴¹ BUCCO S.; *La sharing economy in Italia: la situazione*. In paladin.store, 2018, pag. 3

generale la mobilità degli individui²⁴². Attualmente, il fenomeno della sharing economy non si sta diffondendo esclusivamente attraverso la proliferazione di piattaforme digitali, ma anche grazie alla nascita di strutture ibride, che stanno conducendo verso l'evoluzione degli attuali settori e lo sviluppo di nuove manifestazioni collaborative. Un esempio calzante si ha con l'abitare collaborativo, come un condominio provvisto di spazi comuni per dividere la spesa, lavorare, condividere libri o organizzare feste; un ulteriore esempio riguarda il commercio al dettaglio, in relazione al quale spazi come edicole, biblioteche e bar si trasformano in luoghi dove poter scambiare e condividere servizi o punti di incontro per affrontare e risolvere problematiche quotidiane. Questa evoluzione del fenomeno collaborativo sta conducendo verso uno stravolgimento delle dinamiche interne della sharing economy, in quanto in prospettiva ciò potrebbe più facilmente condurre verso una mescolazione di esperienze for-profit e no-profit, riavvicinando la stessa economia della condivisione all'idea pura di mutualismo e collaborazione, lontana da dinamiche incentrate sul profitto²⁴³.

Nel tracciare la cartografia della sharing economy all'interno dell'Italia si affrontano inevitabilmente gli stessi problemi presenti nello studio di livello europeo. Tuttavia, sono svariate le ricerche che sono state svolte negli anni per individuare lo sviluppo del fenomeno collaborativo e le sue prospettive di ramificazione future. In particolar modo, nel 2014 l'organizzazione Collaboriamo ha condotto uno studio che, anche se non riconosciuto a livello scientifico, ha consentito di inquadrare il fenomeno collaborativo in Italia. Al riguardo, sulla base di un campione di 97 imprese, i principali settori coinvolti nella sharing

²⁴² NOTARI F., OREFICE I.; *Gli ultimi sviluppi del dibattito sulla sharing economy*. In Amministrazione In Cammino, 2016, pp. 6-7

²⁴³ MAINIERI M.; *Sharing economy in Italia: a che punto siamo?* In goethe.de, 2018, pp. 1-3

economy sono risultati: per il 30% il crowdfunding, per il 20% lo scambio di beni di consumo, per il 12% i trasporti, per il 10% il turismo e infine per il 9% il lavoro. Inoltre, da questo studio è risultato che, da una prospettiva geografica, le piattaforme studiate sono per l'80% italiane, di cui la maggior parte consolidatesi nel nord Italia, presentano principalmente la forma giuridica delle società a responsabilità limitata e solo per l'11% il loro meccanismo di generazione di profitto è no-profit²⁴⁴.

5 Sharing economy e imprese cooperative

Nonostante il fenomeno collaborativo e quello cooperativo si collochino in due contesti totalmente diversi l'uno dall'altro, un confronto tra questi due mondi potrebbe aprire delle eventuali future alternative di innovazione in grado di ricomprendere contestualmente sia l'economia della condivisione che le cooperative.

Da un lato, la sharing economy è un fenomeno attuale, risalente agli anni '90 del secolo scorso e soprattutto ai primi anni del 2000, durante i quali è avvenuta la grossa diffusione delle nuove piattaforme digitali. Dall'altro lato invece, il fenomeno cooperativo risale al 1854, anno in cui a Torino l'Associazione generale degli operai della città costituì la prima cooperativa di consumo; da quel momento in poi, il settore cooperativo si è sviluppato velocemente e in maniera dinamica. Da un punto di vista numerico, mentre il fenomeno cooperativo è caratterizzato da decine di migliaia di imprese, quello collaborativo ne conta alcune centinaia, essendo dunque profondamente lontano nei

²⁴⁴ BATTISTONI F., COMO E., CHOJNICKI S., RAPISARDI A., SATERIALE BERNARDO PROVVEDI G.; *Dalla sharing economy all'economia collaborativa. L'impatto e le opportunità per il mondo cooperativo*. In fondazioneunipolis.org, 2015, pp. 27-28

numeri dal primo; tuttavia, la sharing economy porta con sé un potenziale di sviluppo e consolidamento tale da collocarla sullo stesso piano della cooperazione, in quanto l'espansione che si è avuta negli ultimi anni e che si continuerà ad avere in futuro non si basa solo sulla crescita numerica delle piattaforme digitali, ma anche sulla crescita degli utenti e delle quote di mercato²⁴⁵.

Il fenomeno collaborativo e le imprese cooperative presentano alcuni elementi in comune, sia da un punto di vista strutturale, che linguistico; infatti, in entrambi i casi si fa riferimento ad un'economia in cui l'individuo è la risorsa più importante e la condivisione o la cooperazione rappresentano una nuova modalità sicura, sostenibile ed efficace di instaurare rapporti economici. Tuttavia, poiché le esperienze rientranti nella sharing economy sono molto diverse l'una dall'altra, è possibile affermare che la cooperazione sia più vicina a tutte quelle modalità di condivisione che vengono dal basso, nelle quali sono gli stessi individui ad auto-organizzarsi e ad usare le piattaforme digitali per raggiungere scopi di tipo solidaristico, a differenza di modelli for-profit che, pur rientrando nella sharing economy, presentano maggiori problemi sociali²⁴⁶.

Il carattere recente e ancora in via di sviluppo della sharing economy non consente alle imprese cooperative di inquadrare in maniera nitida il fenomeno della condivisione e conseguentemente di avvicinarsi, cogliendo benefici per la propria attività e per gli scopi dalla stessa perseguiti; in particolare, tali imprese hanno difficoltà ad individuare un'utilità pratica che possa successivamente consentire loro

²⁴⁵ BATTISTONI F., COMO E., CHOJNICKI S., RAPISARDI A., SATERIALE BERNARDO PROVVEDI G.; *Dalla sharing economy all'economia collaborativa. L'impatto e le opportunità per il mondo cooperativo*. In fondazioneunipolis.org, 2015, pp. 45-46

²⁴⁶ BATTISTONI F., COMO E.; *Economia collaborativa e innovazione nelle imprese cooperative: opportunità emergenti e sfide per il futuro*. In *Impresa Sociale*, n.6, 2015, pag. 100

di sfruttare il fenomeno collaborativo, impedendo contestualmente anche l'avvicinamento della stessa sharing economy alla cooperazione ed il conseguente obiettivo di cogliere l'una vantaggio dall'altra. Infatti, la mancanza di una piena conoscenza della sharing economy comporta l'inevitabile successiva individuazione del modello collaborativo esclusivamente all'interno di alcuni casi di spicco come Uber, Airbnb, o car2go; ciò rischia di condurre verso una semplificazione del fenomeno, nonché verso un più generico errore di valutazione, in quanto tali esempi riguardano le imprese con minori risvolti collaborativi e con strutture volte al profitto, che si allontanano dall'idea di vera e propria condivisione. Dunque, in questo caso, il motivo che porta le cooperative a sentirsi distanti dal fenomeno collaborativo consiste nella valutazione delle sole imprese di spicco con un'impostazione rivolta al profitto, non considerando invece altre forme più semplici di condivisione dal basso con le quali potrebbero avere maggiori elementi in comune. Al contrario, una differente valutazione, capace di analizzare la sharing economy nella sua interezza, permette di riscoprire nella collaborazione un'opportunità per l'innovazione delle imprese cooperative, determinando un reciproco avvicinamento tra i due fenomeni²⁴⁷. Il risultato consiste in una nuova generazione di imprese cooperative, determinando il passaggio dal cosiddetto *platform capitalism* al *platform cooperativism*; quest'ultimo rappresenta tutte le piattaforme rientranti nell'economia della condivisione composte da modelli di ownership, governance, produzione e distribuzione della ricchezza tipiche del fenomeno cooperativo. Tuttavia, al giorno d'oggi, la maggior parte delle

²⁴⁷ BATTISTONI F., COMO E., CHOJNICKI S., RAPISARDI A., SATERIALE BERNARDO PROVVEDI G.; *Dalla sharing economy all'economia collaborativa. L'impatto e le opportunità per il mondo cooperativo*. In fondazioneunipolis.org, 2015, pag. 47

piattaforme digitali collaborative continuano ad avere un'impostazione capitalistica, lasciando le esperienze di tipo cooperativo in minoranza. In Italia, un esempio di platform cooperativism si ha con la Cooperativa Tassisti Bolognesi (CO.TA.BO.), formatasi a Bologna nel 1967 e attualmente composta da oltre 500 soci; si tratta di una figura particolare per il settore dei tassisti, in quanto si presenta come una multiservizi ed ha come obiettivo quello di garantire ai tassisti tutto ciò di cui hanno bisogno per svolgere l'attività senza ricorrere a servizi esterni, come la manutenzione, la riparazione o la revisione dei veicoli²⁴⁸.

5.1 Modelli a confronto

Per capire meglio come la sharing economy si differenzi dal fenomeno cooperativo, è necessario mettere a confronto i due modelli in maniera sistematica; l'analisi comprende, da un lato, i modelli decentralizzati e peer-to-peer tipici dell'economia della condivisione e dall'altro lato il modello mutualistico tipico delle cooperative²⁴⁹.

Innanzitutto, nonostante i due fenomeni perseguano alcuni scopi comuni, come garantire l'accesso a beni e servizi a condizioni vantaggiose, la prima differenza chiara riguarda le modalità con cui viene raggiunto l'obiettivo perseguito; infatti, mentre nel modello peer-to-peer si ha uno scambio diretto di beni e servizi tra individui, nell'impresa cooperativa le persone, per soddisfare i propri interessi, devono necessariamente associarsi e condividere uno schema imprenditoriale comune. Dunque, mentre l'impresa cooperativa soddisfa i bisogni e gli interessi dei soci attraverso la modalità classica,

²⁴⁸ VICO D.; *Cooperazione e piattaforme. Esperienze e sfide dell'economia icollaborativa in Italia*. In pandorarivista.it, 2021, pp. 2-4

²⁴⁹ BATTISTONI F., COMO E., CHOJNICKI S., RAPISARDI A., SATERIALE BERNARDO PROVVEDI G.; *Dalla sharing economy all'economia collaborativa. L'impatto e le opportunità per il mondo cooperativo*. In fondazioneunipolis.org, 2015, pag. 48

consistente nell'esercizio di un'attività di impresa, l'economia della condivisione rappresenta un modello innovativo, in quanto è priva della funzione produttiva che vede i soggetti collaborare in maniera diretta ed orizzontale²⁵⁰. Invece, sotto il profilo della tecnologia, quest'ultima rappresenta il cuore dell'economia della condivisione che, attraverso le piattaforme digitali, crea legami diretti tra le persone; più nello specifico, l'enorme successo della sharing economy è dovuto proprio al pieno sfruttamento della tecnologia digitale, attraverso la quale è stato anche possibile abbassare i costi di transazione, costruire nuove relazioni e più in generale creare un nuovo modello economico e sociale. Diversa è la questione relativa al movimento cooperativo, che nel tempo è rimasto indietro rispetto al progresso tecnologico; al riguardo, l'incisività della tecnologia nelle imprese cooperative dipende molto dal settore in cui operano, ad esempio vi sono alcune cooperative, come quelle sociali, che fin dal principio hanno presentato una particolare difficoltà ad adattarsi alla digitalizzazione. Ciononostante, negli ultimi anni si è sviluppato un settore di nicchia, che vede alcune imprese cooperative cogliere le opportunità offerte dal progresso tecnologico, fino ad innovare i propri modelli di business e instaurare delle nuove relazioni. Inoltre, anche il modello societario utilizzato dalle imprese cambia all'interno dei due settori, cooperativo e collaborativo. Innanzitutto, nell'economia collaborativa le imprese non dispongono di una tipologia giuridica ad hoc, ma rispondono alla tipologia con cui sono state registrate: al giorno d'oggi il modello societario più diffuso viene individuato nella società a responsabilità limitata (S.r.l.), ovvero una forma imprenditoriale for-profit. L'impresa

²⁵⁰ BATTISTONI F., COMO E., CHOJNICKI S., RAPISARDI A., SATERIALE BERNARDO PROVVEDI G.; *Dalla sharing economy all'economia collaborativa. L'impatto e le opportunità per il mondo cooperativo*. In fondazioneunipolis.org, 2015, pp. 48-49

cooperativa, invece, non rappresenta un modello giuridico in senso lato, bensì una tipologia di impresa specifica; infatti, la relativa disciplina è contenuta all'interno del Codice Civile (artt. 2511 ss. c.c.) e gli elementi caratterizzanti descritti – il fine mutualistico, il controllo democratico dei soci e la partecipazione in misura uguale al capitale, la partecipazione volontaria e libera e l'autonomia della stessa società – rappresentano i punti fondamentali di governance e le regole di funzionamento del modello stesso²⁵¹.

5.2 Le opportunità del confronto

Il reciproco incontro dei due modelli – al fine di creare una nuova figura economica in grado di sfruttare gli aspetti maggiormente proficui di entrambi – è oggetto di interesse sia nazionale, che internazionale²⁵².

In ambito internazionale, le due principali correnti di pensiero vengono definite *open cooperativism* e *platform cooperativism*; entrambe individuano un legame sinergico tra la sharing economy e il fenomeno cooperativo, facendo particolare attenzione alle forme di *peer production*²⁵³ come strumenti per dare una nuova direzione all'economia attuale e per rinnovare la cooperazione. L'*open cooperativism* volge lo sguardo al potenziale della peer production e dei

²⁵¹ BATTISTONI F., COMO E., CHOJNICKI S., RAPISARDI A., SATERIALE BERNARDO PROVVEDI G.; *Dalla sharing economy all'economia collaborativa. L'impatto e le opportunità per il mondo cooperativo*. In fondazioneunipolis.org, 2015, pp. 52-60

²⁵² BATTISTONI F., COMO E.; *Economia collaborativa e innovazione nelle imprese cooperative: opportunità emergenti e sfide per il futuro*. In *Impresa Sociale*, n.6, 2015, pp. 101-102

²⁵³ Questa espressione si riferisce alla produzione di beni o servizi fondata sulla collaborazione spontanea tra individui alla pari, ovvero che si trovano sullo stesso livello, in assenza di un'organizzazione di tipo gerarchico.

commons (beni comuni)²⁵⁴, quali strumenti utilizzabili per dare un nuovo volto alla cooperazione e creare nuove forme economiche maggiormente sostenibili e socialmente innovative; al riguardo, la convergenza tra i commons e il fenomeno cooperativo risolverebbe due questioni principali: la fragilità dei mezzi di sussistenza e del lavoro e il necessario maggiore sfruttamento della tecnologia digitale. Tra gli svariati strumenti attraverso i quali raggiungere una trasformazione del fenomeno cooperativo vi sono, ad esempio, nuovi paradigmi di gestione delle risorse comuni, nuove cooperative multistakeholder e nuovi studi per realizzare sistemi di monete complementari. Secondo il platform cooperativism, invece, la sharing economy dovrebbe staccarsi dal platform capitalism e sfruttare la struttura cooperativa per realizzare il suo vero scopo sociale. Ciò comporterebbe la promozione delle piattaforme secondo la logica della cooperativa, una regolazione delle forme di lavoro, una maggiore cura delle relazioni sociali e del rapporto con il territorio²⁵⁵. Dunque, il cuore del platform cooperativism consiste nel mantenere la tecnologia digitale come nucleo del fenomeno collaborativo, modificando la governance delle imprese attraverso l'uso del modello cooperativo.

In ambito nazionale, il fenomeno del platform cooperativism si va sempre più affermando, nonostante al giorno d'oggi rappresenti ancora una minoranza, essendo la maggior parte delle piattaforme digitali basate su un modello economico capitalistico. In particolare, da un'indagine a campione è risultato che in Italia generalmente le

²⁵⁴ BAUWENS M.; *Cosa sono i commons? La sfida di Gent*. In che-fare.com, 2017, pag. 2: “*I commons, originariamente chiamati meent in fiammingo, sono beni comuni e servizi, sia materiali che immateriali, che non sono in origine né una proprietà delle autorità pubbliche come la città o lo stato, né proprietà private di individui o imprese.*”

²⁵⁵ BATTISTONI F., COMO E.; *Economia collaborativa e innovazione nelle imprese cooperative: opportunità emergenti e sfide per il futuro*. In *Impresa Sociale*, n.6, 2015, pp. 101-102

piattaforme vengono avviate da un gruppo ristretto di persone, composto da imprenditori innovativi con un alto grado di istruzione, che sfruttano l'opportunità di offrire al pubblico un mezzo per effettuare scambi, costituendo un'impresa di capitali. Sono rare, invece, le situazioni in cui le stesse persone si auto-organizzano, dando vita ad una piattaforma per collaborare attraverso un'azione comune dal basso²⁵⁶.

Le potenzialità sottolineate da tali orientamenti, volti ad una nuova forma di cooperazione, portano necessariamente all'individuazione di percorsi di reciproca innovazione tra la sharing economy e il fenomeno collaborativo. Innanzitutto, la sharing economy, grazie al fenomeno cooperativo, arriverebbe ad ottenere una direzione più democratica, maggiore stabilità nella distribuzione di costi e benefici e una più equilibrata acquisizione del valore prodotto; inoltre, i valori sociali insiti nella cooperazione trasformerebbero la sharing economy nelle sue attuali ambizioni e potenzialità, ovvero costruire un modello economico basato sulla collaborazione, sulla condivisione e sulla reciprocità. Le imprese cooperative, invece, dall'incontro con la sharing economy otterrebbero la possibilità di innovarsi; già al giorno d'oggi esistono cooperative che hanno promosso sistemi peer-to-peer per agevolare gli scambi diretti di beni e servizi tra i soci, scoprendo nuove modalità di collaborazione e sfruttando la sharing economy prima ancora che quest'ultima entrasse in contatto con il fenomeno cooperativo. Tuttavia, solo l'incontro reciproco dei due fenomeni consente una piena evoluzione bilaterale, consegnando alle cooperative la tecnologia digitale che mancava per scoprire i nuovi modelli di business necessari al raggiungimento di un

²⁵⁶ BATTISTONI F., COMO E.; *Economia collaborativa e innovazione nelle imprese cooperative: opportunità emergenti e sfide per il futuro*. In *Impresa Sociale*, n.6, 2015, pp. 101-102

nuovo pubblico²⁵⁷. Alla luce di tale reciproca evoluzione innovativa, si sono formate svariate proposte per dar vita alla peer economy nella sua accezione originaria, ovvero un modello economico in cui la ricchezza è distribuita omogeneamente anche tra chi ha contribuito alla generazione del valore e non solo tra coloro che, all'interno di un gruppo ristretto, hanno creato e messo a disposizione degli utenti la piattaforma. Queste proposte incentivano la capacità dei lavoratori di stipulare contratti collettivi nei quali poter definire le condizioni del proprio ruolo, garantendosi il *surplus* realizzato dalla piattaforma come ricompensa per la loro partecipazione alla produzione di ricchezza, poiché tale capacità è stata messa in pericolo ed è venuta meno in seguito alla globalizzazione. Tra le svariate proposte, vi è ad esempio la creazione di *freelancers unions* o la realizzazione di cooperative di lavoratori in grado di gestire direttamente la piattaforma o di contrattare collettivamente con la stessa la gestione del lavoro²⁵⁸. Inoltre, anche a tutela della proprietà intellettuale, è stata proposta la creazione di strumenti volti a tutelare chi contribuisce alla creazione del valore, con l'obiettivo di contrastare situazioni nelle quali solo gli operatori economici più forti si impossessano delle conoscenze comuni; un esempio si ha con la creazione di una *common-based reciprocity licence*²⁵⁹.

L'unione del fenomeno collaborativo con quello cooperativo, seppur ancora in via di evoluzione, ha confermato la nascita del cooperativismo di piattaforma, con la conseguente ascesa di svariate

²⁵⁷ COMO E.; *La cooperazione salverà la sharing economy o viceversa?* In *collaboriamo.org*, 2019, pp. 1-3

²⁵⁸ SMORTO G.; *Sharing economy e modelli di organizzazione*. In *Colloquio Scientifico sull'Impresa Sociale*, IX edizione, 2015, pp. 10-11

²⁵⁹ SMORTO G.; *Sharing economy e modelli di organizzazione*. In *Colloquio Scientifico sull'Impresa Sociale*, IX edizione, 2015, pag. 11: “[...]ossia un sistema di privative sulla conoscenza che consenta il libero utilizzo da parte degli altri commoners ma impone un pagamento su tutti gli altri soggetti.”

tipologie di piattaforme cooperative. Alcuni esempi si hanno con le piattaforme cooperative di proprietà dei Comuni, dei *producer*, cooperative sostenute dai sindacati e “cooperative dall’interno”. Innanzitutto, le piattaforme cooperative di proprietà dei Comuni rappresentano un modello fondato sulla proprietà pubblica; l’esempio principale è presente negli Stati Uniti, dove vi sono migliaia di fornitori di energia elettrica di proprietà pubblica che, in accordo con imprese cooperative, forniscono all’incirca il 25% dell’energia elettrica che alimenta il Paese. In secondo luogo, con il termine “producer” si fa riferimento alla categoria risultante dall’intreccio tra la figura del produttore e quella dell’utente; questa seconda tipologia rappresenta una reazione a piattaforme monopolistiche come Google, che attirano l’attenzione degli utenti promettendo la gratuità del servizio e la monetizzazione dei loro dati. Al giorno d’oggi esistono svariati siti, come ad esempio Stocksy o Resonate, che cercano di creare delle nuove realtà dove poter offrire ai producer la possibilità di essere coproprietari del sito tramite cui vendono i propri lavori artistici. Le piattaforme cooperative sostenute dai sindacati, invece, sono il risultato del legame che si instaura tra le imprese e gli stessi sindacati; in questo caso le aziende più lungimiranti promuovono fortemente il legame con i sindacati in quanto, secondo la maggior parte degli studi, i lavoratori sindacalizzati presentano un grado di fedeltà più elevato rispetto agli altri, comportando un risultato maggiormente favorevole anche sulla produttività dell’impresa²⁶⁰. Un esempio riguarda le compagnie di taxi, che con l’aiuto dei sindacati hanno iniziato a costruire applicazioni per il trasporto pubblico non di linea. Infine, le cooperative dall’interno rappresentano un’ipotesi immaginaria di formazione di cooperative di

²⁶⁰ SCHOLZ T.; *La sfida al sistema della sharing economy delle multinazionali. Il cooperativismo di piattaforma*. In *alleanzacooperative.it*, 2016, pp. 25-30

lavoratori dall'interno della sharing economy; un esempio di un'eventuale cooperativa dall'interno si ha con gli utenti di Uber che, sfruttando l'infrastruttura dell'impresa, avviano una propria attività imprenditoriale²⁶¹.

L'analisi delle attuali piattaforme cooperative assume un ruolo essenziale, in quanto consente di individuare i valori e i principi fondanti il cooperativismo di piattaforma. Nello specifico, i dieci principali valori sono: la proprietà, un salario dignitoso, la trasparenza dei dati, l'apprezzamento dei lavoratori, il lavoro co-determinato, l'assistenza legale protettiva, la protezione contro comportamenti arbitrari, i sussidi dei lavoratori, il diritto alla disconnessione e l'assenza di un controllo smisurato sul posto di lavoro. La proprietà, respinta dalla sharing economy, nell'ipotesi di piattaforme cooperative rappresenta l'elemento su cui basare la piattaforma digitale, costruendo cooperative di proprietà collettiva all'interno delle quali si rafforza il legame tra Internet e la proprietà delle persone; il salario dignitoso e la conseguente maggiore sicurezza del reddito, garantiti dalle piattaforme cooperative, rappresentano una risposta a forme di pagamento al di sotto della media, pari a due o tre dollari all'ora, per gli ultimi arrivati su piattaforme di sharing economy; la trasparenza non ricomprende solo la gestione, ma più in generale anche tutti i dati inerenti all'attività della cooperativa, compresi quelli dei consumatori; l'apprezzamento dei lavoratori da parte dei proprietari della piattaforma è il risultato di un contesto disponibile in cui poter sviluppare una comunicazione e una discussione, laddove necessario; il lavoro co-determinato consiste nel coinvolgimento dei lavoratori fin dall'organizzazione della piattaforma e consente ai proprietari della stessa di comprendere a fondo il flusso di

²⁶¹ SCHOLZ T.; *La sfida al sistema della sharing economy delle multinazionali. Il cooperativismo di piattaforma*. In alleanzacooperative.it, 2016, pp. 25-30

lavoro dei dipendenti; l'assistenza legale è giustificata dal carattere innovativo ed insolito delle piattaforme cooperative, che comporta la necessità di un sostegno legale a difesa delle stesse nelle ipotesi di azioni legali ostili²⁶²; la protezione contro comportamenti arbitrari rappresenta una differenza notevole con la sharing economy, dove piattaforme come Uber sono famose per pratiche di licenziamento arbitrarie²⁶³; i sussidi dei lavoratori rappresentano una protezione sociale che equipara i dipendenti delle piattaforme cooperative con i lavoratori dell'economia tradizionale; il diritto alla disconnessione garantisce ai lavoratori degli orari chiari e definiti che consentano anche di godere di tempo libero; l'assenza di un controllo smisurato sul posto di lavoro è volta a garantire il rispetto della dignità del lavoratore, che verrebbe a mancare nell'ipotesi in cui venissero utilizzati strumenti di rigido controllo continuo inerente all'attività lavorativa²⁶⁴.

5.3 Prospettive future

Le prime imprese cooperative che, sfruttando l'influenza della sharing economy e innovandosi, hanno scoperto e rafforzato il proprio legame con la tecnologia digitale, offrono l'opportunità di svolgere alcune riflessioni circa le future prospettive di innovazione e cambiamento reciproco, che porterà entrambi i fenomeni verso un nuovo modello di innovazione sociale ed economica basato sulla

²⁶² SCHOLZ T.; *La sfida al sistema della sharing economy delle multinazionali. Il cooperativismo di piattaforma*. In alleanzacooperative.it, 2016, pp. 31-33

²⁶³ HUET E.; *How Uber 's Shady Firing Policy Could Backfire On The Company*. In forbes.com, 2014, pag. 1: "Uber fires its drivers at will, with no clear policy and sometimes with no warning -- a move that could seriously undercut its claim that its drivers are independent contractors and not employees [...] Sudden firings [...] can leave drivers stranded without a source of income and no legal recourse to fight the termination. Uber doesn't tell drivers upfront what will get them canned, just sends them warnings once they're already in hot water."

²⁶⁴ SCHOLZ T.; *La sfida al sistema della sharing economy delle multinazionali. Il cooperativismo di piattaforma*. In alleanzacooperative.it, 2016, pp. 34-36

cooperazione. Innanzitutto, il modello peer-to-peer caratterizzante la sharing economy potrà essere ripreso dalle imprese cooperative per rivisitare il concetto di mutualità e affiancare alla relazione tra il socio e la cooperativa anche un rapporto di scambio diretto tra soci. In secondo luogo, il concetto di prosumer presente nell'economia della condivisione, secondo cui un utente può essere contemporaneamente sia fornitore che consumatore del servizio, darà la possibilità alle imprese cooperative di scoprire nuove tipologie multistakeholder, come ad esempio le cooperative di comunità. Inoltre, l'uso della tecnologia digitale consentirà alle stesse imprese cooperative di ampliare il proprio raggio d'azione, arrivando a coinvolgere non più soltanto comunità locali, ma anche persone molto distanti tra loro, creando un legame globale come è già avvenuto all'interno della sharing economy. La tecnologia digitale utilizzata dalle cooperative permetterà anche di ricorrere a nuovi strumenti di monitoraggio volti a garantire una maggiore trasparenza e coinvolgimento nelle attività svolte dalle cooperative, costruendo le community tipiche della sharing economy, individuando nuove modalità di conoscersi e relazionarsi tra sconosciuti. Un altro aspetto interessante riguarda la futura possibilità per le imprese di collaborare ad un livello B2B, nonché di innovare i propri modelli di business, seguendo il percorso già tracciato dall'economia della condivisione. Infine, l'aspetto di maggiore interesse riguarda la futura possibilità per le imprese rientranti nella sharing economy di non ricorrere più alle tipologie delle società di capitali, potendo adottare la forma della società cooperativa²⁶⁵.

²⁶⁵ BATTISTONI F., COMO E., CHOJNICKI S., RAPISARDI A., SATERIALE BERNARDO PROVVEDI G.; *Dalla sharing economy all'economia collaborativa. L'impatto e le opportunità per il mondo cooperativo*. In fondazioneunipolis.org, 2015, pp. 82-84

CAPITOLO III

IL CASO UBER

1 Il trasporto pubblico non di linea – 1.1 La disciplina italiana – 1.1.1 Lo storico conflitto tra Taxi e N.C.C. – 1.2 La disciplina europea e il recepimento interno – 2 Introduzione al caso Uber – 2.1 La natura giuridica dell'attività di Uber – 2.2 Differenze e conflitto con il servizio Taxi – 3 Interventi della Corte di Giustizia dell'Unione Europea – 3.1 Sentenza CGUE C-434/15 del 20 dicembre 2017 – 3.2 Sentenza CGUE C-320/16 del 10 aprile 2018 – 4 Il percorso giurisprudenziale in Italia – 4.1 La vicenda UberPop – 4.1.1 L'avvento di Uber Taxi – 4.2 La vicenda Uber Black – 4.3 Una nuova lettura dell'art. 2598 c.c. – 5 Il caso Uber negli altri ordinamenti europei – 6 Il carattere anacronistico della L. 21/1992 – 6.1 La sentenza della Corte costituzionale 265/2016 – 7 Interventi normativi in tema di sharing economy conseguenti al caso Uber – 7.1 Iniziative sovranazionali – 7.2 Iniziative nazionali (lo Sharing Economy Act)

1 Il trasporto pubblico non di linea

Il servizio pubblico rappresenta una funzione esercitata da un soggetto, sia nel caso in cui esso appartenga all'Amministrazione pubblica, che in quello in cui faccia parte di un'organizzazione costituita in forma di azienda pubblica volta al raggiungimento di un fine utile alla collettività. Questa definizione assume un'accezione soggettiva e risale alla seconda metà del XIX secolo, testimone del cambiamento relativo agli interventi dello Stato nell'economia; più in particolare, tale periodo storico ha assistito al passaggio dallo *Stato liberale* allo *Stato sociale*, ovvero da uno Stato lontano dallo

svolgimento di un ruolo attivo ad uno fortemente presente nell'economia, con interventi volti a tutelare il benessere generale e diffuso dei cittadini. L'entrata in vigore della Costituzione italiana nel 1948 ha offerto una nuova connotazione oggettiva di "servizio pubblico", secondo la quale il carattere della pubblicità non fa più riferimento a colui che offre il servizio, ma ai destinatari dello stesso, alle necessità che si intende soddisfare e alla pianificazione realizzata dall'Amministrazione pubblica. Ciò è confermato dal terzo comma dell'art. 41 della Costituzione, che consente di distinguere tra l'attività economica pubblica o privata e il servizio pubblico, facendo rientrare all'interno di questa seconda categoria tutte le attività economiche sottoposte a determinazione legislativa del programma e dei controlli e dirette a realizzare un fine sociale, indipendentemente dalla natura pubblica o privata dell'operatore²⁶⁶.

Nell'ambito dei servizi pubblici, il settore del trasporto può essere definito come l'attività con la quale vengono trasferite persone o cose da un luogo ad un altro; tale definizione richiama il contenuto dell'art. 1678 c.c. che disciplina il contratto di trasporto²⁶⁷. Il servizio di trasporto pubblico si distingue in due sottocategorie principali: il trasporto pubblico di linea ed il trasporto pubblico non di linea. Il servizio pubblico di trasporto di linea ricomprende tutte le forme di trasporto collettivo urbano, extraurbano e regionale di persone o cose, svolto in favore del pubblico con carattere continuato, periodico e indistinto nel rispetto di orari, tragitti e tariffari predefiniti non soggetti ad alcuna modifica, né da parte del conducente del mezzo, né su richiesta dell'individuo che usufruisce del servizio. Il servizio pubblico

²⁶⁶ OSTENGO L.; *I servizi pubblici condivisi: il trasporto pubblico non di linea come "case study" del fenomeno*. In *Il diritto amministrativo*, 2019, pp. 1-2

²⁶⁷ BRIGNARDELLO M., CASANOVA M.; *Corso breve di diritto dei trasporti, Seconda edizione*. Giuffrè Francis Lefebvre, Milano, 2020, pag. 56

non di linea, invece, assume una dimensione tendenzialmente individuale e locale, ricomprendendo servizi di piazza e autonoleggi, tra cui principalmente Taxi e N.C.C., non soggetti ad alcun orario, tariffario o tragitto predeterminati²⁶⁸.

1.1 La disciplina italiana

All'interno del nostro ordinamento giuridico, fin dalla legge Giolitti (L. 103/1903), il legislatore ha fatto rientrare a tutti gli effetti il trasporto pubblico tra i servizi pubblici, trattandosi di un'attività diretta al soddisfacimento di necessità di natura collettiva e a tal fine predisposta dall'Amministrazione pubblica per assicurare il rispetto dei requisiti di universalità e qualità gestionale²⁶⁹. La prima normativa del trasporto pubblico non di linea si è avuta con il R.d. 1740/1933 (Testo unico delle norme per la tutela delle strade e della circolazione), che determinava le qualità necessarie richieste agli autisti e disciplinava il regime di titolarità degli autoveicoli predisposti al trasporto di un qualsiasi soggetto entro il territorio provinciale. Nello specifico, tutti i mezzi di trasporto, eccetto quelli che circolavano in Comuni dalle dimensioni ridotte, dovevano avere installato al proprio interno un tassametro; inoltre, era necessaria l'indicazione visibile e chiara per i passeggeri delle tariffe e delle condizioni di trasporto. Già a quel tempo, il legislatore riconosceva un'ampia autonomia ai Comuni, rimettendo a questi ultimi gran parte della relativa disciplina in materia; infatti, il T.U. riconosceva la possibilità all'Ente comunale di determinare il numero, la tipologia e le peculiarità dei mezzi adibiti al servizio di piazza e all'autonoleggio, nonché la facoltà di adottare regolamenti

²⁶⁸ CLARONI A.; *La disciplina del trasporto pubblico locale: recenti sviluppi e prospettive*. In eprints.biblio.unitn.it, 2011, pp.13-14

²⁶⁹ CAIA G.; *Il trasporto pubblico locale come paradigma del servizio pubblico (disciplina attuale ed esigenze di riordino)*. In osservatorioaic.it, 2018, pp. 331-332

speciali non contrastanti con la disciplina statale. Solo con la creazione delle Regioni ordinarie, avvenuta con l'approvazione della legge elettorale 108/1968, l'intera materia è stata decentrata, comportando il trasferimento all'Ente regionale del compito di approvare i regolamenti comunali inerenti all'autonoleggio e ai servizi di piazza. Al giorno d'oggi, l'intera normativa in materia è contenuta all'interno della L. 21/1992, provvedimento attraverso il quale sono state riconosciute anche maggiori competenze alle Regioni e ai Comuni, nonché nel d.lgs. 422/1997, che più in generale si concentra sul trasferimento dell'intera materia dei trasporti locali alle Regioni e agli enti locali.

In particolare, la L. 21/1992 definisce gli autoservizi pubblici non di linea sottolineando la loro natura aggiuntiva rispetto agli altri trasporti pubblici locali e individuando due differenze principali tra il servizio Taxi e N.C.C.: le tariffe e lo stanziamento dei veicoli. Innanzitutto, mentre nel servizio taxi la tariffa deve essere obbligatoriamente calcolata dal tassametro in base al costo chilometrico e al costo del tempo necessario per il trasporto, nel servizio N.C.C. il costo non viene individuato secondo una procedura standard, ma in base ad un accordo tra l'operatore ed il cliente; in secondo luogo, mentre nell'ambito del servizio Taxi lo stanziamento dell'autoveicolo avviene in un luogo pubblico, nel servizio N.C.C. avviene esclusivamente all'interno delle rimesse. Sotto gli altri profili, entrambi i servizi perseguono l'obiettivo di svolgere un'attività di trasporto individuale o di gruppi ristretti, offrendo il proprio servizio a chiunque ne abbia necessità, tendenzialmente, all'interno del Comune²⁷⁰.

I principali aspetti regolati dalla L. 21/1992 riguardano la forma giuridica delle imprese che operano nel settore del trasporto pubblico

²⁷⁰ RAFFIOTTA E. C.; *Trasporti pubblici locali non di linea e nuove tecnologie: il caso Uber nel diritto comparato*. In *Rivista Munus*, n. 1, 2016, pp. 80-81

non di linea, l'ottenimento della licenza Taxi e dell'autorizzazione N.C.C., nonché i requisiti necessari per accedere al servizio²⁷¹.

In relazione alla forma giuridica, coloro in possesso di una licenza per lo svolgimento del servizio Taxi o N.C.C. hanno la possibilità di procedere in qualità di titolari di un'impresa artigiana di trasporto, con la relativa iscrizione presso l'albo delle imprese artigiane; in alternativa, possono svolgere la propria attività anche costituendo delle cooperative di produzione e lavoro, un consorzio tra imprese artigiane oppure, nell'ipotesi di N.C.C., anche in qualità di imprenditori privati.

La licenza e l'autorizzazione per poter accedere al mercato si ottengono con tre modalità diverse: la prima consiste, per la licenza Taxi, nella partecipazione ad un bando di pubblico concorso per i soggetti proprietari o nella disponibilità in leasing di un autoveicolo e, per l'autorizzazione N.C.C., anche nella disponibilità di una rimessa; la seconda, invece, viene individuata nell'acquisto della licenza o dell'autorizzazione da parte della persona indicata dal titolare della licenza o dell'autorizzazione stesse da minimo cinque anni, con almeno sessant'anni d'età e inabile o inidoneo al servizio in maniera permanente; la terza ed ultima modalità è descritta all'art. 10 L. 21/1992, che prevede il servizio Taxi per sostituzione nelle ipotesi tassativamente individuate dal legislatore, come ad esempio per motivi di salute, inabilità temporanea, gravidanza o chiamata alle armi²⁷². Inoltre, ai sensi dell'art. 9 L. 21/1992, la licenza può essere anche trasferita per atto mortis causa. Infine, in relazione ai requisiti per accedere ai servizi Taxi e N.C.C. è necessario essere iscritti al ruolo dei

²⁷¹ COLLE P.; *Caso Uber in Italia: disciplina normativa e tutta la giurisprudenza*. In *giurecivile.it*, 2018, pag. 2

²⁷² COLLE P.; *Caso Uber in Italia: disciplina normativa e tutta la giurisprudenza*. In *giurecivile.it*, 2018, pp. 2-4

conducenti di veicoli adibiti al servizio pubblico non di linea; tale iscrizione è consentita esclusivamente a coloro in possesso di un certificato di abilitazione professionale, condizionato al sostenimento di un esame di fronte ad una specifica commissione regionale volta a controllare la presenza dei requisiti di idoneità all'esercizio del servizio, ovvero la conoscenza geografica e toponomastica.

Invece, il d.lgs. 422/1997, modificato con il d.lgs. 400/1999, attribuisce alle Regioni e agli enti locali una serie di funzioni nell'ambito del trasporto pubblico locale. In particolare, un ruolo centrale è svolto dall'art. 14 del decreto, nel quale il legislatore riconosce alle Regioni il compito di stabilire gli indirizzi per l'organizzazione e la programmazione del trasporto pubblico, specificamente per i piani di bacino, quelli urbani del traffico ed i programmi triennali dei servizi di trasporto stabiliti dalle Province.

La disciplina del trasporto pubblico non di linea nel corso del tempo è stata integrata da alcuni interventi legislativi, tra cui principalmente il D.L. 223/2006 ("Disposizioni urgenti per il rilancio economico e sociale, per il contenimento e la razionalizzazione della spesa pubblica, nonché interventi in materia di entrate e di contrasto all'evasione fiscale"); tale riforma ha introdotto nuovi bandi straordinari per il rilascio di ulteriori licenze. Inoltre, nel 2008 il legislatore è intervenuto nuovamente (D.L. 207/2008), apportando delle modifiche al testo della L. 21/1992 con l'obiettivo di rafforzare le differenze tra N.C.C. e Taxi²⁷³. In particolare, tale riforma ha stabilito che: la rimessa dei veicoli del servizio N.C.C. e la loro sede devono trovarsi all'interno del Comune che ha rilasciato l'autorizzazione, gli autisti del servizio N.C.C. non possono sostare sul suolo pubblico e devono iniziare e

²⁷³ COLLE P.; *Caso Uber in Italia: disciplina normativa e tutta la giurisprudenza*. In *giurecivile.it*, 2018, pag. 5

terminare le corse all'interno della rimessa, nella quale devono anche essere accettate le richieste di trasporto; inoltre, è stata anche riconosciuta ai Comuni la possibilità di limitare l'accesso nel proprio territorio ad autisti N.C.C. provenienti da Comuni diversi e di richiedere anche una previa comunicazione, munita di autocertificazione, volta a garantire il possesso e l'osservanza dei requisiti di operatività.

Infine, è stato introdotto l'art. 11-bis, il quale ha individuato delle sanzioni (sospensione e cancellazione dal ruolo) nelle ipotesi di violazione di tali regole²⁷⁴. Tuttavia, alcune di queste previsioni vennero considerate lesive della concorrenza a causa delle svariate imposizioni previste per il servizio N.C.C. e per tale motivo immediatamente sospese nella loro efficacia²⁷⁵.

1.1.1 Lo storico conflitto tra Taxi e N.C.C.

Nell'ultimo decennio, il settore del trasporto pubblico locale non di linea ha assistito ad un acerrimo scontro, che ha coinvolto i due servizi di matrice privatistica principalmente operanti al suo interno, ovvero il servizio N.C.C. ed il servizio Taxi²⁷⁶. In via generale e teorica, si tratta di due servizi diversi l'uno dall'altro e in quanto tali, potenzialmente in grado di coesistere pacificamente; tuttavia, gli elementi negativi che determinano le criticità nel rapporto sono principalmente conseguenza dello svolgimento, all'interno del settore

²⁷⁴ COLLE P.; *Caso Uber in Italia: disciplina normativa e tutta la giurisprudenza*. In giurecivile.it, 2018, pag. 5

²⁷⁵ Al riguardo, vi è stato un importante intervento dell'AGCM, che nel Bollettino settimanale n. 7 del 2009 ha ritenuto: *“In definitiva, le innovazioni normative prospettate sono suscettibili di introdurre numerosi elementi di rigidità nella disciplina che regola il servizio di noleggio con conducente, producendo, in particolare, compartimentazioni territoriali idonee a limitare sensibilmente il numero di operatori presenti su un dato Comune, con l'effetto di ridurre l'offerta dei servizi di trasporto pubblico non di linea, a danno degli utenti”*.

²⁷⁶ PATANÈ V.; *Taxi e Ncc, uno scontro decennale: tutta la storia dall'inizio*. In firstonline.info, 2018, pp. 1-3

del trasporto pubblico locale non di linea, di pratiche abusive ed illegali. Sulla base di un'analisi storica, lo scontro tra le due categorie ha avuto inizio con il D.L. 207/2008 (“Proroga di termini previsti da disposizioni legislative e disposizioni finanziarie urgenti”), che all’art. 29, comma 1-quater, modificava la L. 21/1992. In particolare, il legislatore ha favorito la posizione dei tassisti, da sempre fortemente contrari al servizio N.C.C., in quanto ha cercato di contrastare le pratiche abusive prevedendo per il conducente dell’auto noleggiata il dovere di stazionare in autorimessa, presso la quale devono essere anche avanzate le richieste di trasporto, con il conseguente obbligo di rientrarvi sempre al termine di ogni corsa; tuttavia, la norma in questione non è mai entrata in vigore, essendo stata immediatamente sospesa dall’art. 7-bis, comma 1, del D.L. 5/2009. Questa situazione di stallo – caratterizzata da un continuo rinnovo della sospensione nel corso degli anni²⁷⁷ – ha aumentato le forti tensioni già esistenti tra le due categorie: da un lato, l’interesse dei tassisti era quello di ottenere l’entrata in vigore dell’art. 29, comma 1-quater, dall’altro lato, il bisogno lamentato dagli autisti del servizio N.C.C., che svolgono regolarmente la professione, era quello di ottenere una normativa chiara che regolasse la propria attività, senza causare ripercussioni di natura economica²⁷⁸; infatti, la rimessa in cui dover rientrare al termine di ogni corsa si trova all’interno del

²⁷⁷ L’art. 2, comma 3 D.L. 40/2010 (conv. con legge 73/2010) ha prorogato di sessanta giorni dall’entrata in vigore del decreto (26 marzo 2010) la sospensione di efficacia disposta dall’art. 7-bis del D.L. 5/2009, venendo poi modificato dall’art. 51, comma 7 D.L. 78/2010, che prorogava il termine di sospensione al 31 dicembre 2010, per poi essere ulteriormente prorogato di anno in anno (fino al 2016), in attesa della “*rideterminazione dei principi fondamentali della disciplina di cui alla legge 15 gennaio 1992 n. 21*”. Da ultimo, il D.L. 244/2016 (conv. con legge 19/2017) ha disposto che la sospensione dell’efficacia disposta dall’articolo 7-bis D.L. 5/2009 “*si intende prorogata fino al 31 dicembre 2017*” per poi essere nuovamente prorogata fino al 31 dicembre 2018 con la L. 205/2017.

²⁷⁸ PETRELLA F.; *NCC e taxi: l’eterno scontro tra le due categorie*. In *elitecars.it*, 2019, pp. 2-4

Comune che ha rilasciato l'autorizzazione e ciò comporta, quale conseguenza principale per gli autisti che svolgono il servizio N.C.C. in Comuni diversi, l'obbligo di doversi spostare per ore al termine di ogni corsa al fine di raggiungere il proprio Comune, a volte collocato anche in altre regioni rispetto a quella in cui viene svolto il servizio²⁷⁹. Dopo un decennio, in vista del termine sospensivo del 31 dicembre 2018, il legislatore ha introdotto il D.L. 135/2018 ("Disposizioni urgenti in materia di sostegno e semplificazione per le imprese e per la pubblica amministrazione"), che all'art. 10-bis ha definitivamente stabilito l'obbligo per gli autisti che offrono il servizio N.C.C. di rientrare in rimessa al termine di ogni corsa. In particolare, l'introduzione della norma in questione è stata ritenuta necessaria per poter garantire una maggiore distinzione tra il servizio Taxi e quello N.C.C., evitando atteggiamenti idonei a causare uno svantaggio concorrenziale ai primi ed un vantaggio economico ai secondi; infatti, in base a questa valutazione, senza l'obbligo di stazionare e rientrare in rimessa al termine di ogni corsa, ma rimanendo sul suolo pubblico, gli autisti del servizio N.C.C. avrebbero potuto accettare molte più richieste di trasporto, con un conseguente maggior ritorno economico e con il rischio di confondersi sempre di più con un servizio di piazza, sottraendo dunque clientela al servizio Taxi²⁸⁰.

Prima del 2018, l'obbligo di rientrare in rimessa era stato fortemente criticato anche dall'Autorità Garante della Concorrenza e

²⁷⁹ PATANÈ V.; *Taxi e Ncc, uno scontro decennale: tutta la storia dall'inizio*. In firstonline.info, 2018, pp. 1-3

²⁸⁰ LUCIANÒ F.; *La nuova disciplina in materia di taxi e NCC alla prova della Corte costituzionale, tra tutela della concorrenza e vizi in ridondanza. Nota alla sentenza n. 56 del 2020*. In federalismi.it rivista di diritto pubblico italiano, comparato, europeo, n. 26, 2020, pag. 97. Sul punto anche UFFICIO LEGISLATIVO ACI; *L'obbligo di rientro in rimessa per coloro che svolgono l'attività di noleggio con conducente è illegittimo: la tutela della concorrenza nella sentenza della Corte Costituzionale n. 56/2020*. In *Rivista Giuridica online della circolazione e dei trasporti*, 2020, pag. 1

del Mercato e dall’Autorità di Regolazione dei Trasporti. Nello specifico, l’AGCM con Atto di segnalazione 1137/2014 ha presentato al Parlamento ed al Governo diverse proposte da inserire nella legge annuale per il mercato e la concorrenza; una di queste proposte consisteva proprio nell’eliminazione di forme di discriminazione competitiva tra il servizio Taxi e quello N.C.C., proponendo una perfetta sostituibilità tra i due anche alla luce della continua innovazione tecnologica. Inoltre, in relazione al servizio N.C.C., l’AGCM ha manifestato diversi dubbi circa i limiti territoriali imposti dal legislatore, poiché idonei a compromettere in forma incisiva il rapporto concorrenziale con il servizio Taxi. Con ulteriori interventi, le Autorità hanno continuato a difendere la posizione ricoperta dagli autisti del servizio N.C.C., fino all’Atto di segnalazione 1620/2019 dell’AGCM nel quale quest’ultima ha sottolineato l’esistenza di una visione palesemente fuorviante e distorta del settore da parte del legislatore, confermata dalle eccessive restrizioni imposte al servizio N.C.C.²⁸¹.

Recentemente, l’art. 10-bis del D.L. 135/2008 è stato vagliato dalla Corte costituzionale, la quale ne ha dichiarato l’illegittimità all’interno della sentenza 56/2020²⁸²; la questione di legittimità sulla normativa appena entrata in vigore era stata sollevata in via principale dalla Regione Calabria, che ha ripercorso i tentativi infruttuosi di riforma del settore del trasporto pubblico non di linea da parte del legislatore, individuando quale causa scatenante del ricorso la perplessità che il D.L. 135/2018 – ed in particolar modo l’art. 10- bis,

²⁸¹ UFFICIO LEGISLATIVO ACI; *L’obbligo di rientro in rimessa per coloro che svolgono l’attività di noleggio con conducente è illegittimo: la tutela della concorrenza nella sentenza della Corte Costituzionale n. 56/2020*. In Rivista Giuridica online della circolazione e dei trasporti, 2020, pag. 1

²⁸² CAPRINO M.; *Incostituzionale la norma creata per fermare Uber*. In Il Sole 24 Ore, 2020, pp. 1-2

commi 1, lett. a), b), e), f), 6, 7, 8, 9 – regolasse nel rispetto della Costituzione l'iter di perfezionamento e svolgimento del servizio N.C.C.. Nel ricorso la Regione Calabria ha eccepito: in primis, un'invasione della competenza regionale residuale in materia di trasporto pubblico locale da parte di una disciplina statale minuziosa ai sensi dell'art. 117, commi 2, lett. e) e 4 della Costituzione²⁸³; con le altre questioni, invece, è stato sottolineato che le limitazioni contenute all'interno della normativa oggetto di ricorso contrastavano con gli artt. 49, 56 e da 101 a 109 TFUE, relativi ai principi di libertà di stabilimento, di libera prestazione dei servizi e di concorrenza, nonché con i principi di uguaglianza e ragionevolezza (artt. 3 e 9 della Costituzione).

In relazione al primo aspetto, di natura prettamente formale, la Corte costituzionale nella pronuncia ha specificato che l'art. 117 della Costituzione riconosce allo Stato la competenza esclusiva sulla tutela della concorrenza, ma contemporaneamente richiede che questa non venga esercitata al punto da assorbire le materie di competenza regionale, come era già stato chiarito all'interno della sentenza 98/2017; dunque, il contrasto con la Costituzione è stato individuato nell'illegittimo esercizio del potere legislativo, che deve sempre rispettare i requisiti dell'adeguatezza e della proporzionalità.

Sotto il profilo sostanziale, invece, la Corte ha qualificato il contenuto della norma oggetto di esame, ovvero l'obbligo di rientrare in rimessa al termine di ogni corsa, come “un aggravio organizzativo e gestionale irragionevole”, in quanto per evitare che il servizio N.C.C.,

²⁸³ Art. 117, comma 2, lett. e) Cost.: “*Lo Stato ha legislazione esclusiva nelle seguenti materie [...] moneta, tutela del risparmio e mercati finanziari; tutela della concorrenza; sistema valutario; sistema tributario e contabile dello Stato; armonizzazione dei bilanci pubblici; perequazione delle risorse finanziarie;*”. Art. 117, comma 4 Cost.: “*Spetta alle Regioni la potestà legislativa in riferimento ad ogni materia non espressamente riservata alla legislazione dello Stato*”.

pensato per una categoria di utenti specifica, venga confuso con il servizio Taxi, rivolto invece ad una utenza indifferenziata, è sufficiente l'applicazione delle restanti regole contenute nel testo normativo del D.L. 135/2008²⁸⁴, come ad esempio la possibilità di offrire il servizio attraverso strumenti tecnologici, ritenuti sufficienti per impedire che anche il servizio N.C.C. sia offerto ad un pubblico indifferenziato²⁸⁵.

1.2 La disciplina europea e il recepimento interno

Nell'ambito della disciplina comunitaria, dove la libera prestazione dei servizi e la concorrenza svolgono un ruolo centrale, è presente una normativa in tema di trasporto pubblico, che non impone all'Amministrazione Pubblica competente dei limiti eccessivamente rigidi per la pianificazione dei servizi di trasporto; infatti, si applica il principio di libera amministrazione di cui all'art. 2 della direttiva comunitaria 2014/23/CE, secondo il quale le Autorità nazionali, regionali e locali possono pianificare autonomamente e liberamente i propri servizi nel rispetto del diritto nazionale e dell'Unione Europea, decidendo le modalità ritenute migliori per la prestazione degli stessi²⁸⁶.

Questa situazione europea in materia di trasporto pubblico può essere compresa se analizzata sotto l'aspetto derogatorio, partendo dall'esame della direttiva comunitaria 2006/123/CE (direttiva Bolkestein), relativa ai servizi nel mercato interno²⁸⁷. In particolare, la

²⁸⁴ CAPRINO M.; *Incostituzionale la norma creata per fermare Uber*. In *Il Sole 24 Ore*, 2020, pp. 1-2

²⁸⁵ UFFICIO LEGISLATIVO ACI; *L'obbligo di rientro in rimessa per coloro che svolgono l'attività di noleggio con conducente è illegittimo: la tutela della concorrenza nella sentenza della Corte Costituzionale n. 56/2020*. In *Rivista Giuridica online della circolazione e dei trasporti*, 2020, pag. 2. Sul punto anche FIORE E., CORRADI M.; *NCC – Commento alla sentenza della Corte Costituzionale n. 56/2020*. In *ufficiocommercio.it*, 2020, pp. 1-3

²⁸⁶ CAIA G.; *Il trasporto pubblico locale come paradigma del servizio pubblico (disciplina attuale ed esigenze di riordino)*. In *osservatorioaic.it*, 2018, pp. 333-335

²⁸⁷ Cfr. *infra* cap. 3 par. 6

direttiva persegue come obiettivo principale quello di garantire la libertà di stabilimento, la libera circolazione dei servizi, l'abbattimento delle barriere tra i vari Stati membri attraverso l'integrazione dei mercati nazionali in un unico mercato europeo uniforme sotto il profilo regolatorio e la parità di accesso allo stesso a favore di tutti i professionisti e di tutte le imprese, affinché qualsiasi cittadino dell'Unione Europea possa proporre la propria attività economica all'interno del territorio comunitario²⁸⁸. La direttiva Bolkestein all'art. 2 esclude espressamente dal proprio ambito di applicazione i servizi rientranti nel settore del trasporto, esattamente come i servizi non economici di interesse generale, i servizi sanitari e quelli sociali, lasciando così agli Stati membri un'ampia libertà nella pianificazione di tali servizi²⁸⁹. Al riguardo, è importante sottolineare come il settore del trasporto, oltre a non essere ricompreso nella disciplina della direttiva Bolkestein, è escluso anche dall'ambito di applicazione dell'art. 56 TFUE²⁹⁰, secondo il quale: *“le restrizioni alla libera prestazione dei servizi all'interno dell'Unione sono vietate nei confronti dei cittadini degli Stati membri stabiliti in uno Stato membro che non sia quello del destinatario della prestazione”*. La differenza tra l'art. 56 TFUE e la direttiva Bolkestein va individuata nella diversità dei metodi utilizzati per tutelare la libera prestazione dei servizi all'interno dell'Unione Europea: l'art. 56 TFUE prevede una forma di integrazione

²⁸⁸ GARCIA C. A.; *Direttiva Bolkestein: cosa prevede e come funziona*. In laleggepertutti.it, 2016, pp. 1-4

²⁸⁹ CAIA G.; *Il trasporto pubblico locale come paradigma del servizio pubblico (disciplina attuale ed esigenze di riordino)*. In osservatorioaic.it, 2018, pp. 334-335

²⁹⁰ In base a quanto stabilito dall'art. 58 TFUE: *“La libera circolazione dei servizi, in materia di trasporti, è regolata dalle disposizioni del titolo relativo ai trasporti”* (Titolo VI); in particolare, si tratta della disciplina relativa all'attuazione della politica comune dei trasporti contenuta agli artt. 90-100 TFUE, che introduce un quadro normativo unitario relativo al trasporto internazionale ferroviario, su strada e per vie navigabili in partenza o a destinazione di uno Stato membro.

negativa, limitandosi passivamente a vietare gli ostacoli alla libera prestazione dei servizi, mentre la direttiva Bolkestein assume un'impostazione positiva individuando attivamente delle regole volte a garantire la libertà di stabilimento dei prestatori negli Stati membri, nonché la libertà di circolazione dei servizi²⁹¹. Infine, anche la direttiva comunitaria 2014/23/CE, inerente l'aggiudicazione dei contratti di concessione, ai sensi dell'art. 10 non trova applicazione nelle ipotesi di concessioni di servizi di trasporto pubblico.

Tali deroghe alla disciplina generale sono giustificate dalla presenza di una disciplina speciale in materia di trasporto, contenuta all'interno del Regolamento CE 1370/2007, volto a garantire una normativa non incentrata sulla concorrenza, bensì sulle richieste degli utenti e sulla costante accessibilità ad un servizio di interesse della collettività, ovvero il trasporto, garantendone anche una maggiore sicurezza e qualità²⁹².

In Italia, la direttiva Bolkestein è stata recepita con il d.lgs. 59/2010 (*"Attuazione della direttiva 2006/123/CE relativa ai servizi nel mercato interno"*), che ha sollevato forti polemiche specificamente rivolte alla previsione dell'obbligo di messa al bando delle concessioni in scadenza di spazi pubblici e beni demaniali. Infatti, prima della scadenza del termine per l'attuazione della direttiva Bolkestein (28 dicembre 2009) in Italia era previsto il "diritto di insistenza", che garantiva al concessionario uscente un regime preferenziale nel rinnovo della concessione; tuttavia, tale diritto è venuto meno con l'introduzione della direttiva Bolkestein, che individua in una gara di

²⁹¹ RACCOLTA DELLA GIURISPRUDENZA; *Conclusioni Dell'Avv. Gen. Szpunar – cause riunite C-360/15 e C-31/16 X e Visser*. In eur-lex.europa.eu, 2017, pag. 20

²⁹² CAIA G.; *Il trasporto pubblico locale come paradigma del servizio pubblico (disciplina attuale ed esigenze di riordino)*. In osservatorioaic.it, 2018, pp. 334-335

livello europeo per l'ottenimento delle concessioni una delle modalità per raggiungere la libertà di stabilimento e la libera circolazione dei servizi. Nel corso degli anni il legislatore nazionale è intervenuto in diverse occasioni con l'obiettivo di disattendere questa specifica previsione della normativa in esame, ad esempio prolungando la durata delle concessioni balneari ed eliminando gli spazi concessi agli ambulanti dai settori ricompresi dalla direttiva Bolkestein²⁹³; ciò ha comportato l'avvio di più di una procedura di infrazione a carico dell'Italia da parte della Commissione Europea²⁹⁴. Il d.lgs. 59/2010 all'art. 1 amplia il proprio ambito di applicazione a tutte le attività economiche, ma contestualmente all'art. 6 esclude espressamente tra queste il trasporto pubblico, facendo specifico riferimento anche alle attività non di linea, quali N.C.C. e Taxi.

La ragione alla base di tale esclusione, presente sia all'interno della direttiva che nella normativa interna, in genere viene ricondotta ad un orientamento tendenzialmente negativo, volto a contrastare la creazione in tutta l'Unione Europea di un mercato unico nel settore dei trasporti; tale forma di contrasto è dovuta principalmente alla paura di una maggiore concorrenza e conseguente riduzione di reddito per le categorie protette²⁹⁵. Tuttavia, in passato vi sono stati alcuni interventi diretti a liberalizzare il settore del trasporto pubblico, dando vita ad un modello concorrenziale basato non solo su concessioni e affidamenti della Pubblica Amministrazione, ma anche su autorizzazioni per le imprese con un'adeguata capacità economico-finanziaria e tecnico-

²⁹³ PAGELLA POLITICA; *Direttiva Bolkestein: perché se ne parla e perché è difficile cancellarla*. In pagellapolitica.it, 2021, pp. 2-3. Sul punto anche LA REPUBBLICA; *Che cos'è la direttiva Bolkestein e perché gli ambulanti protestano*. In repubblica.it, 2017, pp. 1-2

²⁹⁴ Da ultimo nel dicembre 2020, in seguito alla proroga di quindici anni di tutte le concessioni balneari – fino al 2033 – prevista dalla legge di bilancio 2019 (L. 145/2018).

²⁹⁵ AMATO G.; *L'errore Bolkestein. Armonizzare stanca*. In Il Sole 24 Ore, 2006, pp. 1-2

professionale. In Italia l'esempio più strutturato si è avuto con il Governo Monti, nell'ambito della XVI legislatura, durante il quale era stata pianificata una riforma volta alla liberalizzazione del trasporto pubblico locale; si tratta del D.L. 138/2011, convertito successivamente nella L. 148/2011. L'obiettivo specifico era quello di garantire la presenza nel settore in esame di una pluralità di operatori in regime di concorrenza, subordinata alla valutazione positiva da parte dell'autorità amministrativa competente del possesso dei requisiti della capacità tecnica e dell'affidabilità²⁹⁶. Tuttavia, nonostante l'approvazione del Consiglio di Stato, il regolamento di attuazione non venne mai approvato a causa di una dichiarazione di illegittimità dell'art. 4²⁹⁷ del D.L. 138/2011 da parte della Corte costituzionale, avvenuta nel 2012²⁹⁸.

2 Introduzione al caso Uber

Come si è in precedenza esaminato, l'era della tecnologia digitale e la sharing economy hanno rappresentato il cuore di un'innovazione cosiddetta *disruptive*, ovvero una distruzione creatrice volta a modificare un modello economico consolidato, innovando drasticamente i rapporti sociali ed economici precedentemente instaurati. Si tratta di un'innovazione talmente veloce da non consentire a tutti gli operatori economici presenti sul mercato di riconvertirsi e rimanere attivi, consentendo dunque a nuovi attori di entrare nel mercato stesso e consolidare nuove dinamiche concorrenziali. Tra i

²⁹⁶ CAIA G.; *Il trasporto pubblico locale come paradigma del servizio pubblico (disciplina attuale ed esigenze di riordino)*. In osservatorioaic.it, 2018, pp. 340-341

²⁹⁷ Rubricato "Adeguamento della disciplina dei servizi pubblici locali al referendum popolare e alla normativa dall'Unione europea", tale articolo prevedeva soprattutto uno schema di regolamento di attuazione che conteneva i parametri per valutare la possibilità di dar vita ad un mercato concorrenziale nell'ambito del trasporto pubblico locale.

²⁹⁸ Sent. Corte cost. 20-07-2012 n. 199

principali settori coinvolti dalla sharing economy e dalle conseguenze che ne derivano vi è quello della mobilità, con specifico riferimento al settore del trasporto pubblico non di linea²⁹⁹.

Infatti, il trasporto di persone rappresenta un settore economicamente rilevante con ampi margini di profitto per le imprese che decidono di offrire il relativo servizio, anche nelle ipotesi in cui non vi sia un investimento infrastrutturale considerevole. Ciò è reso possibile da economie di scala capaci di azzerare i limiti tradizionali del mercato e dalla stessa sharing economy in continua evoluzione. L'unione di questi due fattori consente l'individuazione di un nuovo modello industriale ibrido, all'interno del quale la centralizzazione della proprietà dei mezzi di produzione viene scambiata con il loro decentramento, nonché con la gestione degli stessi da parte di organismi non proprietari, come ad esempio le multinazionali, sulle quali non gravano gli oneri derivanti dal possesso dei beni. Questa nuova forma di capitalismo consente alle imprese di realizzare rendite di posizione, ovvero commissioni o provvigioni, attraverso la semplice attività di mediazione³⁰⁰.

Tra le varie piattaforme digitali rientranti nel fenomeno collaborativo, il settore del trasporto pubblico non di linea è stato caratterizzato e stravolto dalla nascita di "Uber". Quest'ultima è un'azienda, fondata a San Francisco nel 2009, che ha creato un'applicazione per smartphone attraverso la quale coloro che vogliono spostarsi da un luogo ad un altro della propria città possono prenotare una corsa svolta da autisti accreditati. L'idea di creare una nuova

²⁹⁹ BASINIG.; *Innovazione disruptive e limiti dell'azione di concorrenza sleale per violazione di norme pubblicistiche, dopo il caso Uber – I parte*. In Responsabilità Civile e Previdenza, fasc. 3, 2018, pp. 1028-1029

³⁰⁰ RAMPAZZO N.; *Rifkin e Uber. Dall'età dell'accesso all'economia dell'eccesso*. In Diritto dell'Informazione e dell'Informatica, fasc. 6, 2015, pp. 957-958

applicazione, risultata poi rivoluzionaria nel settore del trasporto, sembra essere giunta alla mente di uno dei due fondatori che, trovandosi a Parigi in un freddo inverno dopo aver visitato la Tour Eiffel, non riusciva a reperire un Taxi per tornare al proprio alloggio³⁰¹. Tuttavia, la vera novità caratterizzante l'azienda consiste in una variante dell'applicazione generale denominata "UberPop": quest'ultima permette un contatto diretto tra un autista – individuato in un soggetto privato – ed un passeggero, che effettua il pagamento della corsa direttamente all'azienda tramite carta di credito. Nel dettaglio, l'applicazione consente ai soggetti privati di registrarsi sulla piattaforma, divenendo utenti e potendo scegliere se collocarsi dal lato di colui che offre il servizio o di colui che in qualità di cliente lo riceve; ciò richiama il concetto di prosumer tipico della sharing economy, nella quale gli utenti possono scegliere, a seconda dei casi, se essere fornitori o utilizzatori del prodotto. Dunque, dopo aver registrato i propri dati, il cliente viene individuato geograficamente per il tramite della localizzazione satellitare e informato circa il percorso e il preventivo della corsa. Contestualmente, la piattaforma invia in tempo reale la richiesta a tutti gli autisti registrati, i quali possono scegliere se accettare o meno la domanda; nel caso di accettazione, il cliente riceve un codice di prenotazione che deve essere inserito nell'applicazione per confermare la propria richiesta. Il sistema di pagamento viene gestito direttamente dall'applicazione al termine della corsa, evitando un qualsiasi rapporto di natura economica tra il cliente e l'autista. La società trattiene il 20-25% circa del corrispettivo dato all'autista, il quale però può essere anche pagato quotidianamente con una somma fissa dalla stessa azienda a condizione che si renda disponibile per il

³⁰¹ LOBIANCO R.; *Servizi di mobilità a contenuto tecnologico nel settore del trasporto di persone con conducente: brevi riflessioni sulla natura giuridica del fenomeno Uber*. In *Responsabilità Civile e Previdenza*, fasc. 3, 2018, pag. 1049

tempo indicato nel contratto e accetti almeno il 90% delle richieste notificategli³⁰². Sono svariate le ulteriori varianti del servizio Uber, come Uber Pool e Uber Black; quest'ultima, a differenza di UberPop, richiede che l'autista sia qualificato, ovvero che posseda l'autorizzazione al pari di coloro che svolgono il servizio N.C.C. e ricomprende al suo interno diversi servizi di lusso, come Uber-Lux, Uber-Suv e Uber-Van, divisi in base al veicolo che si desidera.

I requisiti richiesti da Uber, affinché sia possibile svolgere il servizio di trasporto dal lato dell'offerta, sono: 1) il possesso di un certificato di residenza nel Paese in cui viene erogato il servizio; 2) un autoveicolo immatricolato dal 2008 in poi in grado di trasportare almeno quattro passeggeri in condizione di comodità; 3) una carta di circolazione valida; 4) l'assenza di condanne penali definitive; 5) una patente da almeno tre anni e non sospesa da minimo dieci anni; 6) un'assicurazione per la responsabilità civile verso terzi. A questi requisiti, sufficienti per gli autisti privati che accedono alla piattaforma UberPop, si aggiungono necessariamente per il servizio Uber Black anche: 7) il certificato di abilitazione professionale (CAP); 8) l'iscrizione al Ruolo conducenti di veicoli e natanti adibiti al trasporto pubblico non di linea; 9) l'autorizzazione per lo svolgimento del servizio N.C.C.³⁰³. Al giorno d'oggi, Uber opera in centinaia di città sparse in tutto il mondo, presenta un fatturato di miliardi di dollari, ha un numero di dipendenti ridotto che non supera il migliaio, ma conta sulla disponibilità di un milione di autisti e non è proprietaria dei mezzi di trasporto; quest'ultima caratteristica è la conseguenza della legge

³⁰² RAMPAZZO N.; *Rifkin e Uber. Dall'età dell'accesso all'economia dell'eccesso*. In *Diritto dell'Informazione e dell'Informatica*, fasc. 6, 2015, pp. 958-959

³⁰³ LOBIANCO R.; *Servizi di mobilità a contenuto tecnologico nel settore del trasporto di persone con conducente: brevi riflessioni sulla natura giuridica del fenomeno Uber*. In *Responsabilità Civile e Previdenza*, fasc. 3, 2018, pag. 1050

della piattaforma, secondo la quale la capacità tecnologica di accesso è più importante della proprietà³⁰⁴. L'insieme degli elementi che compongono il servizio Uber consente di distinguerlo dalle altre piattaforme digitali di car sharing o car pooling, nelle quali l'obiettivo principale perseguito consiste nella condivisione di un autoveicolo attraverso un'applicazione per ridurre i costi di un determinato viaggio, a vantaggio sia dell'autista, che del passeggero; in questo caso, piuttosto, il tragitto viene deciso dallo stesso passeggero, che versa una somma di danaro in qualità di corrispettivo per il trasporto di cui ha usufruito, non andando semplicemente incontro ad un risparmio (come avviene ad esempio con BlaBlaCar)³⁰⁵.

2.1 La natura giuridica dell'attività di Uber

Il primo aspetto problematico inerente Uber riguarda la sua qualificazione come azienda avente ad oggetto un'attività di trasporto, piuttosto che un servizio elettronico di intermediazione; questa alternativa sorge dal ruolo svolto dall'azienda, che non possiede gli autoveicoli utilizzati per il trasporto, ma si limita a mettere in contatto il cliente con l'autista. L'argomento è stato anche oggetto di analisi della Corte di Giustizia dell'Unione Europea, di fronte alla quale sono state sollevate due questioni pregiudiziali³⁰⁶. La qualificazione giuridica dell'attività svolta da Uber assume rilievo in quanto la sua individuazione risulta necessaria per comprendere quale disciplina europea debba essere applicata e, di conseguenza, quali siano le implicazioni interne ai singoli Stati membri. L'alternativa va

³⁰⁴ MIDIRI M.; *Nuove tecnologie e regolazione: il «caso Uber»*. In *Rivista Trimestrale di Diritto Pubblico*, fasc. 3, 2018, pp. 1017-1019

³⁰⁵ LOBIANCO R.; *Servizi di mobilità a contenuto tecnologico nel settore del trasporto di persone con conducente: brevi riflessioni sulla natura giuridica del fenomeno Uber*. In *Responsabilità Civile e Previdenza*, fasc. 3, 2018, pp. 1050-1051

³⁰⁶ Causa C-434/15 e causa C-320/16

individuata orientandosi tra le discipline contenute nella direttiva Bolkestein, inerente i servizi nel mercato interno³⁰⁷, nella direttiva 2000/31/CE, in materia di servizi della società dell'informazione e la disciplina relativa all'attuazione della politica comune dei trasporti presente nel Titolo VI del TFUE³⁰⁸. In particolare, la direttiva 2000/31/CE persegue come obiettivo principale quello di regolare il commercio elettronico nel mercato interno, garantendo la libera circolazione dei servizi della società dell'informazione tra gli Stati membri; la definizione di tali servizi, offerta nella direttiva dal legislatore comunitario, ricomprende al suo interno tutti quelli offerti dietro corrispettivo, a distanza, per via elettronica, attraverso strumenti elettronici di elaborazione e di memorizzazione di dati, su richiesta dell'individuo destinatario del servizio stesso³⁰⁹.

Al giorno d'oggi, secondo la giurisprudenza comunitaria e della maggioranza degli Stati membri, è pacifico che Uber debba essere inquadrata nel contratto di trasporto a favore di terzo e contestualmente assoggettata alla disciplina relativa all'attuazione della politica comune dei trasporti, contenuta nel Titolo VI (artt. 90 ss.) del TFUE³¹⁰. In particolare, la giurisprudenza è giunta a tale conclusione basandosi su alcune considerazioni principali: innanzitutto, nonostante Uber consenta l'incontro tra la domanda e l'offerta, non solo pianifica e controlla il generale andamento degli spostamenti all'interno dell'area urbana, bensì stabilisce anche le condizioni di utilizzabilità del servizio e le modalità di trasferimento, essendo in grado di impedire la prestazione del servizio stesso agli autisti che violano le regole e che

³⁰⁷ Cfr. supra cap. 3 par. 1.2

³⁰⁸ Cfr. supra cap. 3 par. 1.2

³⁰⁹ BRIGANTIG.; *Le comunicazioni commerciali nella società dell'informazione e direttiva 2000/31/CE*. In *altalex.com*, 2003, pp. 1-2

³¹⁰ CARUSO E.; *Regolazione del trasporto pubblico non di linea e innovazione tecnologica. Il caso Uber*. In *Il diritto dell'economia*, vol. 31, n. 95, 2018, pag. 235

presentano un basso indice di gradimento. Inoltre, è sempre l'azienda a fissare il valore massimo del corrispettivo e ad incassare in primo luogo l'intera somma versata per poi trattenere solo la propria percentuale. Tali considerazioni attribuiscono al servizio Uber delle caratteristiche che oltrepassano le obbligazioni tipiche dell'intermediazione, dando vita ad un rapporto maggiormente complesso ed individuato dalla giurisprudenza all'interno del contratto di trasporto alla luce della funzione economico-sociale dell'accordo stipulato tra l'autista e la società; infatti, lo spostamento di ricchezza a favore dell'autista avviene in base all'impegno, assunto da quest'ultimo con l'azienda Uber, di trasportare gli utenti che utilizzano la piattaforma digitale³¹¹.

La natura giuridica di Uber è stata anche oggetto di analisi da parte dell'Avvocato Generale Szpunar³¹², il quale nelle Conclusioni inerenti la causa C-434/15³¹³ del giorno 11 maggio 2017, partendo dalla definizione di servizi della società dell'informazione contenuta nella direttiva 2000/31/CE sopra riportata, ha osservato come ai fini dell'applicazione della normativa in esame sia necessario che il servizio venga eseguito in forma elettronica o che almeno la parte elettronica del servizio abbia un proprio valore economico autonomo. Infatti, solo in tal modo può essere realizzato lo scopo perseguito dalla direttiva, che mira alla liberalizzazione dell'intermediazione elettronica, ovvero alla

³¹¹ LOBIANCO R.; *Servizi di mobilità a contenuto tecnologico nel settore del trasporto di persone con conducente: brevi riflessioni sulla natura giuridica del fenomeno Uber*. In *Responsabilità Civile e Previdenza*, fasc. 3, 2018, pag. 1059

³¹² Le Conclusioni dell'Avvocato Generale Szpunar nella causa C-434/15 rappresentano una fonte particolarmente utile per comprendere meglio la posizione della giurisprudenza comunitaria in relazione alla natura giuridica di Uber; infatti, mentre la giurisprudenza nazionale ha svolto un'analisi più superficiale, individuando la qualificazione giuridica del servizio quale presupposto per valutare la sussistenza di un rapporto di concorrenzialità con gli operatori tradizionali del settore del trasporto pubblico non di linea e il compimento di atti di concorrenza sleale da parte dell'azienda Uber, l'Avvocato Generale Szpunar ha compiuto un esame approfondito, entrando in una specifica valutazione dell'intermediazione elettronica.

³¹³ *Asociación Profesional Elite Taxi c. Uber Systems Spain SL*

libera circolazione dei servizi della società dell'informazione, limitando la libertà degli Stati di impedire la circolazione di tali servizi quando provengono da un altro Stato membro. In caso contrario, se la componente elettronica del servizio non avesse un proprio valore economico autonomo, né rappresentasse la prestazione principale, l'impossibilità per lo Stato membro di limitarne la circolazione di per sé risulterebbe inefficace, in quanto rimanendo nella piena libertà regolatoria e limitativa della circolazione della prestazione principale, lo Stato sarebbe egualmente in grado di impedire la libera circolazione del servizio. Secondo l'Avvocato Generale Szpunar, questo è ciò che succederebbe se Uber fosse considerato semplicemente un servizio di intermediazione elettronica, in quanto la messa in contatto dell'autista con il cliente da parte dell'azienda non rappresenta né una prestazione autonoma, né principale rispetto al trasporto; invece, il servizio offerto da Uber deve essere valutato come un unicum, che ricomprende al suo interno sia l'intermediazione tra l'autista e i clienti, che l'attività principale consistente nel trasporto³¹⁴.

La determinazione della natura giuridica del servizio offerto da Uber si colloca nella più complessa vicenda che ha coinvolto principalmente il conflitto – conseguente alle nuove opportunità economiche e sociali offerte dalla tecnologia digitale – instauratosi tra gli autisti in possesso di licenza o autorizzazione abilitative allo svolgimento del servizio di trasporto pubblico non di linea e l'azienda, che tramite l'applicazione UberPop ha consentito a soggetti privati privi di licenza o autorizzazione di svolgere l'attività di trasporto non di linea. Infatti, la corretta qualificazione del servizio consente di misurare anche l'incidenza dello stesso sullo status quo normativo, ovvero capire

³¹⁴ CARUSO E.; *Regolazione del trasporto pubblico non di linea e innovazione tecnologica. Il caso Uber*. In *Il diritto dell'economia*, vol. 31, n. 95, 2018, pag. 236-237

se possa essere sottoposto all'attuale disciplina che regola il settore del trasporto pubblico non di linea e conseguentemente se sia possibile configurare un illecito concorrenziale nei confronti degli autisti che, in qualità di operatori tradizionali, operano storicamente nel settore oggetto di analisi, cioè gli autisti dei servizi N.C.C. e Taxi³¹⁵.

2.2 Differenze e conflitto con il servizio Taxi

La nuova piattaforma digitale di Uber, al pari di altri fenomeni rientranti nella sharing economy, ha profondamente trasformato il settore economico del trasporto pubblico locale non di linea, sollevando questioni importanti non solo a livello teorico-dottrinale, ma anche in ambito giurisprudenziale. In particolare, quasi in tutti gli Stati membri dell'Unione Europea, le nuove modalità di trasporto garantite dalle piattaforme digitali, hanno determinato forti tensioni all'interno di un settore ampiamente regolato e dominato da professionisti qualificati (come tassisti e autisti N.C.C.)³¹⁶. Questi ultimi infatti, di fronte a nuovi operatori, anche internazionali, con ampie quote di mercato grazie all'offerta di servizi che si collocavano al di fuori della normativa nazionale, hanno sollevato questioni incentrate principalmente sullo svolgimento di attività di concorrenza sleale. Il conflitto oggetto di analisi ha coinvolto anche altre imprese diverse da Uber, come ad esempio FlixBus; quest'ultima è una società fondata nel 2011 a Monaco di Baviera che ha costruito una rete internazionale di trasporti di medio-lungo tragitto. Tuttavia, nel caso di FlixBus la questione problematica riguardava esclusivamente il mancato riconoscimento in Italia delle autorizzazioni degli autisti provenienti dai vari Stati membri e in quanto

³¹⁵ OSTENGO L.; *I servizi pubblici condivisi: il trasporto pubblico non di linea come "case study" del fenomeno*. In *Il diritto amministrativo*, 2019, pag. 9

³¹⁶ BELVISO L.; *Il trasporto locale non di linea fra tradizione e innovazione tecnologica. Anche la Corte Costituzionale si pronuncia*. In *Rivista della Regolazione dei mercati*, fasc. 1, 2017, pp. 180-181

tale è stata risolta con più interventi da parte dell'AGCM; Nell'ipotesi di Uber la questione risulta più complessa, in quanto la piattaforma digitale opera non solo attraverso autisti professionisti, ma avvalendosi anche di autisti privati sprovvisti sia di licenza, che di autorizzazione – delle quali poter ottenere il riconoscimento in Italia – violando di conseguenza la normativa nazionale³¹⁷.

Il conflitto ha coinvolto, in prima veste, i tassisti e la nuova piattaforma digitale realizzata dall'azienda Uber, in quanto gli autisti del servizio N.C.C. hanno visto in Uber la possibilità di rinnovarsi e di utilizzare l'attuale tecnologia digitale a proprio vantaggio per ampliare il relativo campo d'azione e, dunque, anche il carico di lavoro. Le differenze tra il servizio Taxi ed Uber, infatti, sono sia di carattere tecnico, che economico e possono essere individuate innanzitutto nella community creata da Uber, caratterizzante più in generale le piattaforme rientranti nella sharing economy e assente nel servizio Taxi: Uber è un servizio rivolto ad una specifica clientela, costituita esclusivamente da coloro in possesso di uno smartphone e registrati sull'applicazione, mentre il servizio Taxi resta nella disponibilità di chiunque ne abbia bisogno³¹⁸.

L'aspetto maggiormente innovativo di Uber consiste nell'abilità di elaborare dati in modo tale da consentire agli autisti di accettare le richieste di trasporto espresse dalle varie aree urbane più velocemente rispetto al servizio di Radio Taxi: ciò è possibile grazie all'utilizzo di un algoritmo che garantisce la presenza omogenea degli autisti in tutte le aree urbane della città e consente agli utenti di scegliere

³¹⁷ LOBIANCO R.; *Servizi di mobilità a contenuto tecnologico nel settore del trasporto di persone con conducente: brevi riflessioni sulla natura giuridica del fenomeno Uber*. In *Responsabilità Civile e Previdenza*, fasc. 3, 2018, pag. 1046-1048

³¹⁸ BASINI G.; *Innovazione disruptive e limiti dell'azione di concorrenza sleale per violazione di norme pubblicistiche, dopo il caso Uber – I parte*. In *Responsabilità Civile e Previdenza*, fasc. 3, 2018, pp. 1034-1039

facilmente il proprio autista. Più nel dettaglio, l'algoritmo usato da Uber è in grado di predire l'andamento della domanda ad un ristretto livello locale, basandosi sul rapporto tra gli smartphone con l'applicazione installata e il numero di corse effettuate in un determinato arco temporale in tutte le aree urbane. A questo sistema tecnico viene conferito un valore economico con il modello di *surge pricing* che, attraverso il calcolo di concentrazione della domanda e dell'offerta, anticipa le aree in cui si creerà un elevato tasso di domande insoddisfatte e aumenta fino a cinque volte le tariffe per garantire una ridistribuzione naturale ed omogenea dell'offerta. Di conseguenza, mentre Uber garantisce sempre ai propri utenti la disponibilità di una vettura, indipendentemente da dove si trovano, il servizio di Radio Taxi non è in grado di prevenire e fronteggiare situazioni in cui vi sono maggiori clienti rispetto ai mezzi di trasporto disponibili, creando un elevato livello di insoddisfazione nella clientela³¹⁹.

Per comprendere a fondo il conflitto, è necessario analizzare e distinguere nel dettaglio due delle principali varianti del servizio Uber: UberPop e Uber Black³²⁰. Principalmente, in tutti e due i casi, gli smartphone e il sistema di localizzazione GPS consentono di mettere in contatto gli autisti e i clienti, gestendo non solo il pagamento elettronico della corsa, ma anche il calcolo delle tariffe attraverso il *surge pricing*. Tuttavia, la caratteristica fondamentale, che comporta un'enorme differenza tra questi due servizi, consiste nel possesso dell'autorizzazione per il servizio N.C.C., necessario per gli autisti di Uber Black e assente per gli autisti di UberPop, i quali figurano come

³¹⁹ BASINI G.; *Innovazione disruptive e limiti dell'azione di concorrenza sleale per violazione di norme pubblicistiche, dopo il caso Uber – I parte*. In Responsabilità Civile e Previdenza, fasc. 3, 2018, pp. 1034-1039

³²⁰ CARUSO E.; *Regolazione del trasporto pubblico non di linea e innovazione tecnologica. Il caso Uber*. In Il diritto dell'economia, vol. 31, n. 95, 2018, pag. 225

soggetti privati che condividono la propria auto. Questa distinzione è importante perché permette di capire che mentre Uber Black rinnova sotto altra veste lo storico scontro tra Taxi e N.C.C., UberPop invece introduce questioni problematiche e complesse totalmente nuove³²¹. Al riguardo, da un lato, i tassisti hanno contestato a Uber di fare concorrenza sleale, svolgendo la propria attività senza il possesso di licenze o autorizzazioni richieste dal regolamento locale sul servizio Taxi e più in generale espressamente previste, all'interno del nostro ordinamento giuridico, dalla L. 21/1992; dall'altro lato, Uber ha sempre sostenuto di svolgere una semplice attività di mediazione tra gli autisti e i clienti tramite la propria piattaforma digitale e di conseguenza di non dover essere assoggettata alla stringente disciplina che regola il settore del trasporto pubblico non di linea, ma piuttosto di dover essere regolata in maniera più semplice e meno rigida³²². Dunque, la questione che coinvolge principalmente il conflitto tra Uber ed il servizio Taxi consiste nello stabilire se debbano essere o meno equiparati e di conseguenza se Uber debba essere assoggettata al medesimo regime giuridico, dovendo avere le stesse licenze, permessi ed autorizzazioni previste, per il settore del trasporto pubblico non di linea, dai legislatori dei diversi ordinamenti giuridici. Partendo dalla qualificazione giuridica di Uber come attività di trasporto, al pari del servizio Taxi e N.C.C., la giurisprudenza dell'Unione Europea, italiana e della maggior parte degli altri Stati membri è intervenuta per regolare il conflitto e definire l'ambito, nonché i limiti, entro i quali Uber possa legittimamente esercitare la propria attività di trasporto senza integrare lo svolgimento di un'attività economica scorretta dal punto di vista

³²¹ CARUSO E.; *Regolazione del trasporto pubblico non di linea e innovazione tecnologica. Il caso Uber*. In *Il diritto dell'economia*, vol. 31, n. 95, 2018, pp. 225-226

³²² SMORTO G.; *Caso Uber, l'impatto su tutta la sharing economy*. In *Il Sole 24 Ore*, 2017, pp. 1-2

concorrenziale. In particolare, la Corte di Giustizia dell'Unione Europea e i giudici nazionali hanno cercato di individuare un bilanciamento tra gli interessi e i bisogni di entrambe le parti e, attraverso un'interpretazione resa difficile da un quadro normativo non aggiornato con il progresso della tecnologia, hanno evidenziato anche il necessario intervento del legislatore per modificare ed integrare una disciplina che risulta essere ormai anacronistica³²³.

3 Interventi della Corte di Giustizia dell'Unione Europea

Il servizio Uber è stato principalmente oggetto di due questioni pregiudiziali³²⁴: il primo rinvio venne presentato dal Tribunale di Commercio n.3 di Barcellona, mentre il secondo dal Tribunale francese di Lille. Nel corso del tempo sono state sollevate anche altre questioni, come ad esempio quella disposta dal Tribunale di Commercio di Bruxelles, ma ritenuta irricevibile dalla Corte di Lussemburgo. Le due pronunce della giurisprudenza comunitaria sono intervenute nell'ambito di due procedimenti diversi, che tuttavia condividono la medesima perplessità sulla qualificazione giuridica del servizio UberPop da parte della giurisprudenza nazionale, spagnola e francese: nel primo caso, la determinazione della natura giuridica di Uber era necessaria ai fini della valutazione della sussistenza di un rapporto di concorrenzialità dell'azienda con i tassisti, nonché per stabilire l'eventuale compimento di atti di concorrenza sleale da parte di Uber; nel secondo caso, dalla qualificazione giuridica dell'azienda dipendeva l'integrazione di una fattispecie di reato. Questo sconvolgimento

³²³ SMORTO G.; *Caso Uber, l'impatto su tutta la sharing economy*. In *Il Sole 24 Ore*, 2017, pp. 1-2

³²⁴ Causa C-434/15 (*Asociación Profesional Elite Taxi c. Uber Systems Spain SL*) e causa C-320/16 (*Uber France SAS*)

giudiziario, superando i confini nazionali dei singoli Stati membri, ha condotto la Corte di Giustizia dell'Unione Europea verso l'individuazione della natura giuridica del servizio Uber e verso svariate indicazioni per gli Stati membri, che hanno riscontrato problematiche nel rapporto tra le nuove tecnologie digitali – prive di regolazione – e i professionisti già operanti nel settore del trasporto pubblico locale non di linea, tra cui principalmente i conducenti del servizio Taxi³²⁵. Nel dettaglio, l'alternativa vagliata dalla Corte circa la natura giuridica del servizio Uber era quella tra attività di trasporto o servizio della società dell'informazione. In entrambe le questioni affrontate dalla Corte di Giustizia dell'Unione Europea, la qualificazione del servizio è stata raggiunta partendo dalla tesi per la quale un'attività rientra tra i servizi della società dell'informazione esclusivamente se l'offerta del prodotto presenta una natura composita e non consiste semplicemente in una prestazione elettronica; dunque, affinché si possa parlare di servizio della società dell'informazione nell'ambito delle nuove piattaforme digitali, è necessario che la prestazione reale del servizio sia economicamente indipendente da quella elettronica. Questa prima valutazione ha successivamente consentito alla Corte di individuare l'eventuale integrazione di pratiche ingannevoli e sleali nei confronti degli operatori che esercitano tradizionalmente attività di trasporto pubblico locale non di linea e di definire i limiti entro i quali gli Stati membri possono intervenire per garantire la corretta instaurazione di un rapporto concorrenziale tra i vecchi ed i nuovi operatori del settore³²⁶.

³²⁵ BASINI G.; *Innovazione disruptive e limiti dell'azione di concorrenza sleale per violazione di norme pubblicistiche, dopo il caso Uber – III parte*. In *Responsabilità Civile e Previdenza*, fasc. 3, 2018, pp. 1 656-1657

³²⁶ RESTA G.; *Uber di fronte alle corti europee*. In *Diritto dell'Informazione e dell'Informatica*, fasc. 2, 2017, pp. 330-331

3.1 Sentenza CGUE C-434/15 del 20 dicembre 2017

La prima questione pregiudiziale di fronte alla Corte di Giustizia dell'Unione Europea venne sollevata dal *Juzgado Mercantil* di Barcellona; nel caso concreto un'associazione professionale di tassisti spagnola, l'*Asociación Profesional Elite Taxi*, aveva domandato al giudice un'inibitoria nei confronti di *Uber Systems Spain SL*, ritenendo che il servizio offerto dalla relativa azienda integrasse l'esercizio di una pratica ingannevole ed in contrasto con la concorrenza leale³²⁷. Nel dettaglio, l'associazione di tassisti in questione riteneva che il servizio offerto da UberPop, caratterizzato dal mancato possesso di licenze o autorizzazioni da parte degli autisti, violasse la normativa inerente ai servizi di Taxi nell'agglomerato urbano di Barcellona, introdotta nel 2004 dal Consell Metropolità dell'Entitat Metropolitana de Transport de Barcelona, nonché la Ley 3-1991 de Competencia Desleal in materia di pratiche sleali e ingannevoli³²⁸. Alla luce della questione, il giudice spagnolo ritenendo necessario l'intervento interpretativo della Corte di Giustizia dell'Unione Europea, ha sollevato la questione pregiudiziale chiedendo ai giudici di Lussemburgo se l'intermediazione svolta da Uber dovesse essere qualificata come attività di trasporto, servizio elettronico di intermediazione o società dell'informazione³²⁹. La Corte di Lussemburgo, basandosi anche sulle conclusioni presentate dall'Avvocato Generale Szpunar il giorno 11 maggio 2017, nel cuore della sentenza ha qualificato l'attività esercitata da Uber come attività

³²⁷ MILIZIA G.; *Uber è un servizio di trasporto e come tale deve essere disciplinato dagli Stati*. In *Diritto & Giustizia*, fasc. 206, 2017, pag. 10

³²⁸ DIVERIO D.; *Se UberPop è un servizio di trasporto un via libera (condizionato) alla sua regolamentazione da parte degli stati membri*. In *Rivista Italiana di Diritto del Lavoro*, fasc. 2, 2018, pag. 410

³²⁹ LUBELLO V., POLLICINO O.; *Un monito complesso ed una apertura al dibattito europeo rilevante: Uber tra giudici e legislatori*. In *Giurisprudenza Costituzionale*, fasc. 6, 2016, pag. 2489

di trasporto a favore di terzi³³⁰; inoltre, la Corte ha anche sottolineato che il servizio di intermediazione prestato da Uber svolge un ruolo di minore importanza rispetto al potere organizzativo esercitato sui prezzi, gli orari di lavoro, i requisiti dei veicoli, del servizio e degli autisti, offrendo inevitabilmente un'interpretazione aperta e imprevedibile nel suo evolversi³³¹. Tuttavia, il risultato certo raggiunto dalla pronuncia della Corte di Lussemburgo consiste nell'importante impatto che ha avuto sulla valutazione della materia da parte dei singoli Stati membri, aldilà della specifica controversia sviluppatasi in Spagna. Innanzitutto, riconoscendo giuridicamente Uber come un'impresa inserita nella diretta gestione dell'offerta di un servizio di trasporto, la Corte ha individuato un vero e proprio rapporto concorrenziale tra questa e gli altri operatori del mercato, tra cui principalmente i tassisti. La conseguenza principale di tale valutazione comporta che Uber non possa più servirsi della disciplina di libera circolazione prevista per coloro che svolgono attività di e-commerce. Dunque, non potendo nemmeno rientrare all'interno della direttiva Bolkestein relativa ai servizi nel mercato interno, che esclude espressamente dal suo ambito di applicazione il settore del trasporto, sono i singoli Stati membri a dover disciplinare questo nuovo fenomeno. Ciò significa che con tale pronuncia la Corte di Giustizia dell'Unione Europea ha riconosciuto come compatibile una qualsiasi normativa interna che regoli l'attività di Uber, rimettendo agli Stati membri la decisione circa la legittimità o meno del servizio UberPop. Il secondo aspetto di fondamentale analisi evidenziato dalla sentenza concerne il rapporto di lavoro tra Uber ed i propri autisti: infatti, nonostante la questione pregiudiziale non avesse

³³⁰ Cfr. supra cap. 3 par. 2.1

³³¹ PREVIATO A.; *La sentenza della Cgue sul "caso Uber": uno spartiacque per la corretta determinazione dei modelli della sharing economy*. In *questionegiustizia.it*, 2018, pag. 2

ad oggetto il diritto del lavoro, la qualificazione di Uber come attività di trasporto comporta anche una necessaria ridefinizione dei contratti stipulati con i conducenti. Al riguardo, non risulta più sostenibile la tesi di Uber, secondo la quale gli autisti sono dei liberi professionisti in gestione autonoma, ma è piuttosto configurabile a tutti gli effetti un rapporto di lavoro subordinato, in quanto i conducenti erogano un servizio in concorrenza con gli altri operatori del settore e sotto la diretta organizzazione di Uber. Infine, la sentenza si chiude con l'auspicio di un necessario intervento normativo, che possa regolare questi nuovi fenomeni del settore del trasporto pubblico non di linea derivanti dal progresso tecnologico, garantendo contestualmente a livello nazionale e sovranazionale maggiori forme di tutela ai clienti e ai conducenti³³². La ragione per cui questa prima sentenza della Corte di Giustizia dell'Unione Europea risulta significativamente incisiva va individuata nell'ampia diffusione del fenomeno Uber con le conseguenti alterazioni sociali ed economiche³³³; in particolare, con questa pronuncia la Corte ha riconosciuto la posizione dei tassisti, avvalorandola e comportando come conseguenza principale l'inibizione del servizio UberPop all'interno di svariati Stati membri.

3.2 Sentenza CGUE C-320/16 del 10 aprile 2018

Il secondo intervento della Corte di Giustizia dell'Unione Europea sulla questione relativa a UberPop si è concentrato maggiormente sui limiti della competenza dei singoli Stati membri per la regolamentazione della materia. Più specificamente, nel 2016 il *Tribunal de grande instance* di Lille ha sollevato la questione

³³² PREVIATO A.; *La sentenza della Cgue sul "caso Uber": uno spartiacque per la corretta determinazione dei modelli della sharing economy*. In questionegiustizia.it, 2018, pp. 2-4

³³³ BASTIANON S.; *UberPop è un servizio di trasporto: la prima pronuncia della Corte di giustizia*. In Eurojust.it rivista, 2018, pp. 1-3

pregiudiziale ex art. 267 TFUE nell'ambito di un procedimento penale svolto nei confronti di *Uber France SAS*³³⁴. Al riguardo, Uber era stata accusata di aver integrato la fattispecie di cui agli articoli L. 3120-1 e seguenti del *Code des transports*, che prevede la pena pari a due anni di reclusione ed il pagamento di € 300.000 nelle ipotesi di realizzazione di sistemi che determinano un contatto diretto tra clienti e autisti non professionisti³³⁵, privi di alcuna autorizzazione al trasporto³³⁶. A difesa della propria posizione, Uber France SAS riteneva che la normativa francese in questione in materia di trasporti rientrasse nell'ambito della direttiva 98/34/CE³³⁷, la quale all'art. 8 stabilisce che gli Stati membri hanno il dovere di notificare alla Commissione Europea qualsiasi progetto di legge che introduca norme tecniche inerenti i prodotti e i servizi della società dell'informazione, a pena di successiva inopponibilità delle stesse ai singoli. Dunque, poiché nel caso specifico le autorità francesi avevano introdotto la normativa in questione senza averne prima edotto la Commissione, secondo Uber France SAS la pena prevista dal Code des transports non poteva essere applicata nei suoi confronti. Il Tribunale – continuando a manifestare alcune incertezze circa la corretta individuazione della disciplina francese all'interno della direttiva 98/34/CE – ha sospeso il processo e ha sollevato la questione pregiudiziale, domandando alla Corte di Giustizia

³³⁴ CIMMINIELLO A.; *Corte di Giustizia UE: gli Stati possono disciplinare e bloccare i servizi Uber*. In masterlex.it, 2018, pp. 1-3

³³⁵ In Francia, al pari di quanto avviene in Italia, per svolgere un servizio di trasporto non di linea il legislatore richiede specifiche autorizzazioni: i tassisti, ai sensi dell'art. 2 della Loi 95-66 del 1995 devono possedere un certificato di idoneità rilasciato dopo aver svolto una specifica formazione; gli autisti del servizio VTC (*Véhicule de Tourisme avec Chauffeur*), ai sensi dell'art. 4 della Loi 2009-888 del 2009, devono possedere una tessera professionale.

³³⁶ GOBBATO S.; *Uber: nuova pronuncia della Corte di Giustizia*. In ecommerce.studiobma.com, 2018, pp. 2-3

³³⁷ “Direttiva 98/34/CE del Parlamento europeo e del Consiglio del 22 giugno 1998 che prevede una procedura d'informazione nel settore delle norme e delle regolamentazioni tecniche”

dell'Unione Europea se la disciplina del Code des transports oggetto di analisi dovesse essere individuata nelle regole relative ai servizi della società dell'informazione ai sensi della direttiva 98/34/CE oppure nelle regole relative ai servizi di trasporto ai sensi dell'art. 2, par. 2, lett. d) della direttiva Bolkestein³³⁸, tornando dunque sulla questione relativa alla natura giuridica del servizio offerto da Uber³³⁹.

Nel valutare la questione, la Corte di Giustizia dell'Unione Europea si è basata sulla pronuncia emessa poco tempo prima nella causa C-434/15 inerente *Uber Systems Spain SL* e all'interno della propria sentenza ha nuovamente qualificato Uber come un'attività di trasporto, escludendo la possibilità di individuarla tra i servizi della società dell'informazione. Infatti, secondo la Corte è vero che il servizio offerto da Uber integra i presupposti necessari per essere considerato come rientrante tra i servizi della società dell'informazione in base alla direttiva 98/34/CE, ma allo stesso tempo è strettamente legato all'offerta di un servizio di trasporto non di linea realizzato dalla società, figurando principalmente come un contratto di trasporto a favore di terzo³⁴⁰. L'elemento aggiuntivo offerto alla Corte di Giustizia dell'Unione Europea con questa pronuncia va individuato nella più approfondita analisi relativa alla libertà dei singoli Stati membri di intervenire nella regolazione di servizi come quello offerto da Uber. Al riguardo, la Corte, escludendo che la normativa francese rientrasse nella

³³⁸ Art. 2, par. 2, lett. d) direttiva 2006/123/CE: *“La presente direttiva non si applica alle attività seguenti: [...] i servizi nel settore dei trasporti, ivi compresi i servizi portuali, che rientrano nell'ambito di applicazione del titolo V del trattato CE;”*

³³⁹ CAPRUZZI S., JACCHIA R. A.; *Uber France. La Corte di Giustizia ribadisce che il servizio Uber è un “servizio nel settore dei trasporti”*. In *lexology.com*, 2018, pp. 2-3

³⁴⁰ CIMMINIELLO A.; *Corte di Giustizia UE: gli Stati possono disciplinare e bloccare i servizi Uber*. In *masterlex.it*, 2018. Sul punto anche GOBBATO S.; *Uber: nuova pronuncia della Corte di Giustizia*. In *ecommerce.studiobma.com*, 2018, pp. 1-3

disciplina di cui alla direttiva 98/34/CE, ha anche escluso l'applicazione dell'art. 8 e ha conseguentemente riconosciuto la possibilità per i singoli Stati membri di bloccare e contrastare lo svolgimento di attività illegali nel settore del trasporto pubblico locale non di linea, senza dover necessariamente informare in anticipo la Commissione Europea delle misure adottate e ritenute necessarie per contrastare il fenomeno. All'interno di questa decisione la Corte di Lussemburgo ha ripreso il contenuto delle Conclusioni presentate dall'Avvocato Generale Szpunar, il quale è tornato a pronunciarsi sulla questione UberPop il giorno 4 luglio 2017; in particolare, l'Avvocato Generale ha ritenuto che il contenuto della direttiva 98/34/CE dovesse essere letto nel senso che una normativa interna volta a contrastare un sistema di contatto diretto tra autisti e clienti in violazione della disciplina di settore non sia soggetta ad alcun dovere informativo nei confronti della Commissione³⁴¹.

4 Il percorso giurisprudenziale in Italia

Nell'nostro ordinamento giuridico, Uber è stata introdotta per la prima volta nel 2013, dando inizio ad un percorso giurisprudenziale lastricato di ostacoli, vittorie e sconfitte, che si è protratto per più di cinque anni. Inizialmente, l'applicazione sbarcò nel mese di marzo a Milano e nel mese di maggio a Roma; l'obiettivo dell'azienda era quello di introdursi silenziosamente nel mercato italiano per studiarne le dinamiche e capire come intervenire al suo interno per ottenere un risultato proficuo. Tuttavia, il vero e proprio inizio della tormentata storia di Uber in Italia va individuato tra il 2014 ed il 2015, quando i

³⁴¹ CAPRUZZI S., JACCHIA R. A.; *Uber France. La Corte di Giustizia ribadisce che il servizio Uber è un "servizio nel settore dei trasporti"*. In *lexology.com*, 2018, pp. 4-5

servizi di UberPop ed Uber Black vennero introdotti, oltre che a Roma e Milano, anche in altre città italiane, come ad esempio Genova, Padova e Torino³⁴². Questo intervento commerciale nel settore del trasporto pubblico italiano non di linea ha comportato una violenta reazione da parte degli operatori già regolati al suo interno, i quali hanno adito i Tribunali per ottenere un'inibizione dell'attività esercitata da Uber e una conseguente tutela della propria posizione giuridica all'interno del mercato³⁴³.

4.1 La vicenda UberPop

Il primo intervento, benché indiretto, sulla questione relativa a UberPop si è avuto nel febbraio del 2015 di fronte al Giudice di Pace di Genova; nel caso concreto, un autista di UberPop fu colto da due agenti della Polizia Municipale nello svolgimento della relativa attività di trasporto che, presentando molte caratteristiche comuni al servizio Taxi – con l'importante differenza che in questo caso l'autista era sprovvisto di licenza o autorizzazione – venne considerata un'attività esercitata abusivamente ai sensi dell'art. 86 del Codice della Strada, che prevede il pagamento di una sanzione amministrativa per chi svolge un servizio di piazza con conducente o un servizio Taxi senza avere la relativa licenza o autorizzazione³⁴⁴. L'autista si oppose alla contestazione e presentò ricorso di fronte al Giudice di Pace, il quale lo accolse ritenendo che l'attività di trasporto esercitata nel caso specifico, attraverso l'applicazione UberPop, integrasse un servizio diverso dall'attività di Taxi e che la fattispecie dovesse essere inquadrata non

³⁴² BIAGIO S.; *Uber e l'Italia, storia d'amore (turbolenta) lunga cinque anni*. In *Il Sole 24 Ore*, 2018, pp. 1-2

³⁴³ BASINI G.; *Innovazione disruptive e limiti dell'azione di concorrenza sleale per violazione di norme pubblicitiche, dopo il caso Uber – Il parte*. In *Responsabilità Civile e Previdenza*, fasc. 4, 2018, pag. 1316

³⁴⁴ RAFFIOTTA E. C.; *Trasporti pubblici locali non di linea e nuove tecnologie: il caso Uber nel diritto comparato*. In *Rivista Munus*, n. 1, 2016, pag. 86

all'interno dell'art. 86 del Codice della Strada, bensì nell'art. 85 inerente al servizio N.C.C.. Dunque, alla luce delle differenze tra il servizio Taxi ed il servizio N.C.C., il Giudice di Pace ha dichiarato nullo il verbale di contravvenzione con la sentenza n. 509/2015. L'intervento in esame non affrontò direttamente la questione relativa alla qualificazione giuridica e di conseguenza alla posizione di UberPop nel mercato dal punto di vista concorrenziale, bensì si limitò ad individuare l'attività svolta dall'autista nella categoria N.C.C., diversamente da quanto valutato dai due agenti della Polizia Municipale; ciononostante, in via indiretta, questa pronuncia rappresenta il punto di partenza dal quale la giurisprudenza italiana ha dato inizio ad un'analisi sempre più approfondita del fenomeno e delle sue implicazioni³⁴⁵.

Solo il mese successivo, nel marzo del 2015, si ebbe in via diretta il primo intervento giurisprudenziale sulla questione UberPop, avanzata dalle principali società di radio-taxi, che lamentavano il compimento di atti di concorrenza sleale ex art. 2598 n.3 c.c.. Nel caso specifico, le società di gestione del servizio Taxi di Milano, Torino e Genova, nonché le associazioni di categoria hanno adito il Tribunale di Milano, presentando un ricorso ex art. 700 c.p.c. con il quale chiedevano al giudice di intervenire in via cautelare vietando l'utilizzo del servizio UberPop e impedendo anche l'accesso alla relativa applicazione per smartphone³⁴⁶. Le società in questione hanno ritenuto che il servizio di messa in contatto tra i clienti e gli autisti di auto private, attraverso un'applicazione, allo scopo di prestare un trasporto

³⁴⁵ RAMPAZZO N.; *Rifkin e Uber Dall'età dell'accesso all'economia dell'eccesso*. In *Diritto dell'Informazione e dell'Informatica*, fasc. 6, 2015, pp. 959-960. Sul punto anche TASSINARI F.; *Il Giudice di Pace di Genova: Uber è noleggio con conducente*. In *studiozunarelli.com*, 2015, pp. 1-2

³⁴⁶ COLLE P.; *Caso Uber in Italia: disciplina normativa e tutta la giurisprudenza*. In *giurecivile.it*, 2018, pag. 7

urbano a pagamento fosse equiparabile al servizio offerto da società di radio-taxi; tuttavia, secondo i ricorrenti, Uber offriva abusivamente il proprio servizio, non rispettando la normativa dedicata al settore del trasporto pubblico non di linea e contenuta principalmente all'interno della L. 21/1992. Più nello specifico, la violazione di tutte le norme pubblicistiche relative ai requisiti soggettivi degli autisti e alle modalità di trasporto consentirebbero a Uber di ricorrere a mezzi di concorrenza sleale, ottenendo un vantaggio economico a scapito degli altri professionisti del settore. Infatti, la mancata soggezione del servizio UberPop ai costi ordinariamente a carico dei tassisti, consentirebbe all'azienda di offrire lo stesso servizio ad un prezzo molto più conveniente per i clienti, essendo minori le spese da sostenere. Infine, nel ricorso si riteneva che il ruolo ricoperto dall'azienda fosse prevalente rispetto a quello dei singoli autisti, in quanto l'azienda Uber svolge un'attività con scopo di lucro e consente effettivamente il contatto tra la domanda e l'offerta; dunque, in sua assenza non sarebbe possibile compiere atti di concorrenza sleale³⁴⁷. A propria difesa, invece, la società resistente riteneva che il servizio UberPop non potesse essere in alcun modo affiancato o paragonato al servizio Taxi, poiché costituiva esclusivamente un'applicazione digitale diretta a promuovere nuove forme di trasporto condiviso, realizzate in concreto dagli stessi utenti. Sulla base di questo diverso ragionamento, gli utenti che si registrano sulla piattaforma si limiterebbero a prender parte ad una community, svolgendo un'attività di trasporto privato limitata ai soli soggetti registrati sulla piattaforma stessa. Sotto questa prospettiva, UberPop non promuoverebbe un servizio di piazza, che implica lo stazionamento in luoghi pubblici, bensì un'attività privata riservata ai

³⁴⁷ SALVETTI O.; *Applicazione UBER POP, servizio pubblico di trasporto non di linea e concorrenza sleale per violazione di norme pubblicistiche*. In *ridare.it*, 2016, pp. 1-2

solo utenti che fanno parte della rete Uber. Questa ricostruzione enfatizza una nuova figura contrattuale atipica – espressione dell’art. 1322 c.c.³⁴⁸, relativo all’autonomia contrattuale delle parti e tutelata dall’art. 41 della Costituzione, che garantisce la libertà di iniziativa economica – anziché una violazione delle norme pubblicistiche relative al trasporto pubblico non di linea³⁴⁹. Alla luce delle posizioni assunte dalle parti all’interno del processo, la questione di merito sottoposta al Tribunale di Milano consisteva nel dover valutare la struttura del servizio UberPop per poterne successivamente definire il rapporto concorrenziale con il servizio Taxi; tali valutazioni rappresentano il presupposto necessario per stabilire l’eventuale effettiva realizzazione di atti di concorrenza sleale da parte di Uber. Infatti, affinché si possa parlare di concorrenza sleale, è innanzitutto indispensabile accertare l’esistenza di un rapporto concorrenziale tra il soggetto attivo ed il soggetto passivo; entrambi vengono generalmente considerati concorrenti se si rivolgono alla stessa clientela, individuata in tutti i consumatori che presentano il medesimo bisogno e si rivolgono ad entrambi gli operatori economici oggetto di analisi per soddisfarlo³⁵⁰. Il Tribunale di Milano, Sezione specializzata in materia di impresa “A”, si è espresso sulla questione con due ordinanze: la prima, adottata in composizione monocratica e depositata il 25 maggio 2015, ha accolto il ricorso presentato dalle società di radio-taxi e dalle associazioni di categoria, mentre la seconda, adottata in composizione collegiale e

³⁴⁸ Art. 1322 c.c.: *“Le parti possono liberamente determinare il contenuto del contratto nei limiti imposti dalla legge e dalle norme corporative. Le parti possono anche concludere contratti che non appartengano ai tipi aventi una disciplina particolare, purché siano diretti a realizzare interessi meritevoli di tutela secondo l’ordinamento giuridico”*.

³⁴⁹ SALVETTI O.; *Applicazione UBER POP, servizio pubblico di trasporto non di linea e concorrenza sleale per violazione di norme pubblicistiche*. In *ridare.it*, 2016, pp. 1-2

³⁵⁰ COLLE P.; *Caso Uber in Italia: disciplina normativa e tutta la giurisprudenza*. In *giurecivile.it*, 2018, pag. 7

depositata il 2 luglio 2015, ha confermato il contenuto della prima all'esito del giudizio sull'opposizione presentata dal gruppo Uber³⁵¹. In entrambe le decisioni, il Tribunale di Milano ha ritenuto che vi fosse un rapporto di concorrenzialità tra il servizio Taxi e UberPop, riconoscendo come esatta la ricostruzione presentata dai ricorrenti e accogliendo la richiesta di tutela cautelare. I giudici hanno offerto un'interpretazione incentrata sulla sostanza della prestazione piuttosto che sulla forma della stessa. Innanzitutto, la difesa di Uber di essere un semplice servizio di intermediazione non ha impedito al Tribunale di configurare il compimento di atti di concorrenza sleale; infatti, nonostante l'adozione del modello peer-to-peer – tipico delle nuove piattaforme rientranti nella sharing economy – non coinvolga esplicitamente l'azienda nell'attività di trasporto, dal punto di vista sostanziale Uber gestisce il rapporto tra gli autisti ed i clienti e partecipa in via diretta agli utili dell'attività, qualificandosi come elemento inseparabile dall'attività svolta dai conducenti. In più, il Tribunale ha anche ritenuto che in ogni caso fossero assenti delle caratteristiche tali da poter distinguere UberPop dal servizio Taxi, contrastando la ricostruzione della parte resistente e confermandola quale attività di trasporto. Al riguardo, è stata respinta la tesi secondo la quale l'utilizzo della tecnologia digitale sia sufficiente per distinguere UberPop dal servizio Taxi, in quanto la piattaforma funziona in maniera sostanzialmente identica alle centrali di radio-taxi, presenti già da molto tempo; per tale ragione, è stato anche escluso che l'esistenza di un'applicazione per smartphone che determina la mancata sosta dei veicoli Uber su piazza sia rilevante ai fini della distinzione tra i due servizi, poiché il coordinamento in tempo reale delle richieste consente

³⁵¹ RAFFIOTTA E. C.; *Trasporti pubblici locali non di linea e nuove tecnologie: il caso Uber nel diritto comparato*. In *Rivista Munus*, n. 1, 2016, pag. 87

di utilizzare il servizio UberPop esattamente come il servizio Taxi, anche non usufruendo delle stesse attribuzioni, come lo stazionamento in luoghi pubblici³⁵². Inoltre, i giudici hanno anche messo in dubbio la corretta individuazione di UberPop nel modello della sharing economy, contestandone la reale natura di servizio improntato sulla condivisione come il *ride sharing*, poiché è assente il soddisfacimento di un bisogno personale del conducente; anzi, il pagamento di un corrispettivo, versato direttamente all'azienda, ha permesso al Tribunale di qualificare UberPop come un'attività con scopo di lucro che risponde alle logiche di mercato³⁵³. Una risposta negativa si è avuta anche riguardo alla contestazione per la quale UberPop costituirebbe un servizio riservato esclusivamente alla community creata attraverso la registrazione sull'applicazione; al riguardo, il Tribunale ha ritenuto che l'assenza di requisiti specifici necessari per usufruire del servizio non consenta di qualificare UberPop come un'attività di natura privata e limitata ad una specifica rete di soggetti, potendo essere facilmente accessibile a chiunque. In conclusione, dopo aver determinato la natura di UberPop quale attività di trasporto, i giudici hanno riconosciuto la sussistenza di un rapporto concorrenziale tra i due servizi oggetto di analisi e che UberPop avesse compiuto atti di concorrenza sleale. Infatti, il Tribunale ha stabilito che la differenza di clientela avesse una natura solo apparente, poiché entrambi i servizi rispondono allo stesso bisogno di trasporto e la portata più ampia di UberPop va individuata esclusivamente nella maggiore economicità dell'offerta³⁵⁴. Invece, in

³⁵² CALABRESE B.; *Applicazione informatica di trasporto condiviso e concorrenza sleale per violazione di norme pubblicistiche*. In *Giurisprudenza Commerciale*, fasc. 1, 2017, pag. 204

³⁵³ SALVETTI O.; *Applicazione UBER POP, servizio pubblico di trasporto non di linea e concorrenza sleale per violazione di norme pubblicistiche*. In *ridare.it*, 2016, pp. 4-5

³⁵⁴ CALABRESE B.; *Applicazione informatica di trasporto condiviso e concorrenza sleale per violazione di norme pubblicistiche*. In *Giurisprudenza Commerciale*, fasc. 1, 2017, pp. 204-205

relazione al carattere sleale degli atti compiuti, l'analisi si è basata sul contenuto dell'art. 2598 n. 3 c.c., il quale stabilisce che: “*compie atti di concorrenza sleale chiunque [...] si vale direttamente o indirettamente di ogni altro mezzo non conforme ai principi della correttezza professionale e idoneo a danneggiare l'altrui azienda*”; secondo l'opinione maggioritaria, anche le norme pubblicistiche vanno individuate all'interno di questa clausola aperta³⁵⁵ ed è per tale ragione che nel caso specifico il Tribunale ha rilevato la violazione della L. 21/1992 con conseguente alterazione delle dinamiche di mercato e diffusione di conducenti abusivi su piazza, grazie all'elusione di costi per le licenze, controlli dei veicoli, orari e tariffe imposti dal legislatore per coloro che operano all'interno del settore del trasporto pubblico non di linea³⁵⁶. In entrambe le ordinanze, il Tribunale di Milano ha inibito in via cautelare l'utilizzo del servizio UberPop in tutto il territorio italiano, impedendo l'accesso all'applicazione e contestualmente l'esercizio di una qualsiasi attività di trasporto nella sostanza coincidente con il servizio Taxi, ma collocata al di fuori dalla normativa di settore prevista dal legislatore³⁵⁷.

Le due ordinanze del Tribunale di Milano sono state confermate ed assorbite due anni dopo dalla sentenza 1553/2017, pronunciata dal Tribunale di Torino nel mese di marzo. Nel caso in esame, la medesima questione è stata affrontata a parti inverse con un ricorso presentato dalle società del gruppo Uber nei confronti delle associazioni di categoria dei tassisti pochi mesi dopo le pronunce del Tribunale di

³⁵⁵ COLLE P.; *Caso Uber in Italia: disciplina normativa e tutta la giurisprudenza*. In giurecivile.it, 2018, pag. 9

³⁵⁶ SALVETTI O.; *Applicazione UBER POP, servizio pubblico di trasporto non di linea e concorrenza sleale per violazione di norme pubblicistiche*. In Ridare.it, 2016, pag. 6

³⁵⁷ RAMPAZZO N.; *Rifkin e Uber. Dall'età dell'accesso all'economia dell'eccesso*. In Diritto dell'Informazione e dell'Informatica, fasc. 6, 2015, pp. 959-961

Milano, dando inizio ad una causa civile durata un anno e mezzo. Le ricorrenti hanno chiesto alla Sezione specializzata in materia di impresa del Tribunale di Torino di verificare e pronunciare la mancata integrazione dell'art. 2598 n. 3 c.c., ovvero la piena lealtà e liceità degli atti concorrenziali compiuti da Uber. Il ricorso si è basato principalmente sui seguenti motivi: l'applicazione per smartphone rappresenta una piattaforma digitale in grado di creare un incontro tra la domanda e l'offerta di servizi di trasporto attraverso la geolocalizzazione; non esiste un rapporto di collaborazione o subordinazione tra Uber e i propri utenti, poiché gli autisti si registrano e si cancellano dalla community in piena libertà e sempre su base discrezionale attivano l'applicazione e accettano una corsa; i conducenti ricevono un corrispettivo in danaro per il trasporto offerto, che viene calcolato e comunicato ai clienti prima della corsa; tale pagamento viene gestito direttamente dalla piattaforma digitale, che preleva la somma, la trasferisce all'autista e settimanalmente riceve una percentuale sul guadagno complessivo del conducente; la L. 21/1992 e il Codice della Strada agli articoli 85 e 86 regolano esclusivamente alcune specifiche figure di trasporto pubblico non di linea, ovvero servizi pubblici e di pubblica utilità concessi a soggetti privati in regime di licenza, mentre non ricomprendono al loro interno i servizi di trasporto privato come quello offerto da UberPop³⁵⁸. Il Tribunale nella propria decisione ha rigettato il ricorso, riconoscendo il percorso valutativo già seguito precedentemente dalla giurisprudenza di merito, nonché la posizione dei tassisti; a tal fine, ha nuovamente confermato l'inibizione della prestazione del servizio UberPop e l'accesso alla piattaforma tramite l'applicazione per smartphone su tutto il territorio

³⁵⁸ MATTIELLO G.; *Uber vs. Taxi: l'ordinanza del Tribunale di Torino*. In *altalex.com*, 2017, pp. 2-3

italiano, attribuendo alle ricorrenti il pagamento delle spese processuali. Infatti, è stata riconosciuta la natura sleale dell'attività concorrenziale posta in essere nel caso concreto e più in generale della prestazione di un servizio che pianifichi e promuova il trasporto a favore di terzi da parte di soggetti privi di autorizzazione o licenza³⁵⁹. Nello specifico, il Tribunale ha analizzato le principali caratteristiche del servizio offerto da Uber, ritenendo che quest'ultima pianificasse e realizzasse l'intera rete commerciale di UberPop, dalla creazione della piattaforma digitale al servizio di trasporto offerto ai clienti dagli autisti, non differendo eccessivamente nella sostanza dal servizio Taxi; la possibilità di sovrapporre i due servizi è la prova che entrambi siano volti al soddisfacimento dello stesso bisogno di trasporto e consente dunque di stabilire che siano rivolti alla medesima clientela, ovvero che esista un rapporto concorrenziale tra il soggetto attivo e quello passivo. Dunque, il risultato pragmaticamente raggiunto grazie al ruolo decisivo svolto dall'azienda, consistente nella messa in contatto tra la domanda e l'offerta di un servizio di trasporto, ha determinato il Tribunale nel confermare UberPop quale organizzazione di un servizio pubblico non di linea con strumenti imprenditoriali, a scopo di lucro e contrastante con la normativa di settore; in particolare, la gestione, l'organizzazione e la promozione del servizio da parte di Uber hanno condotto il Tribunale a qualificare UberPop come un "sistema integrato" – composto sia dalla piattaforma, alla base della quale opera l'algoritmo, sia dai conducenti – nel quale l'azienda e gli autisti offrono in concorso un'attività di trasporto. Confermata la natura giuridica di Uber e riconosciuto il rapporto di concorrenzialità tra UberPop ed il servizio Taxi, il Tribunale ha confermato anche il compimento di atti di

³⁵⁹ LA REPUBBLICA; *Il tribunale di Torino: "Uber Pop fa concorrenza sleale ai tassisti"*. In torino.repubblica.it, 2017, pp. 1-2

concorrenza sleale ai sensi dell'art. 2598 n. 3 c.c.. Infatti, quando il mercato è caratterizzato da regole che limitano l'esercizio dell'attività di impresa – come nel caso specifico avviene attraverso la disciplina del trasporto pubblico non di linea nei confronti di soggetti sprovvisti di licenza o autorizzazione – la violazione di tali norme con conseguente posizione di vantaggio a favore dell'operatore economico, determina un'attività contraria alla legge, nonché ai principi della correttezza professionale, idonea a causare un pregiudizio per i concorrenti sul mercato, incidendo slealmente sulle dinamiche concorrenziali. Nel caso concreto, il Tribunale ha individuato il vantaggio di Uber nei minor costi a cui viene assoggettata nel momento in cui la collocazione al di fuori della normativa di settore le garantisce un risparmio economico importante rispetto agli altri operatori del settore, i quali – a parità di mezzi – non potrebbero mai competere nella prestazione del servizio³⁶⁰. Tuttavia, l'analisi svolta dal Tribunale sul carattere lesivo di UberPop ha sollevato in dottrina alcuni dubbi e contrasti, in quanto ritenuta eccessivamente esemplificativa ed erroneamente alterata dalla ricostruzione del servizio come un “sistema integrato” in cui la piattaforma, in concorso con gli autisti, offre un servizio di trasporto. Infatti, se è vero che da un lato il mancato rispetto della normativa di settore alleggerisca i conducenti da alcuni costi, dall'altro lato il vero carattere innovativo di Uber va individuato nel modello del surge pricing e nell'attenta analisi dei dati; ciò significa che, anche se gli autisti rispettassero la normativa di settore ed in particolar modo le regole di sicurezza ed assicurazione previste dalle licenze, senza l'algoritmo a fondamento dell'applicazione i tassisti non sarebbero comunque in grado di competere con Uber in tutte le ipotesi in cui viene

³⁶⁰ MATTIELLO G.; *Uber vs. Taxi: l'ordinanza del Tribunale di Torino*. In *altalex.com*, 2017, pp. 4-5

alzato il prezzo delle tariffe per garantire una suddivisione omogenea dei veicoli in tutte le aree urbane³⁶¹.

La valutazione del Tribunale si è basata sull'orientamento della Corte di Cassazione, secondo la quale il contrasto con norme pubblicistiche può comportare un'alterazione distorsiva del mercato ex art. 2598 c.c. quando è proprio tale violazione a garantire un risparmio sui costi; tuttavia, l'impossibilità per i tassisti di competere con UberPop anche nell'ipotesi di un mancato risparmio sui costi fa venir meno tale ricostruzione nel caso concreto e sorgere dubbi sulla corretta qualificazione della natura lesiva degli atti compiuti da Uber. Infine, il Tribunale di Torino ha anche rigettato la richiesta da parte di Uber di interpretare la L. 21/1992 in base al TFUE – artt. 3 (concorrenza), 49 (libertà di stabilimento), 56 (libera prestazione dei servizi), 101 (pratiche restrittive della concorrenza), 102 (abuso di posizione dominante) e 106 (diritti speciali ed esclusivi) – e alla Costituzione – art. 41 (libertà di iniziativa economica – in subordine di adire la Corte di Giustizia dell'Unione Europea o in ulteriore subordine di sollevare una questione di legittimità di fronte alla Corte costituzionale per un contrasto della normativa con gli artt. 3, 41, 117, commi 1 e 2, lett. e), della Costituzione³⁶². Infatti, sulla base del principio *in claris non fit interpretatio* è stata esclusa una qualsiasi incompatibilità europea e costituzionale, poiché il contenuto della normativa di settore in maniera chiara ed evidente prevede che un'attività uguale al servizio Taxi non possa essere svolta in assenza di licenza o autorizzazione, senza lasciare

³⁶¹ BASINI G.; *Innovazione disruptive e limiti dell'azione di concorrenza sleale per violazione di norme pubblicistiche, dopo il caso Uber – II parte*. In Responsabilità Civile e Previdenza, fasc. 3, 2018, pag. 1321

³⁶² MATTIELLO G.; *Uber vs. Taxi: l'ordinanza del Tribunale di Torino*. In *altalex.com*, 2017, pp. 4-5. Sul punto anche BASINI G.; *Innovazione disruptive e limiti dell'azione di concorrenza sleale per violazione di norme pubblicistiche, dopo il caso Uber – II parte*. In Responsabilità Civile e Previdenza, fasc. 3, 2018, pp. 1321-1322

spazio all'interpretazione; ciononostante, il Tribunale ha svolto anche una specifica analisi delle norme richiamate nel ricorso, spiegando in maniera approfondita il mancato accoglimento delle richieste. In relazione all'art. 49 TFUE ha ritenuto che la Corte di Giustizia dell'Unione Europea si fosse già pronunciata in passato all'interno delle cause riunite C-162/12, C-163/12 e C-419/12, C-420/12, nelle quali ha escluso che la disciplina nazionale del trasporto pubblico non di linea sia dannosa per la libera circolazione dei servizi e la libertà di stabilimento; la violazione dell'art. 56 TFUE è stata esclusa, in quanto il successivo art. 58 stabilisce che la libera circolazione dei servizi in tema di trasporti è regolata dal relativo titolo (Titolo VI, artt. 90ss.), escludendo i servizi Taxi e N.C.C. dall'ambito di applicazione dell'art. 56 TFUE³⁶³; infine, in relazione ai restanti articoli del TFUE richiamati da Uber, il Tribunale ha ritenuto che non vi fosse alcuna violazione, in quanto UberPop non rientra tra i servizi specifici, bensì rappresenta un servizio di interesse generale per il quale la legge italiana prevede specifici requisiti; tuttavia, tale valutazione si fonda sul convincimento della corretta qualificazione giuridica di Uber quale attività di trasporto. Invece, in base ad un'analisi incentrata sulla Costituzione, il Tribunale ha innanzitutto rilevato che all'interno del nostro ordinamento giuridico la libertà, la dignità umana e la sicurezza prevalgono nel giudizio di bilanciamento con la libertà di iniziativa economica; inoltre, in relazione al principio di uguaglianza, ha ritenuto che la stessa mancanza di differenze tra il servizio Taxi e Uber comportasse un trattamento identico; mentre, riguardo all'art. 117, ha stabilito che l'assenza di un contrasto è conseguenza della precedente rilevata assenza di violazioni

³⁶³ BASINI G.; *Innovazione disruptive e limiti dell'azione di concorrenza sleale per violazione di norme pubblicistiche, dopo il caso Uber – II parte*. In *Responsabilità Civile e Previdenza*, fasc. 3, 2018, pp. 1322-1325. Sul punto anche MATTIELLO G.; *Uber vs. Taxi: l'ordinanza del Tribunale di Torino*. In *altalex.com*, 2017, pp. 4-5

dei Trattati dell'Unione Europea³⁶⁴. All'esito del procedimento, Uber ha commentato il risultato nuovamente raggiunto dalla giurisprudenza italiana ritenendo che il percorso di UberPop fosse arrivato al termine già da due anni con la conseguente affermazione di servizi che garantiscono solo il trasporto offerto da autisti qualificati in possesso della relativa autorizzazione; anzi, è proprio nel maggior utilizzo di tali servizi che ha riposto la propria fiducia per garantire la diffusione di nuove modalità di trasporto ad un costo ridotto³⁶⁵.

L'aspetto di maggiore interesse, rimasto ancora oggi senza una risposta chiara ed univoca, riguarda la qualificazione dei servizi offerti da Uber non come trasporto pubblico ai sensi della L. 21/1992, bensì come trasporto privato non di linea. Infatti, da un lato, il Tribunale di Milano e di Torino hanno individuato Uber nel settore del trasporto pubblico non di linea, dall'altro lato invece, vi sono stati orientamenti diversi da parte dell'AGCM e del Consiglio di Stato³⁶⁶. Innanzitutto, con Segnalazione al Ministro dell'Interno AS1222 del 25 settembre 2015, l'AGCM ha confermato la propria posizione indicata nella Segnalazione resa al Parlamento ed al Governo nel 2014³⁶⁷. In particolare, l'Autorità ha distinto il servizio che tramite la piattaforma digitale mette in contatto la domanda e l'offerta di un trasporto reso da professionisti qualificati in possesso di autorizzazione (Uber Black), dal servizio che connette i clienti con autisti privati privi di autorizzazione

³⁶⁴ BASINI G.; *Innovazione disruptive e limiti dell'azione di concorrenza sleale per violazione di norme pubblicistiche, dopo il caso Uber – Il parte*. In *Responsabilità Civile e Previdenza*, fasc. 3, 2018, pp. 1322-1325. Sul punto anche MATTIELLO G.; *Uber vs. Taxi: l'ordinanza del Tribunale di Torino*. In *altalex.com*, 2017, pp. 4-5

³⁶⁵ LA REPUBBLICA; *Il tribunale di Torino: "Uber Pop fa concorrenza sleale ai tassisti"*. In *torino.repubblica.it*, 2017, pp. 1-2

³⁶⁶ CARUSO E.; *Regolazione del trasporto pubblico non di linea e innovazione tecnologica. Il caso Uber*. In *Il diritto dell'economia*, vol. 31, n. 95, 2018, pag. 241

³⁶⁷ Segnalazione AS1137 del 4 luglio 2014

o di licenza (UberPop). Nel primo caso, come già affermato precedentemente, ha ritenuto che gli obblighi di accettare la corsa in rimessa e di tornarvi alla fine di ogni viaggio non fossero applicabili, in quanto incompatibili con la stessa natura di un servizio che mette in contatto, tramite una piattaforma digitale, i clienti con autisti dotati di autorizzazione; nella seconda ipotesi invece, da un lato, ha sottolineato l'esigenza che l'attività venga svolta nel rispetto delle norme di pubblica sicurezza, incentivando l'interpretazione della normativa esistente alla luce della Costituzione, dall'altro lato, ha sollecitato l'introduzione di una disciplina specifica per queste nuove forme di trasporto, che si limiti a prevedere una registrazione delle piattaforme e una serie di requisiti per gli autisti, non limitandone eccessivamente l'operatività e la concorrenza nel settore del trasporto non di linea³⁶⁸. In secondo luogo, il Consiglio di Stato con parere 3586/2015 ha risposto al quesito del Ministero dell'Interno relativo all'applicabilità della L. 21/1992 e delle conseguenti sanzioni contenute agli artt. 85 e 86 del Codice della Strada alle "nuove forme di organizzazione e gestione telematica del trasporto di persone mediante autoservizi". Al riguardo, Uber è stato considerato un servizio di trasporto privato ed in quanto tale escluso dall'attuale disciplina di settore, poiché alcuni elementi come il pagamento elettronico, la precedente comunicazione al cliente del costo della corsa e la geo-localizzazione degli utenti sono stati considerati presupposti essenziali di natura costitutiva del servizio; dunque, secondo il Consiglio di Stato, senza questi elementi – considerati meramente accessori all'attività di trasporto principale dai giudici di Milano e Torino – non sarebbe nemmeno possibile avere un

³⁶⁸ BUCALO M. E.; *I servizi delle piattaforme online fra giurisprudenza sovranazionale e interna e necessità di regolazione dell'economia collaborativa. Riflessioni a partire dal caso Airbnb*. In *federalism.it rivista di diritto pubblico italiano, comparato, europeo*, 2020, pp. 87-88

servizio con le stesse identiche caratteristiche di quello offerto da Uber³⁶⁹.

4.1.1 L'avvento di Uber Taxi

Le vicende giudiziarie degli ultimi anni hanno definitivamente vietato e superato il servizio UberPop, facendo venir meno l'aspetto più caratteristico ed innovativo del mondo Uber, ovvero la messa in contatto di soggetti privati per la condivisione di un bene, anche se improntata sul guadagno e non sulla pura idea di collaborazione fondante la sharing economy. Tuttavia, l'anno successivo alla sentenza del Tribunale di Torino, nella stessa città la multinazionale ha presentato un nuovo progetto volto ad adattarsi alle normative nazionali e a superare i problemi che in passato avevano caratterizzato UberPop, affiancandosi agli altri servizi Uber già attivi in alcune delle principali città italiane, come Uber Black³⁷⁰. In particolare, si tratta del sistema denominato Uber Taxi, ovvero una collaborazione tra il servizio Taxi e Uber che mette a disposizione degli utenti registrati sulla piattaforma svariati veicoli del servizio Taxi. Sono diverse le caratteristiche del nuovo servizio: dal lato dei conducenti, le tariffe coincidono con quelle previste dalle cooperative dei tassisti, vi è un'assicurazione per gli autisti e ogni veicolo è dotato di un seggiolino per bambini; invece, dal lato dei clienti, vengono fornite informazioni sul conducente comprensive della foto, della licenza e della valutazione sul servizio svolto, è possibile condividere la corsa ed il corrispettivo, pagare con carta di credito o tramite PayPal, lasciare una mancia al conducente e nelle ipotesi di viaggi di lavoro attivare un profilo business

³⁶⁹ CARUSO E.; *Regolazione del trasporto pubblico non di linea e innovazione tecnologica. Il caso Uber*. In *Il diritto dell'economia*, vol. 31, n. 95, 2018, pag. 244

³⁷⁰ RINALDI A.; *Torino, Uber Taxi ci riprova dopo lo stop del tribunale*. In *torino.corriere.it*, 2018, pag. 1

sull'applicazione per ottenere un rimborso delle spese³⁷¹. In questa seconda fase, Uber ha ammesso gli errori commessi in passato e offerto un nuovo servizio in grado di conciliare le esigenze di entrambe le parti precedentemente contrapposte, garantendo agli stessi conducenti un guadagno pari al 20% in più³⁷². Sono diverse le ragioni per cui l'azienda ha deciso di avviare il nuovo servizio nella città di Torino, tra le quali: l'assenza di Uber Black e dunque di una sovrapposizione dei due servizi, nonché la giusta dimensione della città – né troppo grande, né eccessivamente piccola – per testare il risultato di Uber Taxi, garantendo ai tassisti un aumento dei propri affari in cambio di una percentuale; al riguardo, al fine di assicurare una lunga durata della collaborazione, è stato introdotto il sistema *flex pay*, ovvero la possibilità per i tassisti di essere retribuiti giornalmente dal lunedì al venerdì per le corse effettuate, mentre negli altri servizi offerti da Uber la retribuzione avviene settimanalmente. Lo svolgimento del servizio può essere suddiviso in tre fasi principali: prima, durante e dopo il viaggio. Nella prima fase, ovvero quella antecedente al viaggio, l'applicazione individua il tassista più vicino al cliente e lo informa nel momento in cui la corsa viene accettata, comunicando anche tutti i dati relativi al conducente e una stima della durata del viaggio, ferma restando la possibilità di cancellare la prenotazione entro due minuti dall'accettazione della richiesta senza pagare alcuna commissione; nella seconda fase della durata del viaggio, sia i clienti, che i conducenti, hanno la possibilità di condividere il percorso in tempo reale con persone di fiducia, dividere il costo del trasporto, accedere ai servizi del safety center e ottenere assistenza da parte di Uber; infine,

³⁷¹ RINALDI A.; *Torino, Uber Taxi ci riprova dopo lo stop del tribunale*. In torino.corriere.it, 2018, pag. 1

³⁷² LONGHIN D.; *Uber Taxi parte da Torino, oggi alle 8 prima corsa. Mano tesa ai tassisti dopo le proteste: "Saremo partner leali"*. In torino.repubblica.it, 2018, pp. 2-3

nella terza ed ultima fase, i clienti ricevono una ricevuta elettronica che riepiloga il percorso svolto³⁷³.

4.2 La vicenda Uber Black

In seguito alla chiusura della vicenda UberPop, la giurisprudenza italiana si è concentrata sul servizio Uber Black, accusato anch'esso di integrare la concorrenza sleale di cui all'art. 2598 n. 3 c.c.. La questione è stata affrontata dalla Sezione specializzata in materia d'impresa del Tribunale di Roma, che si è pronunciato due volte: con l'ordinanza del 7 aprile 2017 adottata in composizione monocratica e con la successiva ordinanza del 26 maggio 2017 adottata in composizione collegiale in sede di reclamo³⁷⁴. Nello specifico, le principali società di gestione dei servizi di radio-taxi e le associazioni di categoria, sia dei tassisti che degli autonoleggiatori, hanno presentato al Tribunale di Roma ricorso ex art. 700 c.p.c., chiedendo l'intervento cautelare del giudice affinché interrompesse il compimento di atti di concorrenza sleale da parte di Uber attraverso il servizio Uber Black. La prima pronuncia, adottata nell'aprile del 2017, presenta delle forti somiglianze con le decisioni precedentemente prese dai giudici di Milano e Torino in relazione a UberPop. Infatti, il Tribunale di Roma ha inibito il servizio Uber Black, impedito l'accesso alla piattaforma tramite l'applicazione per smartphone e contestualmente bloccato anche tutte le varie opzioni di lusso come Uber-Van, Uber-Lux e Uber-Suv³⁷⁵. L'inibizione ha riguardato anche UberX, ovvero un servizio

³⁷³ LONGHIN D.; *Uber Taxi parte da Torino, oggi alle 8 prima corsa. Mano tesa ai tassisti dopo le proteste: "Saremo partner leali"*. In torino.repubblica.it, 2018, pp. 2-3. Sul punto anche RINALDI A.; *Torino, Uber Taxi ci riprova dopo lo stop del tribunale*. In torino.corriere.it, 2018, pag. 1

³⁷⁴ COLLE P.; *Concorrenza sleale: il caso Uber*. In altalex.com, 2018, pp. 8-9

³⁷⁵ COLLE P.; *Caso Uber in Italia: disciplina normativa e tutta la giurisprudenza*. In giurecivile.it, 2018, pp. 12-13. Sul punto anche IL SOLE 24 ORE; *Tribunale di Roma blocca a che Uber Black. L'azienda: «faremo ricorso»*. In ilsole24ore.com, 2017, pp. 1-2

introdotto successivamente alla sospensione di UberPop nel quale l'offerta non ha ad oggetto auto di lusso, bensì utilitarie offerte ad un prezzo più economico³⁷⁶. Nel provvedimento, il Tribunale ha innanzitutto ritenuto che, in base alla normativa di settore, il servizio verso clienti che chiedono il trasporto sulla pubblica via sia riservato esclusivamente ai tassisti e non anche agli autisti del servizio N.C.C., i quali devono necessariamente accettare la corsa all'interno della rimessa; in caso contrario, si arriverebbe ad avere una confusione tra i due servizi in questione³⁷⁷, nonché un eccessivo accentramento degli N.C.C. nelle grandi città – potendosi spostare al di fuori del proprio Comune per completare un viaggio – a scapito dei più piccoli Comuni di riferimento. Inoltre, sulla base dello stesso iter logico seguito precedentemente a Milano e Torino per il caso inerente UberPop, il Tribunale ha individuato un rapporto concorrenziale tra Uber ed il servizio Taxi, qualificando Uber Black come il risultato di un “sistema integrato” composto da Uber e dagli autisti del servizio N.C.C., che offre a tutti gli effetti una prestazione di trasporto e non soltanto un'intermediazione tra la domanda e l'offerta. Di conseguenza, gli atti di concorrenza sleale sono stati delineati come commessi in concorso dagli autisti del servizio N.C.C. e Uber. Alla luce di tale ricostruzione, il carattere lesivo degli atti posti in essere è stato individuato dal giudice come una conseguenza naturale del nesso di concorrenzialità, poiché in grado di realizzare uno sviamento della clientela a scapito dei tassisti e dei conducenti del servizio N.C.C., che svolgono la propria attività nel

³⁷⁶ IL SOLE 24 ORE; *Tribunale di Roma blocca a che Uber Black. L'azienda: «faremo ricorso»*. In *ilsole24ore.com*, 2017, pp. 1-2

³⁷⁷ “*Tramite l'App in questione fornita da Uber B.V., i vettori che esercitano servizio di NCC, contrariamente a quanto previsto dalla normativa quadro sopra descritta, invece di stazionare le vetture nella rimessa e ricevere prenotazioni da utenza specifica che avanza la richiesta presso la medesima, intercettano utenza indifferenziata mentre circolano o sostano sulla pubblica via, esercitando quindi di fatto un servizio riservato ai Taxi*”.

rispetto della normativa di settore; al riguardo, lo sviamento della clientela è stato principalmente individuato nella migliore capacità di Uber Black di soddisfare i bisogni dei clienti, ovvero nell'evidente utilità sociale del servizio. Infine, al pari di quanto avvenuto nell'ipotesi inerente UberPop di fronte al Tribunale di Torino, anche in questo caso sono state sollevate e respinte dal giudice sia le questioni di legittimità costituzionale, che quelle pregiudiziali di compatibilità con il diritto dell'Unione Europea³⁷⁸. La multinazionale ha subito reagito contro l'ordinanza del Tribunale, impugnando la decisione con un reclamo. Al riguardo, Uber ha criticato l'applicazione di alcune norme ed, in particolare, il dovere per i conducenti del servizio N.C.C. di stazionare all'interno della rimessa con il conseguente obbligo di iniziare e finire ogni noleggio presso la rimessa stessa, poiché sospeso fino al 31 dicembre 2017 dall'emendamento Lanzillotta al decreto Milleproroghe del 2017 (D.L. 244/2016). Dunque, secondo Uber, l'assenza di una normativa contrastante con il servizio Uber Black, applicabile nel caso concreto, determinava il venir meno della violazione della normativa pubblicitaria in materia di trasporto pubblico non di linea e la conseguente possibilità per l'azienda di offrire legittimamente il servizio³⁷⁹. Sono diverse, infatti, le critiche interpretative che possono essere mosse al contenuto della prima ordinanza. Innanzitutto, la visione di Uber Black e degli autisti come un sistema unico che offre un servizio di trasporto, ha comportato anche l'individuazione da parte del Tribunale di un unico atto di concorrenza sleale commesso in concorso da entrambi; tuttavia, un'analisi più approfondita del servizio consente di distinguere due atti separati alla base della condotta sleale:

³⁷⁸ BASINI G.; *Innovazione disruptive e limiti dell'azione di concorrenza sleale per violazione di norme pubblicitarie, dopo il caso Uber – II parte*. In Responsabilità Civile e Previdenza, fasc. 3, 2018, pp. 1325-1327

³⁷⁹ COLLE P.; *Caso Uber in Italia: disciplina normativa e tutta la giurisprudenza*. In giurecivile.it, 2018, pag. 12

un atto diretto compiuto dall'autista ed uno indiretto posto in essere da Uber. Tale distinzione è confermata dal fatto che Uber assume esclusivamente la funzione di facilitare la condotta sleale, la quale però può essere assunta anche in sua assenza, poiché il dovere di accettare le richieste di trasporto in rimessa può essere violato anche autonomamente dal conducente tramite chiamate o attraverso un qualsiasi altro sito. Di conseguenza, sorgono forti dubbi circa la possibilità di qualificare la condotta di Uber “concorrenza sleale diretta”, dovendo essere più propriamente ascritta ai soli conducenti. Sotto questa prospettiva, il ruolo svolto da Uber Black sembra essere semplicemente quello di un intermediario che, in relazione al trasporto N.C.C., svolge lo stesso identico ruolo assunto da servizi di radio-taxi o dall'applicazione MyTaxi³⁸⁰, ovvero una piattaforma digitale che mette direttamente in contatto i tassisti affiliati alla relativa società con i clienti registrati, offrendo un sistema che consente di trovare più velocemente un tassista disponibile, poiché la richiesta effettuata dal cliente viene notificata a tutti i tassisti vicini alla sua posizione, di ottenere una scheda informativa sul conducente, di lasciare una valutazione, di seguire dal proprio smartphone il tragitto percorso e di pagare il servizio al termine della corsa tramite l'applicazione. Un altro aspetto contraddittorio, presente all'interno della pronuncia, può essere individuato nelle diverse argomentazioni presentate dal Tribunale nella parte relativa alla motivazione dei presupposti dell'azione di concorrenza e in quella nella quale non ha accolto la richiesta di sollevare una questione pregiudiziale: nella prima, ha rilevato l'idoneità della condotta di Uber a sviare la clientela, causando un danno agli altri operatori del settore, mentre nella seconda ha ravvisato una congruenza

³⁸⁰ Nel 2019 la società ha cambiato nome, passando da MyTaxi a Free now, poiché ha esteso la propria funzione anche ad altri servizi di prenotazione e sharing, tra i quali soprattutto i monopattini elettrici.

talmente perfetta tra la normativa interna e i bisogni dei clienti, da escludere implicitamente lo storno di clientela. Infatti, se il servizio Taxi e quello N.C.C. fossero realmente in grado di intercettare al meglio i bisogni dei clienti, la concorrenza di Uber non sarebbe sufficiente per sottrarli. Infine, nel respingere l'asserita violazione degli artt. 102 e 106 TFUE, il Tribunale ha sottolineato che la normativa interna non crea delle posizioni di vantaggio per alcuni operatori a scapito di altri, ma si limita a garantire che il settore del trasporto pubblico non di linea sia articolato in maniera razionale, affinché possa perseguire lo scopo di soddisfare i bisogni di tutti i potenziali clienti³⁸¹.

Tuttavia, tale interpretazione fa sorgere alcuni dubbi circa la configurazione nel caso concreto del reale perseguimento di uno scopo di interesse generale attraverso il ritenuto necessario rispetto dell'obbligo di rimessa da parte degli autisti di Uber Black. Ciò è vero esclusivamente in relazione a tutti gli autisti che, grazie alla piattaforma, prendono in carico svariate corse in Comuni diversi dal proprio, facendo venir meno l'utilizzabilità del servizio per coloro che abitano nel Comune che ha rilasciato l'autorizzazione; infatti, in questo caso l'obiettivo consiste nel voler garantire la disponibilità del servizio a livello locale. Tuttavia, non sorge alcuna necessità di tutelare l'interesse generale, imponendo l'obbligo di rientrare in rimessa e accettare da lì le richieste, quando gli autisti operano all'interno del proprio Comune; dunque, in queste ipotesi l'unico scopo ascrivibile all'obbligo di rimessa è quello di voler garantire una posizione privilegiata al servizio Taxi. Di conseguenza, in questa prospettiva, la decisione presa dal Tribunale di Roma, di inibire il servizio Uber Black sull'intero territorio italiano, risulta sproporzionata rispetto all'esigenza

³⁸¹ BASINI G.; *Innovazione disruptive e limiti dell'azione di concorrenza sleale per violazione di norme pubblicistiche, dopo il caso Uber – II parte*. In *Responsabilità Civile e Previdenza*, fasc. 3, 2018, pp. 1326-1328

di contrastare le ipotesi di un'effettiva violazione della normativa di settore e, conseguentemente, di una condotta sleale nei confronti degli altri operatori, tra cui principalmente i tassisti. L'alternativa, così come prospettata da una parte della dottrina, sarebbe stata quella di disapplicare la normativa interna o di sollevare una questione pregiudiziale di fronte alla Corte di Giustizia dell'Unione Europea in relazione a tutte le ipotesi di trasporti offerti all'interno del proprio Comune e di intervenire solo in relazione alle ipotesi di conseguenze negative per l'offerta locale³⁸². Il 26 maggio 2017 il Tribunale di Roma in sede di reclamo ha accolto l'opposizione di Uber, facendo venir meno il blocco di Uber Black sul territorio italiano e consentendo nuovamente l'accesso alla piattaforma tramite smartphone³⁸³. In particolare, i giudici hanno concretizzato la decisione, presa dal Parlamento con l'emendamento Lanzillotta alla legge di conversione del decreto Milleproroghe del 2017, di sospendere fino al 31 dicembre 2017 alcune delle norme che disciplinano il trasporto pubblico non di linea, tra cui in particolare il dovere di stazionare all'interno della rimessa, anziché sul suolo pubblico e di conseguenza di dover rientrare nella stessa al termine di ogni corsa. La vittoria di Uber è risultata inaspettata alla categoria dei tassisti ed è stata accolta con grande felicità dall'azienda che, dopo aver garantito l'immediato successivo riavvio del servizio Uber Black, ha fatto appello ad un intervento normativo in grado di riconoscere le nuove piattaforme risultanti dallo

³⁸² BASINIG.; *Innovazione disruptive e limiti dell'azione di concorrenza sleale per violazione di norme pubblicistiche, dopo il caso Uber – II parte*. In *Responsabilità Civile e Previdenza*, fasc. 3, 2018, pp. 1327-1329

³⁸³ REDAZIONE ALTALEX; *Uber Black può operare, il Tribunale di Roma ci ripensa*. In *altalex.com*, 2017, pag. 1

sviluppo tecnologico, affinché sia possibile garantire un miglioramento della vita quotidiana e della mobilità all'interno delle città³⁸⁴.

4.3 Una nuova lettura dell'art. 2598 c.c.

Gli avvenimenti e le questioni giudiziarie che hanno riguardato Uber negli ultimi anni sono sintomatici della necessità di intervenire sull'art. 2598 c.c. in materia di concorrenza sleale per evitare che, anche in altri settori, le iniziative economiche risultanti dallo sviluppo tecnologico possano subire un rallentamento o addirittura un vero e proprio impedimento. Ciò che è avvenuto nel caso Uber richiama la cosiddetta *sham litigation*, ovvero l'abuso di azioni giudiziali, infondate nel merito o di esito incerto, esercitate con uno scopo anti-competitivo. Nel tempo, gli episodi di *sham litigation* hanno mostrato che vi sono anche ipotesi in cui vengono esperite azioni non considerabili vessatorie, in quanto fondate e astrattamente in accordo con l'ordinamento, ma che ciononostante perseguono come fine quello di creare una barriera all'ingresso nel mercato di nuovi attori economici. Questa ipotesi si è verificata nel caso Uber, dove le società di gestione dei servizi di radio-taxi e le associazioni di categoria hanno usato a proprio vantaggio il contenuto dell'art. 2598 c.c. per limitare libertà garantite all'interno della Costituzione e dei Trattati europei, evitando che le nuove forme di trasporto introdotte da Uber potessero operare nel settore del trasporto pubblico non di linea³⁸⁵. Per evitare che si creino situazioni di eccessivo squilibrio della tutela della concorrenza a favore di attori già attivi sul mercato, ancor prima di un intervento legislativo,

³⁸⁴ BIAGIO S.; *Vinto il ricorso contro i tassisti: UberBlack di nuovo attivo in Italia*. In *Il Sole 24 Ore*, 2017, pag. 1. Sul punto anche REDAZIONE ALTALEX; *Uber Black può operare, il Tribunale di Roma ci ripensa*. In *altalex.com*, 2017, pag. 1

³⁸⁵ BASINI G.; *Innovazione disruptive e limiti dell'azione di concorrenza sleale per violazione di norme pubblicitiche, dopo il caso Uber – III parte*. In *Responsabilità Civile e Previdenza*, fasc. 3, 2018, pp. 1659-1661

risulta necessario un intervento interpretativo volto a bilanciare nel caso concreto l'integrità della singola impresa con l'integrità del mercato; tuttavia, ciò determinerebbe una necessaria rivisitazione della struttura e della ratio dell'art. 2598 c.c., che andrebbe visto non più soltanto come una norma volta a tutelare un valore patrimoniale degli imprenditori o un loro diritto soggettivo alla lealtà dei concorrenti, ma come una regola di più ampia portata volta a garantire l'integrità e l'efficienza del mercato. Ciò consentirebbe di individuare la stessa concorrenza quale bene giuridico principalmente tutelato dalla normativa in materia di concorrenza sleale di cui all'art. 2598 c.c., superando l'orientamento di parte della dottrina secondo il quale la concorrenza è tutelata direttamente solo all'interno della disciplina antitrust di cui alla L. 287/1990³⁸⁶.

5 Il caso Uber negli altri ordinamenti europei

L'ampia gamma di servizi offerti dalle società rientranti nel gruppo Uber, tra cui in particolar modo UberPop, ha sollevato questioni anche in molti altri Paesi europei sia fuori, che all'interno delle aule giudiziarie. Si tratta di paesi nei quali, come in Italia, è presente una regolamentazione del trasporto pubblico non di linea tale da impedire la realizzazione di un mercato, favorendo piuttosto la creazione di un monopolio legale³⁸⁷. In particolare, non vi è soltanto un quadro normativo omogeneo, ovvero la presenza in tutti i paesi europei coinvolti di sistemi di licenze e autorizzazioni, predisposizione di tariffe e obblighi di servizio pubblico, ma anche l'evoluzione storica degli

³⁸⁶ Tale interpretazione dell'art. 2598 c.c. in materia di concorrenza sleale è stata offerta dalla Corte di Cassazione in due sentenze. Cass. civ., 26 novembre 1997, n. 11859; Cass. civ., 11 agosto 2000, n. 10684. Cfr. supra cap. 1 par. 4.1

³⁸⁷ RAFFIOTTA E. C.; *Trasporti pubblici locali non di linea e nuove tecnologie: il caso Uber nel diritto comparato*. In *Rivista Munus*, n. 1, 2016, pag. 89

avvenimenti in seguito all'introduzione di Uber nel mercato ha seguito un percorso speculare a quello italiano. In tutte le città europee testimoni dell'avvento di Uber, si è avuta prima una violenta reazione contraria da parte degli operatori tradizionali del settore, tra cui principalmente i tassisti e successivamente sono intervenute le autorità amministrative; infine, vi sono state le pronunce dei giudici nazionali, tendenzialmente contrari a questa nuova forma di trasporto³⁸⁸.

Il caso emblematico si è avuto in Francia, dove in un primo momento alcuni Prefetti e Giudici hanno vietato l'attività svolta da UberPop per concorrenza sleale e in un secondo momento, nel 2014, fu approvata la *Loi Thévenoud* (L. 1104/2014) "in materia di taxi e trasporto con autista" diretta a modificare il codice dei trasporti con l'introduzione di sanzioni pecuniarie e penali nei confronti di autisti e soggetti che promuovono, con la propria intermediazione, un servizio di trasporto abusivo. In seguito ai ricorsi presentati da Uber, il carattere rigido e particolare della normativa in questione ha spinto il *Conseil d'État* e la *Cour de Cassation*, su impulso del *Tribunal de commerce de Paris* e della *Cour d'appel de Paris*, a sollevare una questione di legittimità costituzionale di fronte al *Conseil constitutionnel* per valutare l'eventuale carattere sproporzionato delle disposizioni previste dalla legge rispetto all'obiettivo di tutelare la posizione dei tassisti all'interno del settore del trasporto pubblico non di linea³⁸⁹. In particolare, il *Conseil d'État* ha avanzato dei dubbi sulla legittimità degli articoli L. 3120-2 III, L. 3122-2 e L. 3122-9, mentre la *Cour de*

³⁸⁸ BELVISO L.; *Il caso Uber negli Stati Uniti e in Europa fra mercato, tecnologia e diritto. Obsolescenza regolatoria e ruolo delle Corti*. In *mediaLAWS*, 2019, pp. 152-153

³⁸⁹ ALESSO D.; *Il caso Uber Pop: profili di diritto italiano ed internazionale*. In *cyberlaws.it*, 2018, pag. 1 e RAFFIOTTA E. C.; *Trasporti pubblici locali non di linea e nuove tecnologie: il caso Uber nel diritto comparato*. In *Rivista Munus*, n. 1, 2016, pp. 89-90. Sul punto anche RAMPAZZO N.; *Rifkin e Uber. Dall'età dell'accesso all'economia dell'eccesso*. In *Diritto dell'Informazione e dell'Informatica*, fasc. 6, 2015, pag. 962

Cassation sugli articoli L. 3120-2 III, L. 3122-9 e L. 3124-13 I. I ricorsi di Uber si fondavano sulla considerazione per la quale il servizio offerto dall'impresa rispondeva ad uno scopo di interesse generale e non si sovrapponeva in alcun modo con l'attività professionalmente svolta dagli altri operatori qualificati del settore³⁹⁰. La ragione per la quale la Francia ha ricoperto un ruolo centrale nella vicenda inerente Uber va individuata nei forti scontri che si sono verificati sulle strade pubbliche fino a toccare la vera e propria guerriglia urbana. Gli scontri hanno coinvolto diverse città della Francia e hanno condotto, nel 2015, anche all'arresto dei due manager a capo della filiale francese di UberPop, i quali vennero trattenuti dalla Polizia nell'ambito delle indagini svolte sull'applicazione in seguito al blocco della stessa da parte del Prefetto come risposta alle forti manifestazioni dei tassisti³⁹¹. Tali avvenimenti hanno condotto Uber a dichiarare la sospensione del servizio UberPop in Francia nell'attesa della dichiarazione del Conseil constitutionnel sulla legittimità costituzionale della Loi Thèvenoud; L'azienda ha espresso l'enorme rammarico legato alla chiusura temporanea dell'applicazione, utilizzata all'incirca da mezzo milione di utenti francesi, volendo privilegiare innanzitutto la sicurezza dei cittadini³⁹². Il Conseil constitutionnel si è espresso sulla legge in questione e dunque sulle sorti del servizio UberPop con due pronunce: la prima adottata il 22 maggio 2015 e la seconda il 22 settembre 2015. La prima sentenza³⁹³ ha affrontato congiuntamente le questioni inerenti gli articoli L. 3120-2 III, L. 3122-2 e L. 3122-9 I, rispettivamente relativi al divieto di

³⁹⁰ RAMPAZZO N.; *Rifkin e Uber. Dall'età dell'accesso all'economia dell'eccesso*. In *Diritto dell'Informazione e dell'Informatica*, fasc. 6, 2015, pag. 964

³⁹¹ LA REPUBBLICA; *Francia, arrestati due manager di Uber*. In *repubblica.it*, 2015, pag. 1

³⁹² LA STAMPA; *Uber si arrende e sospende il servizio in Francia*. In *lastampa.it*, 2015, pag. 2

³⁹³ Décision n° 2015-468/469/472 QPC

informare il cliente sulla localizzazione e l'accessibilità di un veicolo, alla tariffazione dei servizi prestati dalle VTC (*Véhicule de Tourisme avec Chauffeur*) e al dovere di rientrare in rimessa all'esito del trasporto, a meno che non sia già stata precedentemente presa in carico un'altra prenotazione³⁹⁴. La prima disposizione è stata valutata alla luce della libertà di impresa e del principio di uguaglianza; secondo i giudici costituzionali il legislatore ha previsto il divieto di informare il cliente sulla localizzazione e disponibilità di un veicolo situato "*sur la voie ouverte à la circulation publique*" – ovvero sulla via pubblica ricomprensiva anche delle vie private aperte su consenso del proprietario – in assenza di autorizzazione, per tutelare la posizione privilegiata dei tassisti all'interno del settore del trasporto pubblico non di linea. Sulla scorta di tale presupposto, si è ritenuto che la norma, da un lato, avesse una portata limitata, in quanto permetteva ai soggetti privi dei requisiti necessari di assumere la condotta vietata all'esterno dell'ambito di applicazione della norma, ovvero nelle vie private, dall'altro, non risultava sproporzionata rispetto allo scopo perseguito, poiché rappresentativa della legittima volontà del legislatore di tutelare il monopolio dei tassisti, assicurato dal regime autorizzatorio. La seconda disposizione prevedeva che il prezzo complessivo del servizio dovesse essere stabilito al momento della prenotazione, potendo essere definito al termine della corsa solo nelle ipotesi in cui la tariffa fosse calcolata in base alla durata del trasporto; nello specifico, è stato ritenuto che la limitazione delle modalità di tariffazione del servizio fosse in contrasto con la libertà di impresa e che tale conflitto non fosse giustificato dallo scopo generale perseguito dalla legge. La terza ed ultima disposizione, relativa all'obbligo di rimessa, rischierebbe di

³⁹⁴ RAMPAZZON.; *Rifkin e Uber. Dall'età dell'accesso all'economia dell'eccesso*. In *Diritto dell'Informazione e dell'Informatica*, fasc. 6, 2015, pag. 962

limitare la libertà di impresa, nonché la libertà di movimento, determinando una disparità di trattamento tra le categorie operanti all'interno del settore del trasporto pubblico non di linea. Tuttavia, il Conseil constitutionnel ha ritenuto legittimo il dovere di rientrare in rimessa previsto per il servizio di autonoleggio, specificando che, da un lato, il legislatore ha identificato delle deroghe specifiche a tale obbligo di rimessa³⁹⁵, dall'altro, sulla base di un bilanciamento tra i bisogni prevale la necessità di garantire l'ordine pubblico e la sicurezza della circolazione su strada. La seconda sentenza³⁹⁶ del Conseil constitutionnel, invece, ha affrontato la questione di legittimità inerente all'articolo L. 3124-13 I, che introduce la fattispecie di reato consistente nella creazione di un sistema di messa in contatto tra clienti e autisti privati non qualificati che offrono occasionalmente un servizio di trasporto a titolo oneroso. In particolare, l'obiettivo era quello di valutare se le sanzioni previste dal legislatore fossero sproporzionate rispetto alla fattispecie di reato. I giudici costituzionali hanno dato risposta negativa confermando una posizione sfavorevole verso servizi come UberPop; al riguardo, è stato ritenuto che fosse compatibile, con la normativa oggetto di analisi ed esterna al settore del trasporto pubblico non di linea, esclusivamente l'attività di trasporto a titolo gratuito o con spese condivise. Al contrario, l'attività di trasporto svolta a titolo oneroso vi rientra e dunque deve necessariamente rispettare la relativa normativa di settore; per tale ragione il servizio offerto da UberPop è stato considerato illegale in Francia³⁹⁷. Ciononostante, l'azienda è rimasta presente nel Paese attraverso altre tipologie di

³⁹⁵ Il decreto attuativo della Loi Thèvenoud n. 2014-1725 del 2014 al suo interno contiene delle specifiche eccezioni al dovere degli autisti VTC di rientrare in rimessa.

³⁹⁶ Décision n° 2015-484 QPC

³⁹⁷ RAMPAZZON.; *Rifkin e Uber. Dall'età dell'accesso all'economia dell'eccesso*. In *Diritto dell'Informazione e dell'Informatica*, fasc. 6, 2015, pp. 962-964

servizio (es. UberX e Uber Black); per questa ragione gli scontri scatenati dai tassisti non sono venuti a mancare. In particolare, di gran rilievo è stata la protesta scatenatasi nel gennaio del 2016 a Parigi, durante la quale 1200 tassisti hanno bloccato le strade, impedito gli spostamenti e bruciato pneumatici, attaccando anche i colleghi che non prendevano parte alla manifestazione; la protesta è stata coordinata con lo sciopero dei controllori del traffico aereo e dei dipendenti pubblici e ha comportato il diffondersi delle manifestazioni anche in Italia, dove molti tassisti per solidarietà con i colleghi parigini sono scesi in piazza nelle città di Roma, Napoli e Firenze³⁹⁸. La protesta nella capitale francese si è conclusa con gas lacrimogeni usati dalla Polizia per disperdere la folla, venti arresti ed un manifestante ferito; in rappresentanza dei tassisti, il portavoce dell'associazione *Taxis de France* descrisse la protesta come un necessario intervento per la propria sopravvivenza³⁹⁹.

Il caso UberPop ha sollevato contrasti anche in altri paesi europei come la Germania, l'Olanda ed il Belgio, dove vi è stato un intervento giurisprudenziale diretto ad inibire il servizio. In Germania il settore del trasporto pubblico non di linea risulta fortemente regolato con una legge che risale al 1961 (*Personenbeförderungsgesetz* del 21 marzo 1961). In base a tale normativa, la giurisprudenza tedesca si è mostrata rigida e chiusa rispetto alla nuova forma di trasporto offerta da Uber, vietando e bloccando l'applicazione UberPop⁴⁰⁰. Nello specifico,

³⁹⁸ IL FATTO QUOTIDIANO; *Parigi, tassisti in piazza contro Uber: 20 arresti. Manifestazioni anche in Italia*. In ilfattoquotidiano.it, 2016, pp. 1-3

³⁹⁹ LA REPUBBLICA; *Parigi, protesta tassisti contro Uber: caos e scontri, 20 arresti*. In repubblica.it, 2016, pp. 1-2

⁴⁰⁰ BELVISO L.; *Il caso Uber negli Stati Uniti e in Europa fra mercato, tecnologia e diritto. Obsolescenza regolatoria e ruolo delle Corti*. In *mediaLAWS*, 2019, pag. 153. Sul punto anche RAFFIOTTA E. C.; *Trasporti pubblici locali non di linea e nuove tecnologie: il caso Uber nel diritto comparato*. In *Rivista Munus*, n. 1, 2016, pag. 90

la Corte costituzionale tedesca nel 2014 ha dichiarato inammissibile⁴⁰¹ il ricorso presentato da Uber contro la sentenza dell'Hamburgisches Obergericht (OVG), che inibiva l'utilizzo dell'applicazione in quanto gli autisti erano sprovvisti di licenza o autorizzazione. Al riguardo, l'OVG ha ritenuto UberPop quale servizio rientrante nel trasporto pubblico non di linea e in quanto tale necessariamente soggetto alla relativa normativa di settore. Infatti, il legislatore tedesco esclude da tale disciplina esclusivamente le forme di trasporto a titolo gratuito o quelle che non eccedono il costo del consumo per lo spostamento, individuandovi invece all'interno anche l'attività occasionale di trasporto, coincidente con quella svolta dagli autisti di UberPop.

Tuttavia, essendo ammesse solo alcune specifiche categorie, ovvero i tassisti, gli autonoleggiatori e gli operatori turistici e non potendo individuare il servizio offerto da Uber in nessuna di queste, l'attività svolta da UberPop è stata considerata illegale. L'ulteriore risultato a cui giunge la sentenza è l'individuazione di Uber nella gestione diretta del servizio di trasporto occasionale, poiché pianifica l'intera attività, dalla promozione pubblicitaria del servizio fino alla stipulazione del contratto con i conducenti, alla localizzazione delle vetture disponibili e alla riscossione del corrispettivo⁴⁰². Successivamente, in Germania Uber ha continuato ad operare attraverso servizi che garantivano la messa in contatto dei clienti con autisti qualificati del servizio N.C.C., come Uber Black e UberX. Tuttavia, nel dicembre 2019, si sono registrati contrasti giurisprudenziali anche in relazione a queste nuove e diverse forme di

⁴⁰¹ Bundesverfassungsgericht Az. BvR 2861/14

⁴⁰² RAMPAZZO N.; *Rifkin e Uber. Dall'età dell'accesso all'economia dell'eccesso*. In *Diritto dell'Informazione e dell'Informatica*, fasc. 6, 2015, pp. 966-967

trasporto. In particolare, il Tribunale regionale di Francoforte ha accolto il ricorso dell'associazione dei tassisti Taxi Deutschland, ritenendo che la multinazionale non fosse in possesso delle necessarie autorizzazioni per offrire ai clienti un trasporto tramite auto a noleggio e che integrasse un'attività di concorrenza sleale nei confronti degli altri operatori del settore del trasporto pubblico non di linea⁴⁰³. Tale pronuncia ha rappresentato un duro colpo per l'attività svolta da Uber in Europa, soprattutto perché è stata adottata subito dopo l'intervento a Londra della London Transport Authority, la quale a novembre aveva negato a Uber il rinnovo della licenza per via dei rischi a cui erano stati esposti i clienti che avevano usufruito del servizio; infatti, per via di guasti al sistema, l'azienda aveva consentito ad autisti non autorizzati di sfruttare i profili dei conducenti autorizzati per offrire il trasporto al loro posto⁴⁰⁴. Tuttavia, nel settembre del 2020 Uber ha vinto il ricorso presentato in appello, ottenendo una licenza per diciotto mesi di servizio, in quanto la corte ha ritenuto che l'azienda avesse adottato dei nuovi standard adeguati a contrastare attività non autorizzate. Al pari della Germania, anche in paesi come l'Olanda ed il Belgio si è avuto un plurimo intervento giurisprudenziale volto a inibire l'attività svolta da UberPop; entrambi i Paesi presentano una disciplina specifica per il settore del trasporto pubblico non di linea, nonostante quella olandese abbia un carattere più aperto, essendo previsto il sistema delle licenze, ma non essendovi contingentamenti⁴⁰⁵. Diversa è invece l'esperienza vissuta in Romania, dove al pari della Francia è stata approvata una

⁴⁰³ BAI A.; *Uber illegale in Germania, la decisione di un tribunale tedesco*. In *quotidianonazionale*, 2019, pp. 1-2

⁴⁰⁴ LICATA P.; *Dopo lo stop di Londra, arriva quello del tribunale tedesco: la piattaforma viola le norme sulla concorrenza, come sostenuto dall'associazione Taxi Deutschland*. In *corrierecomunicazioni.it*, 2019, pp. 2-4.

⁴⁰⁵ BELVISO L.; *Il caso Uber negli Stati Uniti e in Europa fra mercato, tecnologia e diritto. Obsolescenza regolatoria e ruolo delle Corti*. In *mediaLAWS*, 2019, pp. 153-154

legge⁴⁰⁶ specificamente volta a contrastare fenomeni che introducano nuove forme di trasporto come quella offerta da UberPop⁴⁰⁷.

Di particolare rilievo è anche la situazione sviluppatasi in Spagna, dove con ordinanza cautelare il Juzgado de lo Mercantil n. 2 di Madrid nel dicembre 2014 ha accolto il ricorso della locale Asociación del Taxi, introducendo misure valide anche per l'attività svolta da Uber nelle città di Valencia e Barcellona. In particolare, le misure consistevano nel blocco del servizio e nel divieto di accesso in tutta la Spagna. Successivamente, nel maggio 2015, lo stesso Tribunale ha adottato un'altra ordinanza con la quale ha imposto alcune limitazioni ai fornitori di servizi di comunicazione e ai gestori di carte di credito. In questo caso, le misure consistevano nella sospensione della comunicazione e del salvataggio di informazioni, nonché delle operazioni di pagamento in favore di Uber. Entrambe le ordinanze si basano sulla tesi secondo la quale Uber presenta un rapporto di concorrenzialità con i tassisti e realizza atti sleali volti a sviarne la clientela⁴⁰⁸. Tuttavia, il caso Uber in Spagna ha assunto una connotazione diversa e più articolata, in quanto nel giugno del 2015 il Juzgado Mercantil di Barcellona ha sollevato una questione pregiudiziale di fronte alla Corte di Giustizia dell'Unione Europea⁴⁰⁹ volta ad analizzare la reale natura del servizio offerto da Uber al fine di poterne anche definire la conseguente lealtà concorrenziale o meno alla luce della normativa interna⁴¹⁰. A seguito della sospensione del servizio UberPop, anche in Spagna, come in altre capitali europee, la

⁴⁰⁶ LEGE nr. 38 din 20 ianuarie 2003

⁴⁰⁷ RAFFIOTTA E. C.; *Trasporti pubblici locali non di linea e nuove tecnologie: il caso Uber nel diritto comparato*. In Rivista Munus, n. 1, 2016, pag. 90

⁴⁰⁸ RAMPAZZO N.; *Rifkin e Uber. Dall'età dell'accesso all'economia dell'eccesso*. In Diritto dell'Informazione e dell'Informatica, fasc. 6, 2015, pag. 965

⁴⁰⁹ Cfr. supra cap. 3 par. 3.1

⁴¹⁰ RAFFIOTTA E. C.; *Trasporti pubblici locali non di linea e nuove tecnologie: il caso Uber nel diritto comparato*. In Rivista Munus, n. 1, 2016, pag. 91

multinazionale è ripartita attraverso l'offerta di servizi diversi come UberX e Uber Black, ovvero modalità di trasporto che rispettano il sistema delle licenze e delle autorizzazioni stabilito dalla normativa di settore; al riguardo, l'azienda ha dichiarato di offrire un trasporto con tariffe più basse del 30% rispetto a quelle del servizio Taxi⁴¹¹.

Un orientamento favorevole nei confronti della multinazionale e di controtendenza rispetto alle pronunce dei giudici degli altri Stati europei, si è avuto nel Regno Unito ed in particolar modo a Londra. Al pari degli altri Paesi, anche in questo caso il settore del trasporto pubblico non di linea è regolato dal legislatore con la previsione di un sistema di licenze e autorizzazioni a favore dei cosiddetti *Black cabs*; nello specifico, la relativa disciplina è contenuta all'interno del *Hire Vehicles Act* del 1998. Al pari delle altre città, anche a Londra i tassisti, le società e le associazioni di categoria avevano lamentato il compimento di atti di concorrenza sleale da parte di autisti privi di licenza e autorizzazione e per tale ragione chiedevano l'inibizione del servizio UberPop; l'individuazione dell'esercizio di un'attività abusiva avrebbe comportato una responsabilità di natura penale sia degli autisti che dell'azienda che svolgeva attività di intermediazione. Tuttavia, la *High Administrative Court* nell'ottobre del 2015⁴¹² ha rigettato tutti i ricorsi presentati, escludendo dunque sia la violazione della disciplina di settore, sia la responsabilità penale, poiché ha ritenuto che l'attività esercitata da Uber attraverso l'applicazione UberPop fosse distinta rispetto al servizio di trasporto offerto dai tassisti e in quanto tale non soggetta alla normativa del settore del trasporto pubblico non di linea;

⁴¹¹ LA STAMPA; *Uber torna in Spagna, ma solo con la licenza*. In lastampa.it, 2016, pag. 2

⁴¹² Case No: Co/1449/2015

per questa ragione il servizio offerto da Uber è stato considerato lecito e compatibile con l'ordinamento giuridico⁴¹³.

6 Il carattere anacronistico della L. 21/1992

Lo sviluppo degli avvenimenti inerenti al caso Uber, in Italia e in Europa, ha condotto l'AGCM ad esprimersi nuovamente sulla riforma del settore del trasporto non di linea con la segnalazione del 10 marzo 2017, S2782. Tale intervento si pone quale terzo incentivo nei confronti del legislatore, in seguito a quelli risalenti agli anni 2014 e 2015 e si affianca anche al parere offerto nel 2015 dal Consiglio di Stato, favorevole ad una specifica regolazione di queste nuove forme di trasporto⁴¹⁴. Più precisamente, l'AGCM ha individuato diverse caratteristiche all'interno del servizio Uber, tali da collocarlo in un vuoto normativo che non consente l'esatta comprensione e la giusta promozione di queste nuove forme di trasporto risultanti dal progresso tecnologico. Infatti, all'interno di Uber coesistono: il trasporto privato non di linea volto a perseguire interessi di portata generale e l'intermediazione attraverso una piattaforma digitale. Dunque, confermando il proprio orientamento, l'AGCM ha sottolineato l'esigenza di un intervento normativo che possa garantire una collocazione anche a queste nuove forme di mobilità sostenibile technology-based; tuttavia, come già sottolineato nel 2015, la raccomandazione è stata quella di introdurre una normativa "il meno invasiva possibile", che non ponga dei limiti eccessivi e consenta lo sviluppo di questi nuovi sistemi, allo scopo di raggiungere un elevato livello di utilità sociale. Il problema legato alla L. 21/1992 va

⁴¹³ RAFFIOTTA E. C.; *Trasporti pubblici locali non di linea e nuove tecnologie: il caso Uber nel diritto comparato*. In *Rivista Munus*, n. 1, 2016, pp. 91-92

⁴¹⁴ Cfr. supra cap. 3 par. 4.1

individuato nelle due sole fattispecie prese in considerazione e regolate dal legislatore, ovvero il servizio Taxi e quello N.C.C.. Ciò non permette di individuare all'interno della legge dei principi generali che consentano di uniformare al settore del trasporto pubblico non di linea le nuove e diverse forme di trasporto, risultanti dall'iniziativa economica privata.

Un intervento da parte del legislatore, volto a dare un carattere più unitario alla disciplina di settore, si è avuto con la delega conferita al Governo nella legge annuale per la concorrenza e il mercato di agosto 2017 (L. 124/2017) all'art. 1, comma 179. In particolare, l'obiettivo era quello di rivisitare gli attuali limiti amministrativi, riconoscendo le caratteristiche delle nuove forme di mobilità offerte tramite piattaforme digitali, nonché quello di garantire contestualmente agli attori economici maggiore stabilità attraverso il superamento dell'indeterminatezza giurisprudenziale e l'imposizione di oneri economici anche in capo a Uber⁴¹⁵. Alla delega, però, non ha fatto seguito un intervento del Governo, ovvero un decreto legislativo che realizzasse gli obiettivi definiti nella legge delega. Infatti, l'unico intervento normativo recente e rilevante in materia si è avuto con il D.L. 135/2018⁴¹⁶, che non ha soddisfatto le aspettative di riforma, continuando a prevedere forti limitazioni e sbarramenti che impediscono il libero accesso al mercato, nonché un numero esiguo di disposizioni in materia di servizi di trasporto condiviso. All'interno di questo intervento legislativo è stato valorizzato il ruolo di intermediazione tra la domanda e l'offerta di trasporto svolto dai servizi di condivisione, con particolare riguardo alle piattaforme digitali grazie alle quali è possibile richiedere il servizio Taxi o quello N.C.C..

⁴¹⁵ MIDIRI M.; *Nuove tecnologie e regolazione: il «caso Uber»*. In Rivista Trimestrale di Diritto Pubblico, fasc. 3, 2018, pp. 1021-1022

⁴¹⁶ Cfr. supra cap. 3 par. 1.1.1

Tuttavia, il legislatore non ha dedicato alcuna norma ai servizi di condivisione nel ruolo di servizi di trasporto, volendo garantire il mantenimento delle restrizioni per l'accesso al settore del trasporto pubblico non di linea⁴¹⁷. Tale decisione attualmente risulta compatibile con il diritto dell'Unione Europea, poiché il settore del trasporto si colloca al di fuori della direttiva Bolkestein, volta a favorire l'integrazione dei mercati nazionali e la creazione di un unico mercato interno soggetto a regole generali che garantiscano la libera circolazione dei servizi e la libertà di stabilimento. Infine, il D.L. 135/2018 ha anche trascurato gli interventi auspicati ed incentivati dall'Autorità di regolazione dei trasporti⁴¹⁸, che aveva sottolineato come i nuovi servizi di trasporto condivisi mirano ad una categoria di clienti diversa rispetto a quella a di riferimento degli operatori tradizionali e di conseguenza risultano compatibili con questi ultimi. Per questa ragione, la raccomandazione dell'Autorità consisteva nel mantenere invariata la disciplina di settore inerente alle due categorie già regolate ed introdurre delle norme specificamente rivolte ai servizi di trasporto condivisi⁴¹⁹.

6.1 La sentenza della Corte costituzionale 265/2016

La necessaria regolamentazione da parte dello Stato di un fenomeno che supera la sfera locale e assume una portata nazionale se non globale, è stata affrontata anche dalla Corte costituzionale nella sentenza 265/2016. Al riguardo, la Corte ha offerto un importante contributo per il superamento della L. 21/1992, in quanto inadeguata e

⁴¹⁷ OSTENGO L.; *I servizi pubblici condivisi: il trasporto pubblico non di linea come "case study" del fenomeno*. In *Il diritto amministrativo*, 2019, pp. 14-15

⁴¹⁸ Allegato 1 "Proposte di modifica della normativa vigente" all' "Atto di segnalazione al Governo e al Parlamento sull'autotrasporto di persone non di linea: taxi, noleggio con conducente e servizi tecnici per la mobilità"

⁴¹⁹ Cfr. supra cap. 3 par. 1.2

specificamente rivolta a due sole categorie di trasporto, non tenendo minimamente in considerazione le enormi opportunità offerte dai servizi di condivisione prodotti dall'evoluzione tecnologica⁴²⁰. Nel caso specifico, il Presidente del Consiglio dei Ministri ha sollevato in via principale una questione di legittimità di fronte alla Corte costituzionale, avente ad oggetto l'art. 1 della L. 14/2015 della Regione Piemonte, nella quale era stato inserito il principio di esclusività nella prestazione dei servizi di trasporto locale non di linea, attribuendolo esclusivamente a coloro in possesso dell'autorizzazione per l'esercizio del servizio N.C.C. o della licenza per lo svolgimento del servizio Taxi. Nel sollevare la questione, lo Stato lamentava una restrizione della libertà di impresa contraria alla Costituzione da parte della legge regionale. Quest'ultima, sul piano formale, contrastava con l'art. 117, comma 2, lett. e) della Costituzione, che attribuisce alla competenza legislativa esclusiva dello Stato la tutela della concorrenza, sul piano sostanziale invece, violava l'art. 117, comma 1 della Costituzione, secondo il quale anche la legislazione regionale deve adeguarsi ai principi comunitari, tra i quali vi è il principio di concorrenza. La Corte ha accolto e ritenuto fondata solo la prima censura di carattere formale, dichiarando la seconda di natura sostanziale inammissibile⁴²¹. Il percorso logico seguito dai giudici costituzionali ha messo in luce l'importante ruolo ricoperto dallo Stato nella legislazione di queste nuove forme di trasporto. È stato innanzitutto evidenziato che la definizione degli operatori abilitati a prestare uno specifico servizio sia indispensabile ai fini della determinazione del settore della relativa

⁴²⁰ MIDIRI M.; *Nuove tecnologie e regolazione: il «caso Uber»*. In Rivista Trimestrale di Diritto Pubblico, fasc. 3, 2018, pag. 1023

⁴²¹ BELVISO L.; *Il trasporto locale non di linea fra tradizione e innovazione tecnologica. Anche la Corte Costituzionale si pronuncia*. In Rivista della Regolazione dei mercati, fasc. 1, 2017, pp. 182-185

attività economica⁴²². La Corte ha riconosciuto che nell'ambito del trasporto urbano si è arrivati ad un punto critico, nel quale il progresso tecnologico ha fortemente colpito sia i livelli standard di tutela dei diritti, che il bilanciamento costituzionale dei diversi valori coinvolti; la presa di coscienza di tale situazione ha spinto i giudici costituzionali verso un incentivo nei confronti del legislatore consistente in un intervento immediato che regoli queste nuove forme di trasporto condiviso. Tuttavia, è difficile che il legislatore riesca ad intervenire tempestivamente in materia, in quanto l'evoluzione tecnologica è caratterizzata da una velocità e da un'imprevedibilità tali da non permettergli un intervento effettivo; ciò causa, da un lato, l'inerzia del legislatore, dall'altro lato, un ruolo attivo da parte della giurisprudenza, che cerca di supplire al vuoto normativo inserendo nell'ordinamento delle prime soluzioni volte a proteggere le dinamiche interne al settore, ormai pienamente stravolto da queste nuove forme di trasporto⁴²³. Nel caso concreto, la Corte costituzionale ha dichiarato l'illegittimità della legge regionale, in quanto ai sensi dell'art. 117, comma 1, lett. e) della Costituzione la tutela della concorrenza rientra nella potestà legislativa esclusiva dello Stato, facendo venir meno la competenza regionale in tema di trasporti di cui al quarto comma dello stesso articolo. In particolare, la soluzione offerta dalla Corte si è basata su un'interpretazione sistematica, alla luce delle esigenze determinate dal fenomeno tecnologico. Infatti, da un punto di vista strettamente letterale, il settore del trasporto non gode delle libertà garantite a livello comunitario per creare e mantenere un mercato aperto e in regime di libertà concorrenziale, in quanto è stato collocato all'esterno della

⁴²² MIDIRI M.; *Nuove tecnologie e regolazione: il «caso Uber»*. In *Rivista Trimestrale di Diritto Pubblico*, fasc. 3, 2018, pag. 1023

⁴²³ LUBELLO V., POLLICINO O.; *Un monito complesso ed una apertura al dibattito europeo rilevante: Uber tra giudici e legislatori*. In *Giurisprudenza Costituzionale*, fasc. 6, 2016, pp. 2479-2480

direttiva Bolkestein inerente ai servizi nel mercato interno, dell'art. 56 TFUE in materia di libera circolazione dei servizi e della direttiva 2000/31/CE sul commercio elettronico; ciò avrebbe dovuto orientare verso una soluzione diversa, diretta a salvare la legge regionale in questione, in quanto estranea al tutela della concorrenza⁴²⁴. Ciononostante, secondo i giudici costituzionali, il progresso tecnologico ha causato un deterioramento della legge attualmente in vigore, ponendo il legislatore nella condizione di dover affrontare un problema di portata generale, i cui interessi superano la sfera locale e non possono essere regolati da una legge regionale; per tale ragione spetta esclusivamente allo Stato il compito di trovare il perfetto equilibrio tra la libertà d'impresa ed i bisogni del servizio pubblico⁴²⁵. Infine, la sentenza non è entrata nel merito delle linee guida che dovranno essere rispettate in futuro dal legislatore per la nuova disciplina in materia di trasporto non di linea e non ha nemmeno menzionato l'eventuale presenza di competenze legislative regionali o locali; tuttavia, ciò risulta probabile, in quanto il compito dello Stato non è semplicemente quello di regolare i presupposti di entrata e apertura del mercato, ma di coordinare svariati interessi, alcuni dei quali di competenza regionale o locale. Per tali ragioni, la Corte ha richiamato il rispetto dei canoni di proporzionalità e adeguatezza nell'esercizio della competenza esclusiva dello Stato, nonché delle modalità di cooperazione per le materie che rientrano nella competenza legislativa concorrente⁴²⁶.

⁴²⁴ Cfr. supra cap. 3 par. 1.2, cap. 3 par. 2.1, cap. 3 par. 4.1

⁴²⁵ MIDIRI M.; *Nuove tecnologie e regolazione: il «caso Uber»*. In *Rivista Trimestrale di Diritto Pubblico*, fasc. 3, 2018, pag. 1023

⁴²⁶ MIDIRI M.; *Evoluzione tecnologica, anacronismi legislativi e nuove esigenze di regolazione*. In *Giurisprudenza Costituzionale*, 2016, pp. 2313-2314

7 Interventi normativi in tema di sharing economy conseguenti al caso Uber

La vicenda inerente a Uber, al pari di altre imprese e piattaforme digitali rientranti nella sharing economy, come ad esempio Airbnb, ha determinato la comparsa sempre più insistente dell'economia della condivisione nel dibattito pubblico. In particolare, il timore generale causato da queste piattaforme è che possano – come già ampiamente dimostrato – totalmente alterare le dinamiche di mercato, mettendo in crisi i mercati tradizionali, senza che vi sia alcuna forma di regolazione che consenta di contrastare il loro operare in un vuoto legislativo. Dunque, negli ultimi anni, la preoccupazione che circonda la sharing economy ha fatto emergere l'improrogabile bisogno di adottare una normativa che riconosca e regoli le piattaforme digitali e più in generale l'economia della condivisione in maniera omogenea; l'obiettivo è quello di introdurre un quadro normativo che, da un lato, garantisca la concorrenza leale a tutela degli operatori tradizionali e dei consumatori, dall'altro lato, lasci alle nuove imprese la libertà necessaria per evolversi nei settori direttamente coinvolti dalla sharing economy. La principale conseguenza è consistita in alcuni interventi – sia di livello sovranazionale, che nazionale – volti a regolare il fenomeno, indirizzandolo verso una situazione di equilibrio tra le categorie di operatori maggiormente coinvolte⁴²⁷.

7.1 Iniziative sovranazionali

A livello sovranazionale, sono svariate le direttive dell'Unione Europea che regolano i principali settori in cui si collocano la maggior

⁴²⁷ SMORTO G.; *Verso la disciplina giuridica della sharing economy*. In Mercato Concorrenza Regole, fasc. 2, 2015, pp. 247-248. Sul punto anche TUMBARELLO L.; *Verso la Sharing Economy Act*. In Quotidiano Piemontese, 2018, pp. 1-2 e LODI RIZZINI C.; *Legge sulla Sharing economy: comincia l'iter in Parlamento*. In secondowelfare.it, 2016, pp. 1-3

parte delle piattaforme digitali, come ad esempio la direttiva 2000/31/CE in materia di servizi della società dell'informazione ed in particolare il commercio elettronico (e-commerce), la direttiva 2006/123/CE (direttiva Bolkestein) sui servizi nel mercato interno e la direttiva 2011/83/UE inerente i diritti dei consumatori. Ciò determina l'esistenza di una normativa che solo indirettamente abbraccia la sharing economy e non risulta sufficiente a garantire una regolazione dell'intero fenomeno, che richiede un intervento diretto e specifico. Tale valutazione supera il quesito sulla precisa natura giuridica delle piattaforme digitali, ovvero se queste ultime debbano essere considerate servizi della società dell'informazione o imprenditoriali; infatti, nonostante la Corte di Giustizia dell'Unione Europea nel caso Uber abbia optato per la seconda opzione, anche se tali piattaforme fossero considerate servizi della società dell'informazione, l'attuale quadro normativo in materia di e-commerce non sarebbe comunque in grado di ricomprendere al suo interno le caratteristiche tipiche della sharing economy. Ciò comporta la necessaria introduzione di una normativa ad hoc che sia in grado di bilanciare gli interessi in gioco⁴²⁸, mantenendo contestualmente la competitività nel mercato, le stesse norme del mercato del lavoro, un elevato livello di protezione dei dati e la tutela della proprietà intellettuale⁴²⁹.

La Commissione Europea è intervenuta sull'argomento nel giugno del 2016 con due atti di *soft law*, ovvero due Comunicazioni⁴³⁰ nelle quali ha incentivato gli Stati membri ad introdurre una normativa che eliminasse il vuoto legislativo esistente in relazione alle nuove

⁴²⁸ Cfr. supra cap. 3 par. 7

⁴²⁹ BONUCCIM.; *Sharing economy – quanto costa il ritardo Ue*. In FASI Funding Aid Strategies Investments, 2016, pp. 1-3

⁴³⁰ COM(2016) 288 e COM(2016) 356

piattaforme digitali sviluppatesi grazie alla sharing economy⁴³¹. In particolare, la Comunicazione 356/2016, denominata “*A European agenda for the collaborative economy*”, ha analizzato l’economia della condivisione sottolineandone sia gli aspetti critici, che il potenziale in via di sviluppo e prendendo in considerazione eventuali futuri interventi normativi da parte dell’Unione Europea. Con questo intervento, la Commissione ha voluto introdurre delle linee guida e degli orientamenti, sia di natura legale, che politica, destinati alle autorità pubbliche, agli attori nel mercato, nonché agli stessi cittadini europei; tuttavia, trattandosi di uno strumento di soft law, non risulta vincolante per gli Stati membri.

La Comunicazione ricorre all’espressione *collaborative economy*, riferendosi in generale a tutte quante le imprese in cui la relativa attività economica viene svolta attraverso piattaforme digitali che ne semplificano l’esercizio e mettono a disposizione sul mercato prodotti generalmente offerti da soggetti privati⁴³². I principali soggetti coinvolti in questa definizione sono tre: i provider che offrono beni e servizi in maniera occasionale e che vengono definiti “pari” – in quanto soggetti privati che saltuariamente prestano un servizio o condividono beni, tempo, risorse, competenze – e i prestatori di servizi professionali, gli user che ricevono questi beni o servizi e gli intermediari che mettono in comunicazione la domanda e l’offerta, ovvero le piattaforme digitali; dunque, tale definizione abbraccia sia i modelli B2C, che i modelli C2C.

Sulla base di un’analisi dettagliata, la Commissione ha individuato nella sharing economy la possibilità di aumentare il tasso

⁴³¹ TUMBARELLO L.; *Verso la Sharing Economy Act*. In *Quotidiano Piemontese*, 2018, pp. 1-4

⁴³² MICCÚ R., ROMA G.; *Sharing economy e diritto di accesso a internet: le sfide del digitale nel costituzionalismo multilivello*. In *Revista de Direitos e Garantias Fundamentais*, vol. 19, n. 3, 2018, pag. 56.

di occupazione in tutta l'Unione Europea, nonché un notevole vantaggio per i consumatori, i quali potrebbero usufruire di una più ampia gamma di servizi di maggiore qualità sulla base di uno sfruttamento più proficuo delle risorse⁴³³. Ciò mette in luce la volontà della Commissione di enfatizzare gli aspetti innovativi del fenomeno, senza soffermarsi sugli effetti negativi che potrebbe produrre, ovvero il rischio di una violazione della normativa nazionale e comunitaria posta a tutela di interessi di portata generale e la tendenza a trasferire il rischio di impresa dal gestore della piattaforma agli utenti della stessa. Gli unici aspetti critici messi in luce dalla Comunicazione riguardano la possibilità che la collaborative economy possa comportare una maggior confusione tra le categorie tradizionali del diritto contrattuale come il consumatore ed il prestatore dei servizi, il lavoratore autonomo e quello subordinato o la prestazione professionale del servizio e la prestazione occasionale dello stesso; ciò potrebbe determinare sia un'incertezza sulla normativa applicabile, sia lo sfruttamento di una zona grigia per eludere le norme poste a tutela dell'interesse pubblico. In seguito all'introduzione, la Commissione ha analizzato la sharing economy soprattutto alla luce della normativa sull'accesso al mercato, del regime di responsabilità applicabile ai gestori delle piattaforme digitali, della distinzione tra lavoratore autonomo e subordinato e del regime fiscale applicabile a queste nuove imprese⁴³⁴. Innanzitutto, per garantire la tutela dell'interesse pubblico, è necessario comprendere se ed in che misura i requisiti di accesso al mercato debbano essere applicati alle

⁴³³ MICCÚ R., ROMA G.; *Sharing economy e diritto di accesso a internet: le sfide del digitale nel costituzionalismo multilivello*. In *Revista de Direitos e Garantias Fundamentais*, vol. 19, n. 3, 2018, pag. 56. Sul punto anche DAGNINO E.; *Sharing economy e lavoro: cosa dice l'Europa?* In *sferasociale.it*, 2016, pag. 2 e DELL'ATTI A.; *L'Agenda Europea per la c.d. economia collaborativa*. In rivista della Regolazione dei mercati, fasc. 2, 2016, pp. 111-112

⁴³⁴ DELL'ATTI A.; *L'Agenda Europea per la c.d. economia collaborativa*. In rivista della Regolazione dei mercati, fasc. 2, 2016, pag. 112

piattaforme digitali e a coloro che attraverso queste offrono servizi; tale valutazione risulta di fondamentale importanza, in quanto le imprese che operano nel settore della collaborative economy non si limitano soltanto ad introdursi in mercati già esistenti con operatori tradizionali al loro interno, ma in alcuni casi arrivano a creare a tutti gli effetti dei nuovi mercati. La Commissione ha chiarito che la soggezione delle piattaforme ai requisiti di accesso dipende dalla loro natura e collocazione settoriale: se la piattaforma offre un servizio informatico e dunque rientra tra i servizi della società dell'informazione di cui alla direttiva 2000/31/CE, ai sensi dell'art. 4 le limitazioni sono escluse, non potendo le piattaforme essere assoggettate ad autorizzazione preventiva o condizioni simili specificamente rivolte a tali servizi; mentre se l'offerta non si limita all'intermediazione elettronica, ma alla vera e propria prestazione del servizio in questione, allora la piattaforma dovrà rispettare i requisiti di accesso al mercato stabiliti dalla normativa settoriale di riferimento. Invece, in relazione a coloro che offrono il servizio attraverso la piattaforma, la Comunicazione ha distinto tra i prestatori professionali di servizi e quelli occasionali: per i primi, la disciplina inerente alle condizioni di accesso – individuata nella direttiva Bolkestein e negli artt. 49 e 56 TFUE – dovrà essere applicata nei limiti in cui sia diretta al raggiungimento di uno scopo di interesse pubblico, proporzionata a tal fine e non risulti discriminatoria, spettando alle autorità nazionali il compito di monitorarne la ragionevolezza anche alla luce delle peculiarità dei modelli economici della collaborative economy⁴³⁵; per i secondi invece, la Commissione si è preoccupata esclusivamente di distinguerli dai primi, sottolineando

⁴³⁵ DAGNINO E.; *Sharing economy e lavoro: cosa dice l'Europa?* In sferasociale.it, 2016, pp. 2-3. Sul punto anche DELL'ATTI A.; *L'Agenda Europea per la c.d. economia collaborativa*. In rivista della Regolazione dei mercati, fasc. 2, 2016, pp. 113-116

come ciò sia reso difficile dalle normative nazionali, che usano parametri diversi e non omogenei per qualificare un soggetto come prestatore occasionale o professionale. In secondo luogo, in materia di responsabilità dei gestori delle piattaforme digitali, la Commissione ha evidenziato che questi ultimi sono soggetti alla disciplina generale prevista dalle normative interne dei singoli Stati membri in materia di responsabilità contrattuale ed extra-contrattuale; in più, le piattaforme digitali che rivestono la qualità di intermediari di servizi della società dell'informazione non sono responsabili per i dati che memorizzano nell'ambito dell'attività di *hosting* – ovvero la messa a disposizione di uno spazio in cui i clienti si incontrano con i prestatori del servizio – se non assumono un ruolo attivo tale da acquisire la consapevolezza ed il controllo di informazioni illecite senza cancellarle o impedirne l'accesso. Tuttavia, questa deroga non si applica alle ipotesi di responsabilità ai sensi della normativa in materia di protezione dei dati personali per le attività svolte dalla piattaforma stessa⁴³⁶. Inoltre, riguardo alla classificazione dei lavoratori, la Commissione ha individuato dei criteri volti a determinare se vi sia o meno un rapporto di lavoro subordinato nell'ambito della collaborative economy in base alla disciplina europea; in particolare, la Comunicazione ritiene che si configuri un rapporto di lavoro subordinato tutte le volte che il prestatore del servizio svolge la propria attività sotto la direzione della piattaforma, sottostando anche alla determinazione della funzione da svolgere, della retribuzione e delle condizioni di lavoro⁴³⁷. Infine, la Comunicazione ha analizzato il regime fiscale delle nuove piattaforme digitali, enunciando il principio generale dell'applicazione della

⁴³⁶ DELL'ATTIA.; *L'Agenda Europea per la c.d. economia collaborativa*. In rivista della Regolazione dei mercati, 2016, pp. 116-118

⁴³⁷ DAGNINO E.; *Sharing economy e lavoro: cosa dice l'Europa?* In sferasociale.it, 2016, pp. 3-4

normativa tributaria a tutte le imprese rientranti nella collaborative economy; infatti, la Commissione non ha individuato alcuna ragione particolare che giustificasse un trattamento di favore nei confronti delle piattaforme digitali. Tuttavia, è stato sottolineato che l'adempimento fiscale da parte delle imprese rientranti nella collaborative economy potrebbe essere ostacolato dalle difficoltà nell'individuazione dei contribuenti e dei redditi disponibili, dovute all'assenza di informazioni sui prestatori dei servizi, alla mancanza di un programma fiscale aggressivo, alla diversità del regime fiscale presente nei vari Stati membri e allo scarso scambio di informazioni; a tal fine, la Commissione ha individuato quale soluzione l'istruzione dei funzionari dell'Amministrazione Finanziaria sulle esigenze dei nuovi fenomeni, che richiedono approcci innovativi rispetto alle modalità di lavoro ordinarie⁴³⁸.

La Comunicazione della Commissione Europea ha rappresentato il punto di partenza di un'intensa analisi in ambito comunitario, che l'anno successivo ha condotto ad una Risoluzione sulla sharing economy del Parlamento Europeo⁴³⁹; in particolare, sono state messe in luce alcune criticità, causate dall'assenza di un quadro normativo omogeneo in materia, consistenti principalmente nell'impossibilità di nascita e sviluppo all'interno del mercato europeo delle nuove piattaforme digitali e nella mancanza di tutela dei lavoratori⁴⁴⁰. Dunque, con questa Risoluzione il Parlamento ha confermato nuovamente il contenuto della Comunicazione 356/2016, affrontandolo in maniera più nitida, grazie agli avvenimenti sviluppatasi

⁴³⁸ DELL'ATTIA.; *L'Agenda Europea per la c.d. economia collaborativa*. In rivista della Regolazione dei mercati, 2016, pp. 122-123

⁴³⁹ Risoluzione del Parlamento Europeo del 15 giugno del 2017 su un'agenda europea per l'economia collaborativa

⁴⁴⁰ MICCÚ R., ROMA G.; *Sharing economy e diritto di accesso a internet: le sfide del digitale nel costituzionalismo multilivello*. In *Revista de Direitos e Garantias Fundamentais*, vol. 19, n. 3, 2018, pag. 57

nell'ultimo anno e chiedendo un chiaro orientamento dell'Unione Europea volto a tutelare i consumatori, i diritti dei lavoratori, la concorrenza leale e gli obblighi fiscali. È stata delineata una nuova base sulla quale costruire la disciplina della sharing economy, descrivendola come un fenomeno strutturale necessario per generare un'opportunità a favore di tutti i cittadini europei, sotto l'aspetto sociale, economico ed ambientale, che consenta il passaggio verso l'economia circolare. Nello specifico, il percorso logico seguito dal Parlamento si concentra su due aspetti fondamentali: da un lato, è stata evidenziata l'esigenza di evitare la formazione di normative diverse all'interno dei vari Stati membri, che sono stati incentivati ad esaminare l'applicazione al fenomeno della condivisione dell'attuale normativa interna e ad introdurre, se necessarie, nuove norme nel rispetto dei requisiti di proporzionalità e adeguatezza; dall'altro lato, è stata enfatizzata una collaborazione tra i Parlamenti nazionali ed il Parlamento Europeo, in base alla quale i primi devono introdurre all'interno del proprio ordinamento una specifica normativa di attuazione delle linee guida e dei principi fondamentali in materia sanciti dal secondo⁴⁴¹. Infine, in relazione alle materie specificamente affrontate dalla Risoluzione, le raccomandazioni del Parlamento riguardavano principalmente: la necessità di introdurre criteri per distinguere prestatori occasionali e professionali, l'informazione dei consumatori sui loro diritti e la creazione da parte delle piattaforme digitali di sistemi per i reclami e la risoluzione delle controversie, l'esigenza di definire con maggior chiarezza il regime di responsabilità dei gestori delle piattaforme,

⁴⁴¹ CHIRIATTI L.; *UE, approvata risoluzione sulla sharing economy: "ora serve una strategia condivisa"*. In smartmoney.startupitalia.eu, 2017, pp. 2-6. Sul punto anche MARTINELLI S.; *Sharing economy: il Parlamento chiede chiare linee guida dell'UE – Risoluzione del Parlamento europeo del 15 giugno 2017 su un'agenda europea per l'economia collaborativa*. In silviamartinellilaw.com, 2017, pp. 1-4

l'introduzione di presupposti di lavoro adeguati con la possibilità per i lavoratori di accumulare e trasferire le valutazioni degli utenti quale valore di mercato digitale, nonché l'applicazione alle imprese della sharing economy di obblighi fiscali analoghi a quelli previsti per gli operatori di servizi simili in mercati tradizionali⁴⁴².

7.2 Iniziative nazionali (lo Sharing Economy Act)

In ambito nazionale, i primi tentativi di regolazione della sharing economy da parte del legislatore hanno riguardato specifici settori del fenomeno, tra i quali ad esempio il trasporto, fortemente colpito dai servizi di Uber e dalle conseguenze sociali e giudiziarie che ha comportato. Al riguardo, nell'ottobre del 2015 era stato inserito nel disegno di legge sulla concorrenza un intervento di regolamentazione e liberalizzazione del settore del trasporto, che prevedeva l'eliminazione del divieto per i conducenti di Uber, ovvero gli autonoleggiatori, di rientrare nella rimessa del Comune che ha rilasciato l'autorizzazione al termine di ogni corsa. Tuttavia, in un secondo momento, l'articolo che conteneva tale previsione fu eliminato, in quanto considerato idoneo a determinare una condizione di concorrenza sleale all'interno del settore⁴⁴³; successivamente, nel 2018 il legislatore ha confermato e reso esecutivo l'obbligo di rientro in rimessa, dichiarato contrario alla Costituzione nel 2020 dalla Corte costituzionale⁴⁴⁴. Il primo vero e proprio intervento del legislatore, volto a regolare l'intero settore della sharing economy con una legge ad hoc, si è avuto con la proposta di legge 3564 del 27 gennaio 2016, presentata alla Camera

⁴⁴² MARTINELLI S.; *Sharing economy: il Parlamento chiede chiare linee guida dell'UE – Risoluzione del Parlamento europeo del 15 giugno 2017 su un'agenda europea per l'economia collaborativa*. In *silviamartinellilaw.com*, 2017, pp. 1-4

⁴⁴³ NOTARI F., OREFICE I.; *Gli ultimi sviluppi del dibattito sulla sharing economy*. In *Amministrazione In Cammino*, 2016, pp. 7-8

⁴⁴⁴ Cfr. supra cap. 3 par. 1.1.1

dall'Intergruppo parlamentare Innovazione, ovvero una libera associazione di parlamentari di tutti i gruppi politici con lo scopo di promuovere il progresso tecnologico nel Paese; la proposta fu denominata "Disciplina delle piattaforme digitali per la condivisione di beni e servizi e disposizioni per la promozione dell'economia della condivisione", tuttavia venne rinominata da molti *Sharing Economy Act*, in quanto rappresentava il primo intervento in Europa volto ad armonizzare il nuovo modello economico fondato sulla condivisione⁴⁴⁵. Nonostante la proposta di legge si riferisse genericamente alla sharing economy, il legislatore si è concentrato principalmente sulle attività for-profit; tale orientamento si manifesta limpidamente fin dall'art. 1, che individuava quale scopo primario quello di promuovere l'economia della condivisione attraverso regole sulla gestione e l'utilizzo delle piattaforme digitali per la condivisione di beni e servizi, garantendo la trasparenza, l'equità fiscale, la concorrenza leale e la tutela dei consumatori, nonché nella regolazione degli aspetti fiscali, in relazione ai quali il disegno di legge faceva riferimento al "*reddito da attività di economia della condivisione non professionale*". Dunque, la disciplina individuata nella proposta di legge si riferiva specificamente ad un fenomeno di mercato⁴⁴⁶. Tra i punti principalmente affrontati dal legislatore vi erano anche nuove regole per l'AGCM, alla quale era stato attribuito il compito di svolgere un'attività di regolazione e controllo sulle piattaforme digitali al fine di tutelare i consumatori e garantire la concorrenza leale; per tale ragione era stata prevista anche l'istituzione di un registro presso l'Autorità stessa denominato "*Registro elettronico nazionale delle piattaforme digitali*".

⁴⁴⁵ FARCI M.; *Sharing economy, tutti i limiti della proposta di legge italiana*. In *agendadigitale.eu*, 2016, pp. 1-2

⁴⁴⁶ ADAPT; *Proposta di legge sulla sharing economy: il grande assente è il "lavoratore"*. In *Il Sole 24 Ore* nòva, 2016, pp. 1-3

dell'economia della condivisione". Inoltre, la proposta di legge prevedeva per i gestori anche il dovere di dotarsi di un documento di politica aziendale condizionato al parere vincolante e all'approvazione dell'AGCM; di conseguenza, secondo tale previsione, se una piattaforma digitale non viene iscritta nell'apposito registro, è soggetta a diffida, nonché costretta a sospendere l'erogazione del servizio⁴⁴⁷. Inoltre, riguardo la posizione degli utenti che si collocano dal lato dell'offerta, il legislatore prevedeva che questi ultimi non fossero legati da un rapporto di lavoro subordinato con i gestori della piattaforma, ad eccezione delle piattaforme digitali che ricoprono il ruolo di intermediari in favore di prestatori professionali iscritti nel registro delle imprese. Sotto questo aspetto, la proposta di legge presentava una forte carenza di tutela nei confronti dell'utente che offre il servizio, collocandolo in secondo piano; infatti, da un lato, la struttura e le modalità operative della piattaforma, dall'altro lato, la qualificazione del lavoratore come autonomo evidenziavano una figura debole priva di garanzie sulla sicurezza economica, la salute, la reputazione e la formazione, aggravata dalla maggiore difficoltà nel creare una voce collettiva⁴⁴⁸. Inoltre, un aspetto fortemente preso in considerazione dal legislatore riguardava il regime fiscale a cui sottoporre i gestori delle piattaforme digitali, nonché gli stessi utenti operatori; al riguardo, per il reddito da attività di economia della condivisione non professionale era stata prevista una specifica voce all'interno della dichiarazione dei redditi con la previsione di un'imposta pari al 10% per i redditi superiori ai €10.000, cumulando gli importi maggiori con i redditi da lavoro dipendente o autonomo, ai quali applicare la corrispondente aliquota.

⁴⁴⁷ LODI RIZZINI C.; *Legge sulla Sharing economy: comincia l'iter in Parlamento*. In *secondowelfare.it*, 2016, pp. 2-3

⁴⁴⁸ ADAPT; *Proposta di legge sulla sharing economy: il grande assente è il "lavoratore"*. In *Il Sole 24 Ore nòva*, 2016, pp. 1-3

Invece, riguardo ai gestori delle piattaforme, questi ultimi erano stati delineati quali sostituti d'imposta degli utenti operatori, affinché i gestori con la residenza all'estero si dotassero di un'organizzazione anche in Italia; in più, il legislatore aveva previsto l'obbligo di segnalare all'Agenzia delle entrate tutte le informazioni inerenti alle transazioni economiche effettuate attraverso la piattaforma digitale, anche nelle ipotesi di mancata percezione da parte degli utenti operatori del reddito prodotto dall'attività svolta⁴⁴⁹. Questo disegno di legge ha rappresentato un enorme passo avanti del legislatore, determinato a regolare un fenomeno complesso, la cui mancata disciplina in ambito europeo è conseguenza della difficoltà di comprenderlo a pieno da un punto di vista concettuale, non essendo facilmente possibile distinguere le piattaforme digitali basate sulla condivisione di beni e servizi dai reali modelli di business a cui è abituato il mercato tradizionale⁴⁵⁰; tuttavia, il progetto di legge non vide mai la luce con il concludersi della XVII legislatura. Al fianco della proposta di legge 3564/2016 presentata alla Camera, il 3 marzo 2016 l'Intergruppo parlamentare Innovazione ha presentato al Senato un progetto di legge dal contenuto simile al primo, denominato "*Disposizioni in materia di sharing economy*"⁴⁵¹. Nonostante l'obiettivo perseguito sia identico a quello enunciato all'art. 1 della proposta di legge 3564/2016, in questo secondo caso a differenza del primo non è stata offerta una definizione di economia della condivisione, bensì di sharing economy quale attività economica dove un offerente e più fruitori condividono tra di loro beni e servizi attraverso portali di condivisione; questi ultimi sono stati specificamente presi in considerazione e individuati nei siti Internet o

⁴⁴⁹ BONUCCI M.; *Sharing economy – cosa prevede la proposta di legge*. In FASI Funding Aid Strategies Investments, 2016, pp. 1-2

⁴⁵⁰ FARCIM.; *Sharing economy, tutti i limiti della proposta di legge italiana*. In *agendadigitale.eu*, 2016, pp. 3-4

⁴⁵¹ Proposta di legge 2268/2016

nelle applicazioni per gli smartphone, delineando il nuovo modello economico come un sistema strettamente legato ad una società ampiamente evoluta sotto il profilo della tecnologia digitale. Tuttavia, anche in questo caso, la proposta è rimasta solamente un progetto, le cui probabilità di sviluppo e concretizzazione sono venute meno con la conclusione della XVII legislatura⁴⁵².

⁴⁵² NOTARIF., OREFICE I.; *Gli ultimi sviluppi del dibattito sulla sharing economy*. In *Amministrazione In Cammino*, 2016, pag. 11

CONCLUSIONE

L'elaborato ha analizzato innanzitutto la disciplina del mercato e della concorrenza, soffermandosi sull'evoluzione nel tempo della stessa, dall'introduzione del Codice Civile nel 1942 ad oggi. Tale normativa ha risentito delle ideologie corporative e si è inevitabilmente strutturata con riferimento al periodo storico in cui è nata, risultando successivamente anacronistica ed estranea ai principi europei, nonché costituzionali. Per tale ragione, da un lato, è stata introdotta una nuova normativa di settore in grado di superare la disorganicità del Codice Civile, ovvero la L. 287/1990 inerente la disciplina antitrust; dall'altro lato invece, la stessa disciplina codicistica è stata oggetto di un'interpretazione sistematica volta a spostare l'attenzione dal singolo verso la tutela della collettività per il perseguimento del benessere comune a sostegno di un mercato aperto alla libera concorrenza. Questa evoluzione si sposa perfettamente con il nuovo modello dell'economia della condivisione, che ha comportato la necessaria rivalutazione della disciplina della concorrenza ed in particolare degli atti sleali regolati dal legislatore all'interno del Codice Civile; infatti, la possibilità di ricorrere a mezzi di condivisione digitali ha ampliato a dismisura la platea dei clienti interessati, raggiungendo dei livelli di soddisfacimento delle esigenze alla base della domanda molto più elevati rispetto a quelli conquistati dall'attività svolta dagli operatori tradizionali. Nello specifico, l'analisi del caso Uber e lo studio delle vicende relative a UberPop hanno dimostrato che il vuoto normativo inerente ai principali settori coinvolti dalla sharing economy e la più generale assenza di una disciplina omogenea dell'intero fenomeno della condivisione siano la causa di una vera e propria attuale crisi del diritto positivo in materia. Al riguardo, l'incapacità di contenere in un quadro normativo aggiornato l'evoluzione digitale in settori come quello del trasporto

pubblico non di linea ha inevitabilmente incrinato l'equilibrio tra la certezza del diritto ed il corretto utilizzo degli strumenti posti a tutela degli operatori economici del mercato, determinando sia per gli attori tradizionali, che per quelli intervenuti con l'avvento della sharing economy, una situazione sfavorevole; infatti, gli operatori tradizionali, tra i quali in prima battuta i tassisti, hanno percepito i nuovi servizi offerti da Uber come una minaccia, reagendo violentemente non solo nelle aule dei tribunali, ma anche per le strade, mentre Uber è stata penalizzata dall'assenza di una normativa, che ne riconoscesse la posizione economica e sociale e che evitasse una preclusione all'ingresso nel mercato del trasporto.

Gli avvenimenti analizzati nell'elaborato inducono ad alcune riflessioni: innanzitutto, all'esigenza di una normativa in grado di regolare l'intero fenomeno della sharing economy si è contrapposta la difficoltà del legislatore di comprenderne a fondo le radici, a causa dell'immediata e incessante trasformazione della tecnologia attraverso i servizi che sorgono e vengono quotidianamente proposti sul mercato; in secondo luogo, gli orientamenti antitetici sulla natura giuridica del servizio UberPop sottolineano l'esigenza di una collocazione settoriale definita del fenomeno, affinché sia possibile introdurre una disciplina specificamente rivolta a queste nuove forme di trasporto condiviso, evitando alla giurisprudenza il difficile compito di intervenire sommessamente attraverso il diritto giurisprudenziale per supplire all'assenza del legislatore; inoltre, la vicenda Uber ha anche offerto un'ulteriore dimostrazione della necessità di interpretare diversamente il contenuto dell'art. 2598 c.c. in materia di concorrenza sleale, riconoscendo allo stesso articolo non la semplice tutela dell'interesse del singolo operatore nel mercato, bensì la protezione della totalità dei soggetti coinvolti negli scambi commerciali, sia dal lato della domanda che dal lato dell'offerta, individuando il fine primario di tutelare la

concorrenza non soltanto alla L. 287/1990, ma anche alla disciplina contenuta all'interno del Codice Civile in materia di concorrenza sleale. Infine, la nascita di Uber e le implicazioni della stessa nel settore del trasporto pubblico non di linea, aldilà della corretta individuazione della natura del servizio offerto, hanno sottolineato come oggi più di ieri sia necessario un intervento, in primis sovranazionale, volto a liberalizzare il settore del trasporto, facendolo rientrare nel principio della libertà di concorrenza e nell'idea di un mercato aperto, nel quale non vi siano interventi normativi che garantiscano situazioni di privilegio ad alcuni operatori economici a scapito di altri, ma una condizione di equilibrio concorrenziale tra i diversi attori economici; tuttavia, quest'ultimo aspetto apre la strada ad una più ampia valutazione di insieme, incentrata sulla difficoltà nel comprendere la giusta direzione dei futuri auspicati interventi del legislatore in una materia così complessa. Infatti, da un lato, la liberalizzazione del settore del trasporto rappresenterebbe un importante traguardo per la creazione di un mercato unico improntato sulla libera concorrenza; dall'altro lato, la disomogeneità di pensiero sulla natura del servizio offerto da Uber non consente di comprendere a fondo se l'esigenza di cambiamento, determinata dagli eventi degli ultimi anni, possa essere realmente soddisfatta modificando la disciplina del trasporto pubblico non di linea, piuttosto che intervenendo sulla liberalizzazione dell'intermediazione elettronica nell'ambito della sharing economy. Al riguardo, spostando l'analisi su una scala più ampia – che superi la collocazione settoriale del servizio offerto dalla singola piattaforma digitale – uno studio più attento delle esigenze dettate dall'evoluzione tecnologica, nonché il necessario adeguamento del diritto positivo alla stessa, potrebbero indurre a identificare nella libertà di circolazione in ambito europeo dei servizi rientranti nella sharing economy una soluzione profonda ai problemi di convivenza del mercato tradizionale

con questo nuovo modello economico. Infatti, riprendendo anche l'analisi della direttiva 2001/31/CE relativa ai servizi della società dell'informazione⁴⁵³, se il servizio offerto da una piattaforma digitale fosse individuato in una specifica categoria, diversa dal settore tradizionale in cui si producono gli effetti del servizio stesso, le problematiche inerenti al rapporto di concorrenzialità e al compimento di atti sleali verrebbero eliminate alla radice, consentendo l'affermazione e il riconoscimento del progresso tecnologico. Ciononostante, al giorno d'oggi non è possibile prevedere con certezza quali saranno le effettive conseguenze che il caso Uber provocherà sotto il profilo legislativo, ovvero se oltre a raggiungere una liberalizzazione del settore del trasporto, la sua risonanza, affiancata a quella di altre piattaforme in altri settori, condurrà verso l'ulteriore liberalizzazione dell'intermediazione elettronica nell'ambito della sharing economy, determinando un aggiornamento della legge alla luce dell'incessante e inarrestabile sviluppo della tecnologia.

L'elaborato si è concentrato sull'analisi del fenomeno Uber in relazione ai servizi tradizionali del settore del trasporto pubblico non di linea, nel più ampio quadro della sharing economy, soffermandosi sulle necessità specifiche dettate dal confronto; tuttavia, sono diversi gli ulteriori aspetti che vanno ben oltre l'analisi economica e di diritto commerciale e che si collegano ad altre branche del diritto, come quella penale e tributaria, spostando l'attenzione su temi rilevanti quali lo sfruttamento dei lavoratori o il regime fiscale di aziende rientranti nella sharing economy che, non avendo sede legale in Italia, offrono servizi all'interno del nostro ordinamento giuridico. L'interconnessione sempre maggiore tra le diverse branche del diritto, soprattutto su temi di spiccata natura economica, dimostra che un'eventuale futura

⁴⁵³ Cfr. supra cap. 3 par. 2.1

normativa sulla sharing economy dovrà partire da una visione di insieme, cercando il giusto bilanciamento tra la rigidità, sufficiente per separare le diverse categorie di attori economici e l'elasticità, necessaria per garantire il corretto sviluppo della tecnologia a tutela della massimizzazione del benessere sociale.

BIBLIOGRAFIA

MANUALI

ABRIANI N., FERRI G., GUIZZI G., NOTARI M., STELLA RICHTER M., TOFFOLETTO A.; *Diritto delle imprese, Seconda edizione*. Giuffrè Francis Lefebvre, Milano, 2020

ALPA P. G., DI MAJO AL.; *Consumatori e mercato*. Giuffrè Editore, Milano, 2017

ASCARELLI T.; *Teoria della concorrenza e dei beni immateriali*. Giuffrè Editore, Milano, 1960

BALLESTRERO M. V., BENEDETTI A. M., BOSCHIERO N., BRAVO F., BRECCIA U., CAMILLI E. L., CAMMELLI M., CANNONE A., CASTELLANETA M., CELLAMARE G., CHELI E., CHERUBINI F., CLARICH M., COMPORTI G. D., COSCIA G., COSTI R., DE CRISTOFARO G., DEL PUNTA R., DI MARZIO F., ENRIQUES L., ESPOSITO M., FABIANI E., FALZEA A., FAVILLI C., GARGIULO P., GENTILI A., GITTI G., GREPPI E., GROSSI P., LENZI R., MARIUCCI L., MATTEI U., MAZZOTTA O., MORBIDELLI G., ORLANDI R., OSTI C., PAGLIANTINI S., PALMISANO G., PASSARELLI G. S., PINESCHI L., REVIGLIONO P., RUSCIANO M., SANTAGATA R., SARALE M., TROIANO O., VENTURINI G., VILLANI U., VIRZO R., ZACCARIA G., ZAPPULLA A., ZOLI C., ZOPPOLI A.; *Enciclopedia del diritto*. Giuffrè Editore, Milano, 2012

BERNARDIM.; *Un'introduzione alla Sharing Economy*. Fondazione Giangiacomo Feltrinelli, Milano, 2015

BOTSMAN R., ROGERS R.; *Il consumo collaborativo ovvero quello che è mio è anche tuo*. Franco Angeli, Milano, 2011

BRIGNARDELLO M., CASANOVA M.; *Corso breve di diritto dei trasporti, Seconda edizione*. Giuffrè Francis Lefebvre, Milano, 2020

CAMPOBASSO G. F.; *Diritto Commerciale I. Diritto dell'Impresa, Settima edizione*. UTET, Milano, 2017

CARBONE P. L.; *Il contratto del monopolista. Contributo in chiave comparata alla teoria del contratto nell'era delle «conoscenze»*. Giuffrè Editore, Milano, 2011

CASSOTTANA M. NUZZO A.; *Lezioni di Diritto Commerciale comunitario, Seconda edizione*. G. Giappichelli Editore, Torino, 2006

CENDON P.; *Commentario al Codice Civile*. Giuffrè Editore, Milano, 2009

CENDON P.; *Commentario al Codice Civile*. Giuffrè Editore, Milano, 2010

CLARICH M.; *Manuale di diritto amministrativo, Terza edizione*. Il Mulino, Bologna, 2017

CLARICH M., DI PORTO F., GHIDINI G., MARCHETTI P.; *Concorrenza e Mercato. Antitrust, Regulation, Consumer Welfare, Intellectual Property*. Giuffrè Editore, Milano, 2012

DI CATALDO V., VANZETTI A.; *Manuale di diritto industriale, Ottava edizione*. Giuffrè Editore, Milano, 2018

GHIROTTI E., CENDON P.; *Il patto di non concorrenza nei contratti commerciali*. Giuffrè Editore, Milano, 2008

LIBERTINI M.; *Diritto della concorrenza dell'Unione Europea*. Giuffrè Editore, Milano, 2014

LIPARI N., PARDOLESI R., RESCIGNO P., ROMANO R., ZOPPINI A.; *Diritto Civile*. Giuffrè Editore, Milano, 2009

MANKIWN N. G., TAYLOR M. P.; *Principi di economia, Sesta edizione italiana*. ZANICHELLI, Bologna, 2015

MONTANARI A.; *Il danno antitrust*. CEDAM, Padova, 2020

WHISH R., BAILEY D.; *Competition law, Nona edizione*. Oxford, 2018

RIVISTE

- ADAPT; *Proposta di legge sulla sharing economy: il grande assente è il “lavoratore”*. In *Il Sole 24 Ore* nòva, 2016
- AMATO G.; *L'errore Bolkestein. Armonizzare stanca*. In *Il Sole 24 Ore*, 2006
- BAI A.; *Uber illegale in Germania, la decisione di un tribunale tedesco*. In *quotidianonazionale*, 2019
- BASINI G.; *Innovazione disruptive e limiti dell'azione di concorrenza sleale per violazione di norme pubblicistiche, dopo il caso Uber – I parte*. In *Responsabilità Civile e Previdenza*, n. 3, 2018
- BASTIANON S.; *UberPop è un servizio di trasporto: la prima pronuncia della Corte di giustizia*. In *Eurojust.it rivista*, 2018
- BATTISTONI F., COMO E.; *Economia collaborativa e innovazione nelle imprese cooperative: opportunità emergenti e sfide per il futuro*. In *Impresa Sociale*, n.6, 2015
- BELVISO L.; *Il caso Uber negli Stati Uniti e in Europa fra mercato, tecnologia e diritto. Obsolescenza regolatoria e ruolo delle Corti*. In *mediaLAWS*, 2019
- BELVISO L.; *Il trasporto locale non di linea fra tradizione e innovazione tecnologica. Anche la Corte Costituzionale si pronuncia*. In *Rivista della Regolazione dei mercati*, n. 1, 2017
- BIAGIO S.; *Uber e l'Italia, storia d'amore (turbolenta) lunga cinque anni*. In *Il Sole 24 Ore*, 2018
- BIAGIO S.; *Vinto il ricorso contro i tassisti: UberBlack di nuovo attivo in Italia*. In *Il Sole 24 Ore*, 2017
- BONUCCI M.; *Sharing economy – quanto costa il ritardo Ue*. In *FASI Funding Aid Strategies Investments*, 2016
- BUCALO M. E.; *I servizi delle piattaforme online fra giurisprudenza sovranazionale e interna e necessità di regolazione dell'economia collaborativa. Riflessioni a partire dal*

caso Airbnb. In *federalism.it rivista di diritto pubblico italiano, comparato, europeo*, 2020

CALABRESE B.; *Applicazione informatica di trasporto condiviso e concorrenza sleale per violazione di norme pubblicistiche*. In *Giurisprudenza Commerciale*, n. 1, 2017

CAPRINO M.; *Incostituzionale la norma creata per fermare Uber*. In *Il Sole 24 Ore*, 2020

CARUSO E.; *Regolazione del trasporto pubblico non di linea e innovazione tecnologica. Il caso Uber*. In *Il diritto dell'economia*, vol. 31, n. 95, 2018

CHAVAGNEUX C.; *Le capitalisme numérique réinvente le XIX siècle*. In *alternatives économiques*, n. 348, 2015

DELL'ATTI A.; *L'Agenda Europea per la c.d. economia collaborativa*. In *rivista della Regolazione dei mercati*, n. 2, 2016

DI CATALDO V.; *L'autorità garante della concorrenza e del mercato a vent'anni dalla sua istituzione. Appunti critici*. In *concorrenza e mercato*, n. 1, 2010

DIVERIO D.; *Se UberPop è un servizio di trasporto un via libera (condizionato) alla sua regolamentazione da parte degli stati membri*. In *Rivista Italiana di Diritto del Lavoro*, n. 2, 2018

FAELLA G.; *Il potere cautelare dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato*. In *giurisprudenza commerciale*, n. 2, 2008

INCORVATI L.; *Il valore della sharing economy*. In *Il Sole 24 ore – PLUS24*, Edizione 07/2016

LIBERTINI M.; *Sulla nozione di libertà economica*. In *moneta e credito*, vol. 72, n. 288, 2019

LOBIANCO R.; *Servizi di mobilità a contenuto tecnologico nel settore del trasporto di persone con conducente: brevi riflessioni sulla natura giuridica del fenomeno Uber*. In *Responsabilità Civile e Previdenza*, n. 3, 2018

LUBELLO V., POLLICINO O.; *Un monito complesso ed una apertura al dibattito europeo rilevante: Uber tra giudici e legislatori*. In *Giurisprudenza Costituzionale*, n. 6, 2016

LUCIANÒ F.; *La nuova disciplina in materia di taxi e NCC alla prova della Corte costituzionale, tra tutela della concorrenza e vizi in ridondanza. Nota alla sentenza n. 56 del 2020*. In *federalismi.it rivista di diritto pubblico italiano, comparato, europeo*, n. 26, 2020

MAGGIOLINO M. T.; *Le intese lesive della concorrenza*. In *concorrenza e mercato*, n. 1, 2004

MAIOLINI R., PETTI E., RULLANI F.; *L'innovazione dei modelli di business nella sharing economy: il caso italiano del car sharing*. In *italian journal of management*, vol. 36, n. 106, 2018

MANGINI V.; *La vicenda dell'antitrust: dallo Sherman Act alla legge italiana n. 287/90*. In *Rivista di diritto industriale*, n. 4-5, 1995

MARTINI E., VESPASIANO F.; *Sharing economy: la socializzazione fonda lo scambio economico*. In *culture e studi del sociale*, n. 1, 2016

MICCÚ R., ROMA G.; *Sharing economy e diritto di accesso a internet: le sfide del digitale nel costituzionalismo multilivello*. In *Revista de Direitos e Garantias Fundamentais*, vol. 19, n. 3, 2018

MIDIRI M.; *Evoluzione tecnologica, anacronismi legislativi e nuove esigenze di regolazione*. In *Giurisprudenza Costituzionale*, 2016

MIDIRI M.; *Nuove tecnologie e regolazione: il «caso Uber»*. In *Rivista Trimestrale di Diritto Pubblico*, n. 3, 2018

MILIZIA G.; *Uber è un servizio di trasporto e come tale deve essere disciplinato dagli Stati*. In *Diritto & Giustizia*, n. 206, 2017

NOTARI F., OREFICE I.; *Gli ultimi sviluppi del dibattito sulla sharing economy*. In *Amministrazione In Cammino*, 2016

OSTENGO L.; *I servizi pubblici condivisi: il trasporto pubblico non di linea come "case study" del fenomeno*. In *Il Diritto Amministrativo*, 2019

POLO M.; *Regole rigide e regole flessibili nelle politiche di tutela della concorrenza*. In *Rivista italiana degli economisti*, n. 1, supplemento, 2005

RAFFIOTTA E. C.; *Trasporti pubblici locali non di linea e nuove tecnologie: il caso Uber nel diritto comparato*. In *Rivista Munus*, n. 1, 2016

RAMPAZZO N.; *Rifkin e Uber. Dall'età dell'accesso all'economia dell'eccesso*. In *Diritto dell'Informazione e dell'Informatica*, n. 6, 2015

ROSINA A.; *Il valore sociale della sharing economy*. Pubblicato su LA REPUBBLICA – MILANO, 2015

RESTA G.; *Uber di fronte alle corti europee*. In *Diritto dell'Informazione e dell'Informatica*, n. 2, 2017

SMORTO G.; *Caso Uber, l'impatto su tutta la sharing economy*. In *Il Sole 24 Ore*, 2017

SMORTO G.; *Sharing economy e modelli di organizzazione*. In *Colloquio Scientifico sull'Impresa Sociale*, IX edizione, 2015

SMORTO G.; *Verso la disciplina giuridica della sharing economy*. In *Mercato Concorrenza Regole*, n. 2, 2015

TUMBARELLO L.; *Verso la Sharing Economy Act*. In *Quotidiano Piemontese*, 2018

UFFICIO LEGISLATIVO ACI; *L'obbligo di rientro in rimessa per coloro che svolgono l'attività di noleggio con conducente è illegittimo: la tutela della concorrenza nella sentenza della Corte Costituzionale n. 56/2020*. In *Rivista Giuridica online della circolazione e dei trasporti*, 2020

SITOGRAFIA

- ADAMO G.; *Il quadro normativo delle concentrazioni: dalla legislazione europea a quella nazionale*. In diritto.it, 2011
- AGENCIA PARA EL EMPLEO DE MADRID, AIDLEARN, CONSULTORIA EM RECURSOS HUMANOS LDA., EURO-IDEA FUNDACJA SPOLECZNO-KULTURALNA, INOVA CONSULTANCY LTD., KIRSEHIR VALILIGI, UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI BARI ALDO MORO, YOUTH EUROPE SERVICE; *Guida: introduzione alla sharing economy ed al consumo collaborativo*. In ec.europa.eu, 2017
- ALESSO D.; *Il caso Uber Pop: profili di diritto italiano ed internazionale*. In cyberlaws.it, 2018
- BARBERIS P., CHIRIATTI L.; *Sharing economy – Un’occasione da condividere*. In voltaitalia.org, 2016
- BATTAGLIA A.; *Gig economy e sharing economy: le differenze*. In jobby.works, 2019
- BATTISTONI F., COMO E., CHOJNICKI S., RAPISARDI A., SATERIALE BERNARDO PROVVEDI G.; *Dalla sharing economy all’economia collaborativa. L’impatto e le opportunità per il mondo cooperativo*. In fondazioneunipolis.org, 2015
- BAUWENS M.; *Cosa sono i commons? La sfida di Gent*. In che-fare.com, 2017
- BOLASSA S.; *Crescita della Sharing Economy in Europa nel 2019!* In rentorshare.net, 2020
- BOLASSA S.; *Sharing Economy e Gig Economy sono la stessa cosa?* In rentorshare.net, 2018
- BOTSMAN R.; *Defining The Sharing Economy: What Is Collaborative Consumption – And What Isn’t*. In fastcompany.com, 2015

BRIGANTI G.; *Le comunicazioni commerciali nella società dell'informazione e direttiva 2000/31/CE*. In altalex.com, 2003

BRUZZONE G., SAIJA A.; *L'autorità garante della concorrenza e del mercato*. In astrid-online.it, 2008

BUCCO S.; *La sharing economy in Italia: la situazione*. In paladin.store, 2018

CADONI M.; *Sharing economy: è davvero un bene per la nostra economia?* In insidemarketing.it, 2016

CAIA G.; *Il trasporto pubblico locale come paradigma del servizio pubblico (disciplina attuale ed esigenze di riordino)*. In osservatorioaic.it, 2018

CAMATARI S.; *Modelli di business? Facciamo chiarezza!* In ecommerceguru.it, 2019

CAPRUZZI S., JACCHIA R. A.; *Uber France. La Corte di Giustizia ribadisce che il servizio Uber è un "servizio nel settore dei trasporti"*. In lexology.com, 2018

CARAMELLINO G.; *La sharing economy, tra l'Italia E il mondo*. In nova.ilsole24ore.com, 2017

CARETTO G.; *Sharing economy, il futuro: nuovi settori e incassi triplicati al 2020*. In startmag.it, 2016

CHIRIATTI L.; *UE, approvata risoluzione sulla sharing economy: "ora serve una strategia condivisa"*. In smartmoney.startupitalia.eu, 2017

CIMMINIELLO A.; *Corte di Giustizia UE: gli Stati possono disciplinare e bloccare i servizi Uber*. In masterlex.it, 2018

CLARONI A.; *La disciplina del trasporto pubblico locale: recenti sviluppi e prospettive*. In eprints.biblio.unitn.it, 2011

COLLE P.; *Caso Uber in Italia: disciplina normativa e tutta la giurisprudenza*. In giurecivile.it, 2018

COLLE P.; *Concorrenza sleale: il caso Uber*. In altalex.com, 2018

COMITO V.; *Sharing economy, alcune conseguenze*. In sbilanciamoci.info, 2016

COMO E.; *La cooperazione salverà la sharing economy o viceversa?* In collaboriamo.org, 2019

CONCAS A.; *Il divieto di concorrenza, definizione e caratteri*. In diritto.it, 2015

CONCAS A.; *La concorrenza*. In diritto.it, 2020

CERULLI IRELLI V.; *L'impresa pubblica nella Costituzione economica italiana*. In people.unica.it, 2014

DAGNINO E.; *Sharing economy e lavoro: cosa dice l'Europa?* In sferasociale.it, 2016

DIPARTIMENTO EXPO INNOVAZIONE E TECNOLOGIA; *I 20 esempi dei siti pionieri della sharing economy*. In dipartimentoexpo.wordpress.com, 2015

DOTTIM.; *Quando parliamo di sharing economy?* In vita.it, 2017

FARCI M.; *Sharing economy, tutti i limiti della proposta di legge italiana*. In agendadigitale.eu, 2016

FIORE E., CORRADI M.; *NCC – Commento alla sentenza della Corte Costituzionale n. 56/2020*. In ufficiocommercio.it, 2020

GARCIA C. A.; *Direttiva Bolkestein: cosa prevede e come funziona*. In laleggepertutti.it, 2016

GOBBATO S.; *Uber: nuova pronuncia della Corte di Giustizia*. In ecommerce.studiobma.com, 2018

GORGONI S.; *Sharing economy: una rivoluzione dei contorni indefiniti*. In the-newsroom.it, 2017

GUARNONI E., TARRINI E.; *Sharing economy: quando il valore è partecipato*. In altroconsumo.it, 2016

HUET E.; *How Uber 's Shady Firing Policy Could Backfire On The Company*. In forbes.com, 2014

IL FATTO QUOTIDIANO; *Parigi, tassisti in piazza contro Uber: 20 arresti. Manifestazioni anche in Italia.* In ilfattoquotidiano.it, 2016

IL SOLE 24 ORE; *Economie di scala.* In ilsole24ore.com, 2016

IL SOLE 24 ORE; *Tribunale di Roma blocca a che Uber Black. L'azienda: «faremo ricorso».* In ilsole24ore.com, 2017

IONOS; *Sharing economy.* In ionos.it, 2019

IUSVE TEAM; *Sharing is caring: cosa ci lascia l'economia della condivisione?* In culturedigitali.org, 2020

LA REPUBBLICA; *Che cos'è la direttiva Bolkestein e perché gli ambulanti protestano.* In repubblica.it, 2017

LA REPUBBLICA; *Francia, arrestati due manager di Uber.* In repubblica.it, 2015

LA REPUBBLICA; *Il tribunale di Torino: "Uber Pop fa concorrenza sleale ai tassisti".* In torino.repubblica.it, 2017

LA REPUBBLICA; *Parigi, protesta tassisti contro Uber: caos e scontri, 20 arresti.* In repubblica.it, 2016

LA STAMPA; *Uber si arrende e sospende il servizio in Francia.* In lastampa.it, 2015

LA STAMPA; *Uber torna in Spagna, ma solo con la licenza.* In lastampa.it, 2016

LICATA P.; *Dopo lo stop di Londra, arriva quello del tribunale tedesco: la piattaforma viola le norme sulla concorrenza, come sostenuto dall'associazione Taxi Deutschland.* In corrierecomunicazioni.it, 2019

LIONE F.; *La concorrenza sleale tutela anche la forma del prodotto: la casistica.* In diritto.it, 2019

LO CANE P.; *Le concentrazioni nel diritto antitrust italiano.* In diritto.it, 2001

LODI RIZZINI C.; *Legge sulla Sharing economy: comincia l'iter in Parlamento.* In secondowelfare.it, 2016

LONGHIN D.; *Uber Taxi parte da Torino, oggi alle 8 prima corsa. Mano tesa ai tassisti dopo le proteste: “Saremo partner leali”*. In torino.repubblica.it, 2018

MACIL.; *Sharing economy, cosa è (e perché è difficile dire cosa è)*. In economyup.it, 2021

MAINIERI M.; *Dalla sharing alla crowd economy: quale ruolo per il terzo settore?* In collaboriamo.org, 2020

MAINIERI M.; *Il futuro della sharing economy (ma avrà un futuro?)*. In morningfuture.com, 2020

MAINIERI M.; *Le 5 caratteristiche dell'economia collaborativa (e cosa distingue Airbnb da Car2go)*. In collaboriamo.org, 2020

MAINIERI M.; *Making sense of the UK collaborative economy*. In collaboriamo.org, 2014

MAINIERI M., PAIS I.; *Sharing economy: la mappatura delle piattaforme italiane 2016*. In collaboriamo.org, 2018

MAINIERI M.; *Sharing economy in Italia: a che punto siamo?* In goethe.de, 2018

MARTINELLI S.; *Sharing economy: il Parlamento chiede chiare linee guida dell'UE – Risoluzione del Parlamento europeo del 15 giugno 2017 su un'agenda europea per l'economia collaborativa*. In silviamartinellilaw.com, 2017

MATTIELLO G.; *Uber vs. Taxi: l'ordinanza del Tribunale di Torino*. In altalex.com, 2017

MERIANO P.; *C2c*. In insidemarketing.it, 2021

MERIANO P.; *Cos'è il marketing B2B? E come si differenzia dal B2C*. In insidemarketing.it, 2021

OSTI C., PARDOLESI R.; *La Concorrenza nel Codice Civile*. In law-economics.net, 2004

OTTOMANELLI A.; *Crescita della Sharing Economy in Europa nel 2019*; In radiopanetti.it, 2020

PAGELLA POLITICA; *Direttiva Bolkestein: perché se ne parla e perché è difficile cancellarla*. In pagellapolitica.it, 2021

PARENTI R.; *Politica della concorrenza*. In europarl.europa.eu, 2020

PATANÈ V.; *Taxi e Ncc, uno scontro decennale: tutta la storia dall'inizio*. In firstonline.info, 2018

PETRELLA F.; *NCC e taxi: l'eterno scontro tra le due categorie*. In elitecars.it, 2019

PILIA A.; *Sharing economy, una bolla che non scoppierà*. In thehurry.com, 2016

PREVIATO A.; *La sentenza della Cgue sul "caso Uber": uno spartiacque per la corretta determinazione dei modelli della sharing economy*. In questionegiustizia.it, 2018

RACCOLTA DELLA GIURISPRUDENZA; *Conclusioni Dell'Avv. Gen. Szpunar – cause riunite C-360/15 e C-31/16 X e Visser*. In eur-lex.europa.eu, 2017

REDAZIONE ALTALEX; *Uber Black può operare, il Tribunale di Roma ci ripensa*. In altalex.com, 2017

RINALDI A.; *Torino, Uber Taxi ci riprova dopo lo stop del tribunale*. In torino.corriere.it, 2018

ROTONDO L.; *Monopolio legale e abuso di posizione dominante*. In diritto.it, 2004

RUSSO WÄLTI G.; *Ricorda 1890: lo Sherman Act, le origini delle leggi antitrust*. In lospiegone.com, 2020

SABETTA S. B.; *Tutela dell'azienda nel campo della concorrenza*. In diritto.it, 2020

SALVETTI O.; *Applicazione UBER POP, servizio pubblico di trasporto non di linea e concorrenza sleale per violazione di norme pubblicistiche*. In ridare.it, 2016

SALVI L.; *La concorrenza nell'UE*. In unife.it, 2018

SCHOLZ T.; *La sfida al sistema della sharing economy delle multinazionali. Il cooperativismo di piattaforma.* In alleanzacooperative.it, 2016

STUDIO RIGHINI; *Limitazioni convenzionali alla concorrenza tra imprese.* In studiorighini.it

TASSINARI F.; *Il Giudice di Pace di Genova: Uber è noleggio con conducente.* In studiozunarelli.com, 2015

TOMASETTA L.; *Cos'è la sharing economy e perché sta cambiando il futuro dell'economia in Europa.* In tpi.it, 2017

TROIANI U.; *La regolamentazione della concorrenza tra regole per le imprese e gli interessi dei consumatori.* In tb.camcom.gov.it, 2005

VICO D.; *Cooperazione e piattaforme. Esperienze e sfide dell'economia collaborativa in Italia.* In pandorarivista.it, 2021

ZEPPILLI V.; *Limitazioni della concorrenza.* In studiocataldi.it

GIURISPRUDENZA

Bundesverfassungsgericht, 13 novembre 2014, n. 2861

Conseil constitutionnel, 22 maggio 2015, n. 2015-468/469/472

Conseil constitutionnel, 22 settembre 2015, n. 2015-484

Corte costituzionale, 26 febbraio 2020, n. 56

Corte costituzionale 20 luglio 2012, n. 199

Corte costituzionale, 10 maggio 2017, n. 98

Corte costituzionale, 8 novembre 2016, n. 256

Corte di Cassazione, Sezione I Civile, 11 agosto 2000, n. 10684

Corte di Cassazione, Sezione I Civile, 26 novembre 1997, n. 11859

Corte di Giustizia della Comunità Europea, Casi 56 e 58/64 EU:C:1966:41, 13 luglio 1966, *Établissements Consten S.à.R.L. e Grundig-Verkaufs-GmbH c. Commissione della C.E.E.*

Corte di Giustizia della Comunità Europea, Caso 85/76
ECLI:EU:C:1979:36, 13 febbraio 1979, *Hoffmann-La Roche & Co. AG*
c. Commissione delle Comunità europee

Corte di Giustizia dell'Unione Europea, Caso C-32/11 EU:C:2013:160,
14 marzo 2013, *Allianz Hungária Biztosító*

Corte di Giustizia dell'Unione Europea, C-434/15, 20 dicembre 2017,
Asociación Profesional Elite Taxi c. Uber Systems Spain SL

Corte di Giustizia dell'Unione Europea, C-360/16, 10 aprile 2018, *Uber*
France SAS

Giudice di Pace di Genova, 2 febbraio 2015, n. 509

Tribunale di Roma Sezione specializzata in materia di impresa Sezione
IX civile, con ordinanza del 7 aprile 2017 nel procedimento iscritto al
n. 76465/2016

Tribunale di Roma Sezione specializzata in materia di impresa Sezione
IX civile, ordinanza del 26 maggio 2017 sul reclamo iscritto al n. 25857.

Tribunale di Milano, Sezione specializzata in materia di impresa "A",
ordinanza del 2 luglio nei procedimenti riuniti iscritti ai nn. 35445/2015
+ 36491/2015 R.G.

Tribunale di Milano, Sezione specializzata in materia di impresa "A",
ordinanza del 25 maggio 2015 nel procedimento cautelare iscritto al n.
16612/2015 R.G.

Tribunale di Torino, Sezione I Civile, 24 marzo 2017, n. 1553