AIRB&B: QUANDO COMPORTAMENTI NON GENUINI “SPORCANO” UN LOVEMARK

Per chi come me viaggia spesso, Airb&b è sicuramente un “lovemark”. Tuttavia, pratiche “opache” da parte di singoli utenti possono pregiudicare la reputazione del marchio.

(english version of this article available below)

Warren Buffet, l’investitore statunitense soprannominato “l’oracolo di Omaha”, una volta disse della reputazione: “20 anni per costruirla, 5 minuti per distruggerla”. Parole sante, specie quando hanno per oggetto un *lovemark*, il marchio che amiamo, quello che ci convince così tanto da spingerci a rischiare la nostra, di reputazione, raccomandandolo ai nostri amici, senza ricevere in cambio nulla, se non la soddisfazione di aver dato un consiglio di valore.

AirB&B: non un sito, ma una community

Per molti, AirB&B è certamente un lovemark. La più importante piattaforma web per gli affitti di stanze e appartamenti, che mette in contatto proprietari di alloggi e viaggiatori, è nata a San Francisco nel 2007, grazie all'intuizione di Brian Chesky, Joe Gebbia e Nathan Blecharczyk. Oggi, conta annunci per l'affitto di alloggi in oltre100.000 località in 220 paesi e regioni, per oltre 750 milioni di persone ospitate in tutto il mondo. Gli annunci includono sistemazioni quali stanze private presso alloggi occupati dai proprietari, interi appartamenti a uso esclusivo, castelli e ville, ma anche barche, baite, case sugli alberi, igloo, isole private e qualsiasi altro tipo di sistemazione per passare la notte.

É bene dire – precisazione utile ai fini della comprensione di questa vicenda – che AirB&B non è un sito professionale di annunci di affitti, bensì una vera e propria web-community, dove gli utenti dialogano e si apprezzano sulla base delle proprie reciproche recensioni. Anche questa è la forza di una App che è rapidamente diventata la più importante al mondo in questo settore di business.

Io stesso ho utilizzato parecchie volte, per quasi un centinaio di notti di soggiorno negli ultimi anni, i servizi di AirB&B, e ho allacciato anche relazioni di piacevole amicizia grazie ai rapporti a volte costruiti con gli host. AirB&B tra l'altro è uno dei pochi siti web internazionali a vantare un servizio Clienti "in carne e ossa", efficiente, gestito da operatori prontamente disponibili e generalmente qualificati a fare il proprio lavoro. Perlomeno in condizioni di normale operatività, perché quando invece un ingranaggio s'inceppa, la reazione potrebbe non essere delle migliori: e niente più di una storia (vera) potrà aiutarci a comprendere a meglio i contorni del problema.

Cronistoria di un “caso sospetto”

Il 19 settembre ho prenotato per una notte, tramite AirB&B, un alloggio a Milano, il capoluogo lombardo tragicamente martoriato dal Covid-19 durante la primavera di quest’anno. Cerco di evitare quanto più possibile gli spostamenti, ed applico le più rigide precauzioni (distanziamento fisico, uso della mascherina protettiva, e quant’altro necessario), ma nonostante l’uso degli strumenti digitali ci stia permettendo di effettuare online molte riunioni, alcuni incontri sono ancora indispensabili di persona.

La casa ha come titolo dell’annuncio “Francesca”, e il locatore è tale Filiberto: dò quindi per scontato, in tutta buona fede, che si tratti di un privato. Nel mercato USA probabilmente è differente, ma in Italia il fatto che il proprietario sia un privato che affitta occasionalmente parte o tutta la sua seconda casa ad altri privati, oppure un’azienda immobiliare che svolge questa attività in modo professionale e continuativo, è sostanzialmente diverso: se si tratta di privato, inserirà i proventi degli affitti in un’apposita sezione della propria dichiarazione dei redditi (“Redditi diversi”), se invece è un’azienda o un’agenzia immobiliare di professionisti dovrà invece inserirli nella sezione “Redditi d’impresa”. Non solo l’aliquota di tassazione è differente, ma anche gli obblighi formali lo sono: addirittura, nel caso in cui un cittadino non richieda a un’azienda immobiliare il rilascio di una fattura/ricevuta fiscale può andare in contro a multe anche elevate, come ci ha confermato con un breve ma chiarissimo statement la Guardia di Finanza, il corpo di Polizia che in Italia si occupa di questioni tributarie e fiscali, che ha risposto in modo efficiente, sollecito ed esaustivo a una nostra circostanziata richiesta di approfondimento su questo dossier:

> *Sotto il profilo fiscale, le normative in vigore ricomprendono i proventi realizzati da un Bed & Breakfast*

nella categoria dei "redditi diversi", ovvero quelli derivanti da attività commerciali non esercitate abitualmente. Per documentare le entrate e le ***spese*** *relative alla gestione della struttura basta quindi dotarsi di un minimo apparato contabile e rilasciare le ricevute che servono a formalizzare gli incassi ricevuti. Tuttavia, normalmente, le attività ricettive in rassegna vengono esercitare in modo saltuario dal proprietario della struttura che, nell'assistere gli ospiti, si avvale anche di propri familiari senza assumere dipendenti: l'operatività dei B&B viene quindi* ***regolamentata da apposite*** *Leggi regionali, non rendendo necessaria l'apertura della partiva IVA, né l'iscrizione al Registro imprese presso la Camera di Commercio. Per rientrare nella "attività non commerciale", con correlata tassazione agevolata, occorre che si verifichino due precise condizioni: saltuarietà delle prestazioni di servizio rese e assenza di mezzi organizzati (impiego di mezzi, uomini, locali e attrezzature) tali da configurare l'esercizio di una vera e propria attività commerciale. Di contro, qualora l'attività venga svolta in modo professionale, con carattere di assiduità e con l'impiego professionalmente organizzato di strutture e attrezzature, i proventi saranno qualificati come reddito d'impresa con tassazione ordinaria e, ove previsto, con obbligo di apertura di una partita IVA. A questo punto, occorrerà seguire anche una serie di adempimenti fiscali obbligatori, tra cui (elenco a titolo indicativo e non esaustivo) l'iscrizione alla Camera di Commercio, l'apertura di una posizione INPS Gestione commercianti, la tenuta della contabilità, tassazione IRPEF, IRAP e addizionali regionali e comunali, corrispettivi sugli incassi ricevuti soggetti ad IVA del 10% e quant'altro previsto dalla normativa in vigore*

Sarà quindi ora chiaro al lettore che non si tratta di mere questioni "formali", ma di aspetti assai sostanziali, per far chiarezza sui quali la piattaforma AirB&B dovrebbe farsi parte

diligente in modo inequivoco. Non è del tutto così, come scopriremo qui sotto.

Torniamo alla nostra storia. Ecco la risposta dell'host di AirB&B dal quale avevo tentato di affittare l'appartamento:

> *Filiberto – h 15:59. Buon giorno. Il ritiro delle chiavi avverra' presso il nostro ufficio a fianco della Stazione Centrale in PIAZZA LUIGI DI SAVOIA, (numero civico nell'originale). Al seguente LINK potrà scaricare un file pdf che può stampare e che la aiuterà a localizzare il nostro ufficio: (ometto questo link per ragioni legate alla privacy). Una volta giunti di fronte al nostro ufficio potete chiedere al custode della MILAN RENTALS. SOLO SE IL PORTONE É CHIUSO (solitamente dalle 12 alle 14.00) potrete citofonare a "Milan Rentals" (in questo punto, era scritto il codice riportato sul citofono). Per qualsiasi necessità potrete chiamare Marcello al numero (qui era riportato il numero di cellulare non di Filiberto ma di un suo collega). Il nostro ufficio rimane chiuso dopo le ore 19.00 così come la DOMENICA – chiediamo quindi ai nostri ospiti che arrivano di DOMENICA o DOPO LE 19.00 di rispettare gli orari forniti o di avvisare in caso di ritardo – in caso contrario rischiate di non trovare NESSUNO. A presto*

Com'è chiarissimo, non siamo dinnanzi a un padre di famiglia o a una massaia che nel proprio tempo libero affittano la propria casa, bensì, quasi sicuramente, a una struttura di professionisti che fanno di questo lavoro un'impresa *for profit*.

Successivamente, il professionista degli affitti dall'altra parte della chat mi ha chiesto di far riferimento a una email a suo dire inviatami con i dati per accedere all'appartamento:

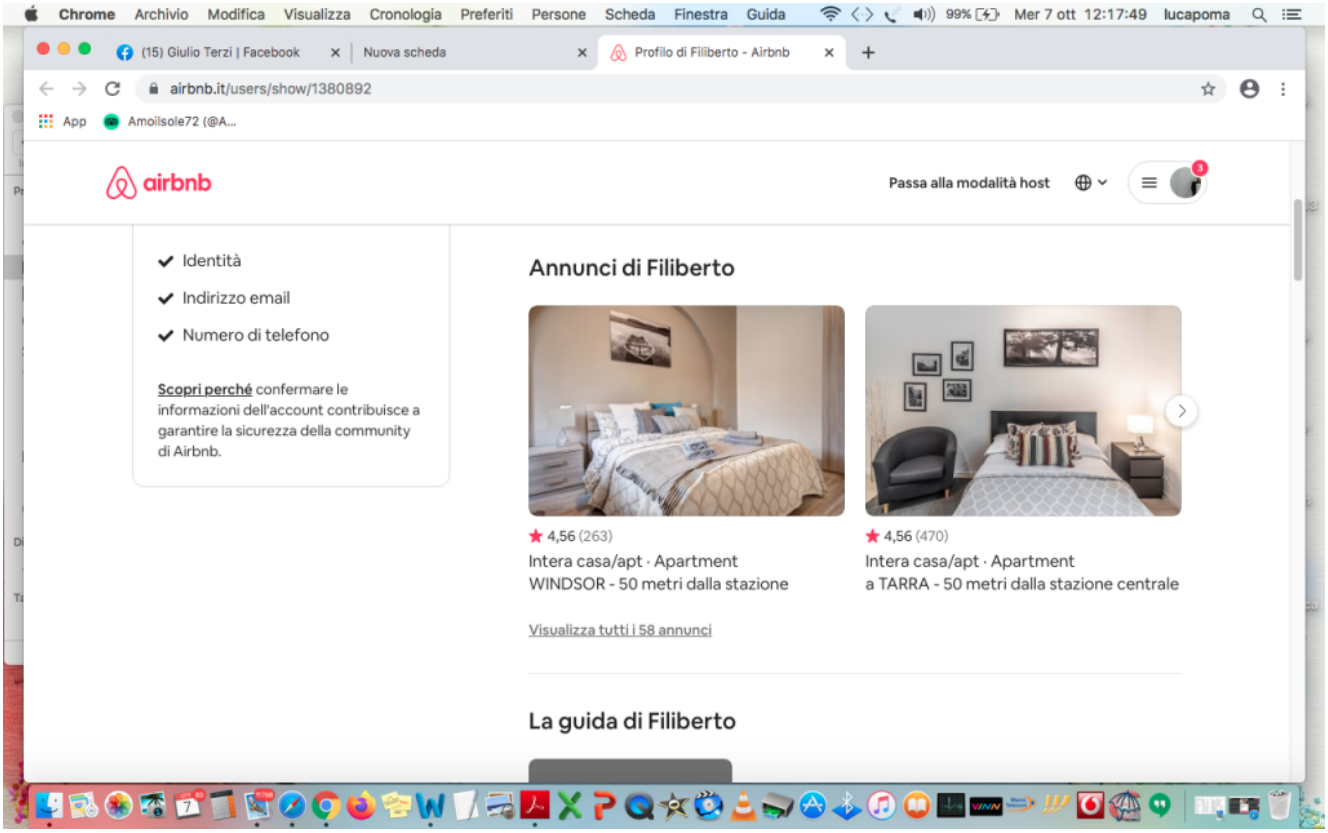
> *Filiberto- h 13:45. Buongiorno, riceverete a breve una email da VIKEY con ulteriori informazioni per finalizzare il CHECK-IN ONLINE che vi permetterà di entrare nell'appartamento –*

CONTROLLATE ANCHE LO SPAM

Ricevo alcune centinaia di email Spam ogni giorno. Usando un Mac non ho una cartella Spam, lo Spam viene selezionato automaticamente dal Mac stesso (Apple, un altro lovemark) e gettato nel cestino. Inoltre, una parte sostanziale di esso non arriva neppure al cestino del mio Mac, in quanto bloccato a monte da un efficace sistema anti-Spam installato sui miei server. Trovare la giusta email inviata da Filiberto non si preannunciava affatto immediato: sarei probabilmente dovuto accedere lato server e laboriosamente mettermi alla ricerca, dal momento che sul Mac non ve ne era traccia. Ho quindi scritto all'host lamentando il problema e chiedendogli di inviarmi le istruzioni nella chat di AirB&B (*"Grazie se potrete mandarmi qui le istruzioni necessarie direttamente o far trovare una persona al checkin"),* anche considerato che quella sarebbe la procedura corretta, consigliata dalle regole della community, che raccomanda di utilizzare quanto più possibile, appunto, la chat di AirB&B per scambiarsi messaggi. La risposta ricevuta è stata sconcertante:

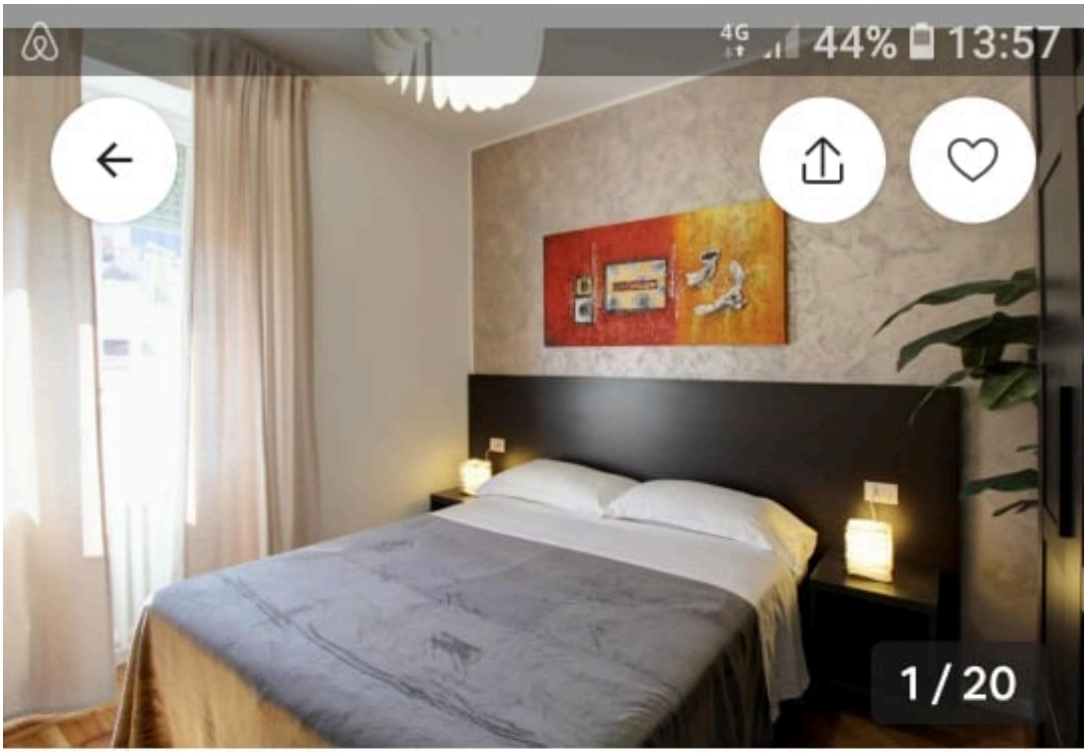
> *Filiberto – h 18:57. Riceviamo 30 ospiti al giorno senza alcun problema. Se per lei è così problematico può cancellare la prenotazione.*

Al netto dell'arrogante maleducazione dell'host, la frase "*Riceviamo 30 ospiti al giorno senza alcun problema",* ha sollecitato immediatamente la mia attenzione: se già il messaggio iniziale con le prime istruzioni aveva nettamente il sapore di una risposta "da professionisti" e non certo da privati, ora il profilo dell'host pareva confermato: nessuna normale famiglia, immagino, avrebbe avuto così tanti appartamenti di proprietà da poter arrivare a fare 30 checkin ogni giorno.



La schermata dell'annuncio, dove sono evidenziati i 58 appartamenti affittati dallo stesso host

Eppure, sorprendentemente, sulla home dell'annuncio *in nessun punto* si faceva riferimento al fatto che l'host non fosse un privato ma bensì un'azienda di professionisti della locazione:



FRANCESCA - 200 metri dalla Stazione Centrale

★ 4.70 (86)

Milano, Lombardia, Italia

Intero

Controlla la disponibilità

La home dell’annuncio come appariva in origine

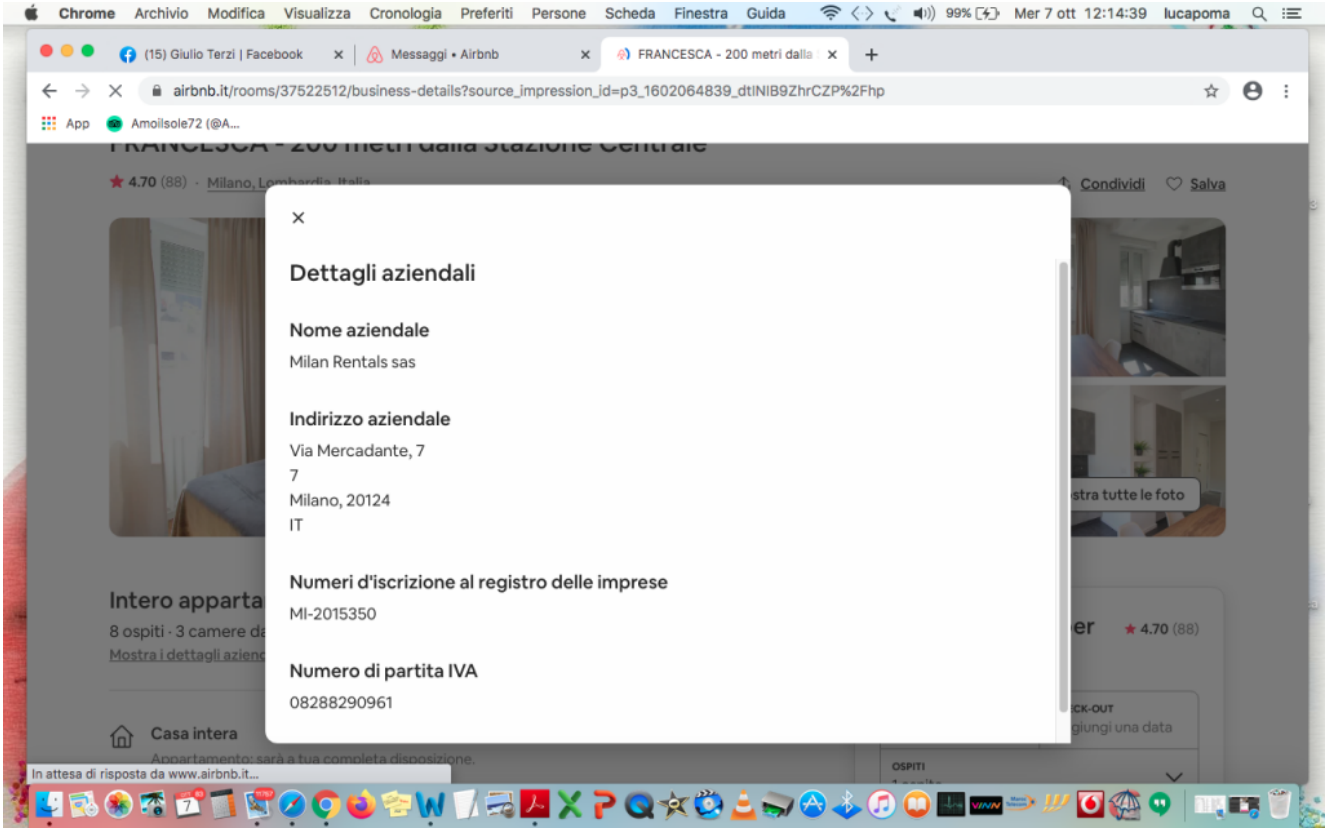
La gestione del caso da parte di AirB&B

Evidentemente, mi trovavo dinnanzi a un annuncio, sotto questo profilo, non genuino. Non appena ho risposto a Filiberto (o a chi per lui, a questo punto non potevo avere alcuna certezza che non si trattasse di un nome di pura fantasia…) lamentandomi per la risposta, a mio avviso indegna di un corretto rapporto host-utente all'interno di una web-community, Lui ha cancellato la mia prenotazione, sostenendo inizialmente che essa era stata cancellata da AirB&B, circostanza poi smentita dal servizio Clienti, il quale ha aggiunto anche altri elementi utili per fare chiarezza:

> *Airbnb Support – h15:07. Ciao Luca, sono R*** di Airbnb community support e data la sua spiacevolissima situazione sarei molto felice di aiutarti. In relazione alla sua richiesta, la informo che la prenotazione HMAZZ3PPTK è stata cancellata in data 19 settembre dal suo host. Per quanto riguarda la sua specifica richiesta, lei come ospite aveva tutto il diritto di richiedere le istruzioni del check-in tramite messaggistica Airbnb. Per quanto riguarda gli host che esercitano professionalmente, essi sono tenuti alla verifica del profilo professionale, inserendo tutti i più opportuni dati per onorare la normativa anche fiscale, poiché Airbnb si conforma a tutte le leggi in vigore.*

Peccato che, come dimostrato dallo screenshot sopra riportato, questo host – come anche altri, scopriremo – non avesse pubblicato alcuna informazione utile per identificarlo come azienda di professionisti della locazione di alloggi. Successivamente, Filiberto ha sostenuto via chat che la mancata visualizzazione dei dati "aziendali" fosse imputabile a una disfunzione della stessa piattaforma AirB&B (*"…Da mobile, non si visualizza"*) altra affermazione non genuina e sconfessata dal confronto degli screenshot: in realtà l'azienda ha successivamente inserito i dati aziendali, che sono ora correttamente visibili sia da mobile che da fisso,

come avrebbe sempre dovuto essere e come invece, fraudolentemente, all’origine non era.



I dettagli aziendali dell’annuncio, inseriti dall’host solo successivamente

La home dell’annuncio come appare dopo l’inserimento da parte

dell’host dei dettagli aziendali

Le giustificazioni dell’host e la reazione di AirB&B

Ho peraltro interpellato direttamente l’host per avere conferma della reale situazione relativa all’annuncio (locatore privato e occasionale, oppure agenzia professionale?), ricevendo a riguardo una implicita e sconcertante conferma dalle sue stesse parole:

> *Per motivi economici, abbiamo avuto un calo del fatturato di circa il 60%, e per motivi sanitari, abbiamo deciso di utilizzare una procedura di SELF CHECK IN per permettere l’accesso ai nostri appartamenti in totale autonomia, garantendo maggior economicità a noi e maggior sicurezza ai nostri ospiti. L’utilizzo di questa procedura è comunicato e descritto nelle regole della casa che lei ha dichiarato di avere letto ed accettato prima di finalizzare la prenotazione. E’ chiaro che io non obbligo chi non si sente a proprio agio con questa condizione di prenotare un appartamento attraverso la nostra struttura, ma pretendo che chi decida di farlo si attenga poi alle nostre regole.*

Ebbene, al di là del caso specifico, che è servito come campanello di allarme, la vicenda pareva assumere contorni interessanti, e una successiva indagine sulla piattaforma è stata utile per appurare quanto segue:

- non è affatto raro su AirB&B imbattersi in annunci di *sedicenti privati*, in realtà operatori professionali della locazione di affitti;
- io stesso in passato ho affittato appartamenti su AirB&B da interlocutori “sospetti”, e l’analisi a posteriori dei dialoghi in chat, non ha fatto che confermare questi dubbi. In nessuno dei casi in questione mi è stata rilasciata una completa ricevuta fiscale, contravvenendo

quindi alle leggi in vigore in Italia e ponendomi, inconsapevolmente, nella condizione di commettere un illecito fiscale;
- anche due miei colleghi (uno di essi, giornalista anche lui, lavora con me da oltre 20 anni) sono stati vittime di questo genere di "equivoci".

A quel punto, ho ritenuto utile contattare il servizio clienti di AirB&B, illustrando nel dettaglio quando accaduto e inviando tutti gli screenshot a conferma delle mie affermazioni, ma – con mia sorpresa – le risposte sono state quanto mai evasive: la chat si è protratta per un tempo davvero interminabile (dal 19 settembre al 07 ottobre, ben 3 settimane), per poi venire repentinamente "chiusa" dal servizio clienti stesso, con questo commento:

> *Airbnb Support – h 22:00. Ciao Luca, grazie per aver dedicato del tempo per condividere la tua prospettiva. Dopo aver raccolto ed esaminato attentamente tutta la documentazione correlata, abbiamo deciso di non divulgare i dettagli relativi all'account del tuo host perché siamo obbligati a rispettare la sua privacy seguire la nostra Privacy Policy: https://www.airbnb.it/terms/privacy_policy. Consideriamo questa decisione definitiva.*

Ho risposto precisando che mai avevo chiesto "dettagli" coperti da privacy relativi all'host Filiberto, e il tema erano casomai le policy della community – in senso generale, e al di là caso particolare – e come esse venivano, o meno, applicate per garantire il rispetto delle normative fiscali italiane. L'addetto del Servizio clienti AirB&B a quel punto ha chiuso la chat senza rispondere, senza darmi modo di replicare oltre, e senza inviare né un commento né un saluto, costringendomi ad aprire un nuovo ticket e chiedendo a quel punto un riferimento dell'ufficio stampa dell'azienda.

Non propriamente uno standard di servizio adeguato a un

Lovemark o presunto tale, specie se consideriamo – e questo è l'aspetto più deludente della vicenda – che solo il fatto che io fossi un giornalista mi ha permesso di ottenere nuovamente l'attenzione dell'azienda: nel mio ruolo di "comune cittadino" mi sarebbe stato impossibile ottenere spiegazioni adeguate e sollecitare un auspicabile cambiamento nell'applicazione delle policy di AirB&B a tutela degli utenti.

Il 14 ottobre, un portavoce di AirB&B, tramite l'ufficio stampa italiano, al quale avevo inviato le prove di quanto accaduto con anche vari esempi di finti profili di "privati", in realtà aziende commerciali di locazione di alloggi, mi ha inviato via email questo statement:

> *"Chi condivide su Airbnb un alloggio in maniera professionale o imprenditoriale ha l'obbligo legale di dichiararsi come business host. Ciò può essere fatto aggiungendo o modificando le informazioni relative alla propria attività (come ragione sociale, indirizzo, iscrizione al registro delle imprese e numero di partita IVA) dalle impostazioni dell'account. Queste saranno così visibili nella pagina dell'annuncio seguendo il link "mostra dettagli aziendali". Airbnb sensibilizza gli host sia al momento della creazione dell'annuncio, sia successivamente attraverso diversi strumenti (invio di email, pagine informative e supporto tramite il nostro partner FlexTax). Gli ospiti possono in ogni momento evidenziare possibili anomalie utilizzando la funzione "Segnala questo annuncio" oppure inviandoci un feedback. Il Team di Airbnb rivedrà la segnalazioni ricevute, anche per valutare l'eventuale violazione dei termini del servizio da parte dell'host."*

I dubbi restano…

Una dichiarazione apparentemente impeccabile, e certamente puntuale, ma che in parte si scontra con la realtà: non solo a oggi sulla piattaforma continuano a operare indisturbati

operatori professionali “travestiti” da privati, ma il sistema di segnalazione delle anomalie neppure prevede un’opzione specifica per evidenziare questo tipo di “non conformità”. La sensazione quindi è che AirB&B non prenda sufficientemente a cuore questa anomalia, continuando ad esporre i suoi utenti a una problematica che rischia, incolpevolmente, di coinvolgerli in situazioni fiscali poco limpide, se non addirittura, a loro completa insaputa, in veri e propri reati fiscali.

Speriamo che AirB&B trovi la forza, tra una ricca chiusura di bilancio e l’altra, di tutelare al meglio i propri utenti, garantendo nel contempo un clima di maggiore trasparenza e correttezza all’interno della community.

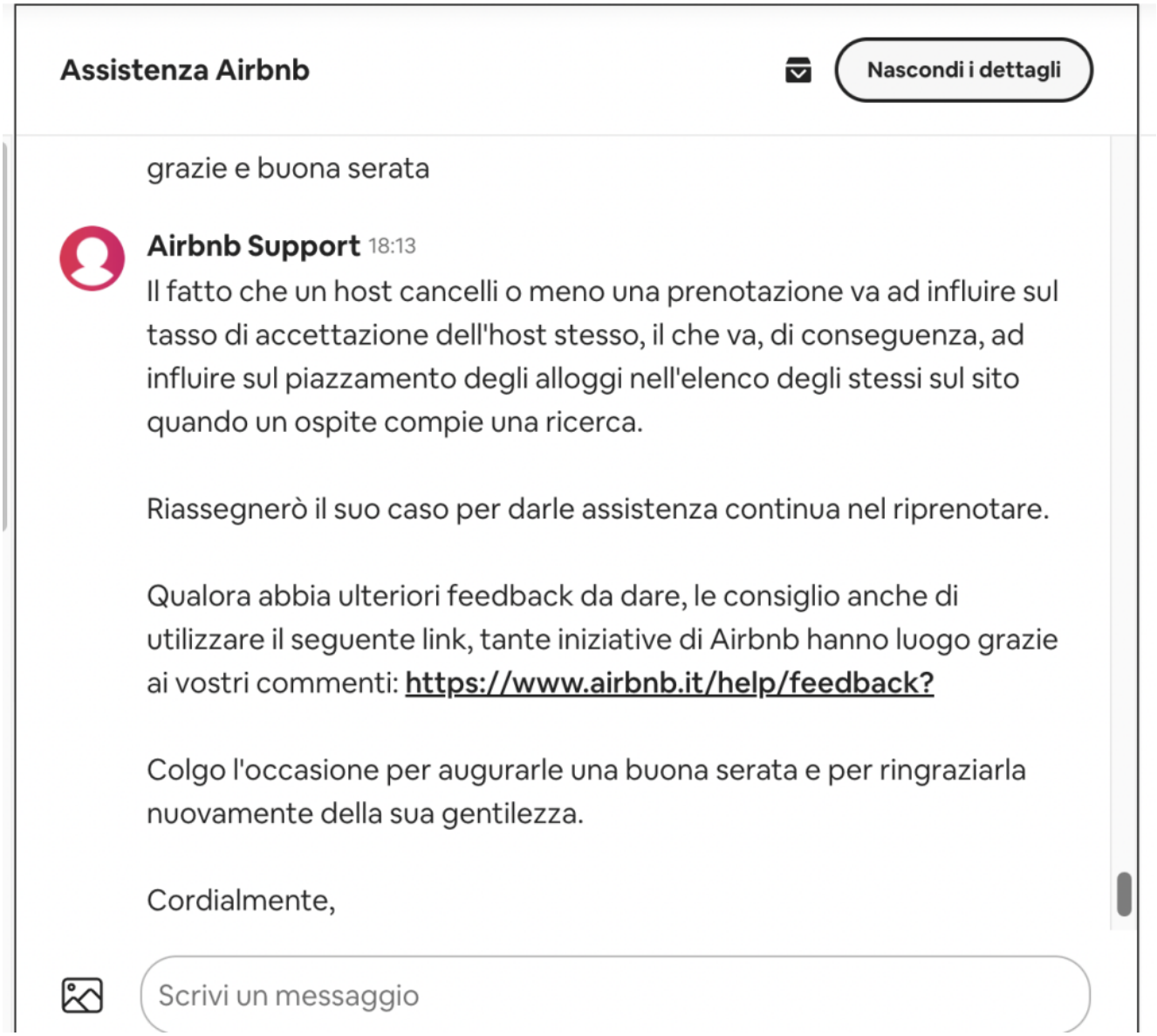
AGGIORNAMENTO del 22/03/22 h 19:01: dopo la pubblicazione di questo articolo – che ha avuto una certa eco, fino a venir segnalato sulla scheda Wikipedia di Airbnb, nella sezione “Controversie” – ho proseguito convintamente ad utilizzare la piattaforma, che si giova di un servizio clienti in generale sollecito, attento ed efficiente. Ad un anno dalla pubblicazione della mia analisi, per puro caso ho prenotato nuovamente un appartamento gestito dalla Società di affitto alloggi che era stata oggetto della controversia. Con mia sorpresa, il gestore della società, non pago del pregiudizio reputazionale derivato dalla pubblicazione dell’articolo, mi ha risposto, evidentemente piccato, come segue:

Salve, giornalista in trasferta grazie per l'ospitalità

Filiberto 20:09

buona sera
mi dispiace ma Lei non è ospite gradito
provvederò a chiamare Airbnb per cancellare la prenotazione

Orbene, considerato che le regole della community sono molto chiare riguardo ai motivi per i quali è possibile cancellare una prenotazione, e nessuna tra esse riguarda "antipatia personale e ripicche verso gli ospiti", anche considerando le oltre 90 recensioni a 5 stelle pubblicate negli ultimi anni dai proprietari degli alloggi che ho affittato durante le mie trasferte di lavoro, ho segnalato la circostanza ad Airbnb, aprendo un ticket con l'assistenza Clienti, la quale dopo aver esaminato il caso, mi ha risposto come segue:



Anche in questo caso, quindi, il comportamento dell’operatore di questa agenzia immobiliare, disallineato dalle buone prassi di reputation management, oltre aver creato nuovamente dissapori e inutile turbolenza all’interno della web community di Airbnb, finirà per penalizzare l’agenzia stessa nel posizionamento degli annunci.

È bene ricordare che a seguito della pubblicazione di questo articolo, a conferma della correttezza delle mie osservazioni, i dettagli dell’azienda che affitta questo e molti altri appartamenti su Airbnb sono stati inseriti nel profilo dell’alloggio: si tratta di tale Milan Rentals sas, con indirizzo in Via Mercadante, 7 – Milano, 20124 – IT, iscritta al Registro Imprese n° MI-2015350, Partita Iva 08288290961, che pare fare capo allo Studio Testa Snc di F. Bentivoglio e

S. Cilli, sempre a Milano in Via Settembrini n° 11, come risulta qui, con il quale in effetti condivide uno dei numero di centralino, il 026996584.

La speranza è che la web-community di Airbnb come da regolamento penalizzi concretamente chi – come questi soggetti – utilizza la piattaforma per fare business, attività di per se legittima, ma senza rispettare appieno le regole della community stessa. To be continued…

English version

AIRB&B: WHEN DISHONEST CONDUCT SULLIES A LOVEMARK

For those who travel as often as I do, Airb&b surely qualifies as a "lovemark". However, opaque practices on the part of individual users can jeopardize the brand's reputation.

Warren Buffet, the American investor nicknamed "The Oracle of Omaha", once said of reputation: "It takes 20 years to build it and five minutes to ruin it." Never are these words truer than when we're talking about a lovemark: the brand that we love, the one for which we're prepared to risk our own reputation, recommending it to our friends, expecting nothing in return but the satisfaction of having given good advice.

AirB&B: not just a website, but a community

For many, AirB&B is definitely a lovemark. The quintessential platform for renting out rooms and apartments and putting owners in touch with travelers was born in San Francisco in 2007 thanks to the intuition of Brian Chesky, Joe Gebbia and Nathan Blecharczyk. Today, it boasts listings for properties in over 100,000 locations in 220 countries and regions, with

over 750 million guests across the world. The listings include individual rooms (lodging with the owners), whole apartments for guests' exclusive use, castles and villas, but also boats, cabins, treehouses, igloos, private islands and just about anywhere else you could stay the night.

It's worth pointing out (and the relevance of this will become clear later) that AirB&B isn't a professional site for rental listings, but a real web community where users discuss and compare reviews. Therein lies the strength of an app that has rapidly become the most vital one in this sector.

I myself have used AirB&B's services many times, for nearly a hundred or so nights away in recent years. I have also struck up a few friendships through talking to hosts. AirB&B is, apart from anything else, one of the few global websites to boast a human customer service. It's efficient, and managed by readily available, qualified staff.

Or at least, it is under normal circumstances. Because when something gets caught in the works, they don't fully know how to respond. And nothing illustrates this better than the true story that follows.

A suspicious case

On 19th September I booked accommodation in Milan for a night via AirB&B. Lombardy's capital had been stricken by Covid-19 during Spring this year. I try to avoid movement as much as possible, and take the strictest precautions (social distancing, using a protective mask and whatever else necessary). Despite digital technology making it possible to carry out most meetings online however, some can still only be done in person.

The house is advertised under the name "Francesca" and the landlord is called Filiberto: I take it as read that it's a private property. It may not be the case in the US market, but

in Italy it makes a big difference whether it is an individual who occasionally rents out part or all of their second home to other individuals, or a letting agent that does this for them. If it's an individual, they will put the proceeds in the "different incomes" section of their income declaration; if it's an agency they will put them in the "business incomes" section. Not only is the tax rate different, but so are the formal obligations: even not requesting an invoice or receipt from the letting agency could incur heavy fines. This was confirmed to us in a brief but very clear statement by the *Guardia di Finanza*, the law enforcement agency that deals with financial matters. They replied efficiently, promptly and exhaustively to our detailed request for further information:

> *Tax regulations cover proceeds gained through a bed & breakfast in the "different incomes" category, that is those derived from commercial activity not usually undertaken. To document income and* ***outgoings*** *related to the management of the property you must equip yourself with a basic accounting system and issue receipts which serve to formalise takings received. However, normally, the accommodation activities under review are carried out by the owner of the property who, in attending to the guests, enlists the help of family members instead of hiring professionals: the operation of B&Bs is therefore* ***regulated*** *by the* ***appropriate*** *regional laws, removing the necessity of both VAT number and registration with the registrar of companies. To be included in "non-commercial activity", with correct taxation, two precise conditions must be met: discontinuation of services rendered and absence of organized means (transport, manpower, premises and equipment) that would constitute the exercise of a commercial activity. On the other hand, if the activity is carried out professionally, the proceeds will qualify as business income with ordinary taxation and, where applicable, a VAT number must be registered. At this point, it will also be necessary to follow a series of mandatory tax obligations, among which (this list is a suggestion and not exhaustive)*

> *registration with the Chamber of Commerce, registration with the pensions authority, bookkeeping, personal income tax, corporate tax and additional regional and municipal taxes, corresponding to takings received subject to 10% VAT and anything else currently required by law.*

It should therefore be clear to the reader that it isn't a mere question of formalities, but some quite substantial aspects that AirB&B should make unequivocally clear. This is not always the case, as we shall see.

Let's get back to our story. Here is the reply from the AirB&B host from whom I had rented the apartment:

> *Filiberto – 3:59PM. Good afternoon. The keys can be collected from our office next to Central Station: Piazza Luigi Di Savoia, [building number supplied]. Here is a link to a pdf you can print with directions to our office: [link omitted for privacy reasons]. Once you have arrived at our office you can ask the concierge at MILAN RENTALS. ONLY IF THE MAIN DOOR IS CLOSED (usually from 12 to 2PM) can you ring the Milan Rentals intercom [intercom number supplied]. If you need anything at all you can call Marcello on [the number supplied was not Filiberto's but a colleague's]. Our office is closed after 7PM and on SUNDAYS – we therefore ask any guests arriving on SUNDAY or AFTER 7PM to observe the times provided or alert us in case of lateness – otherwise you may find nobody there. See you soon.*

As is very clear, we are not dealing with a homeowner or family who in their spare time rent out their own apartment but almost certainly a group of professionals who are undertaking this job as a profit making venture.

Afterwards, the rental professional in another part of the chat asked me to refer to an email they had forwarded me with the details for accessing the apartment:

> *Filiberto – 1:45PM. Good afternoon, you will shortly receive an email from VIKEY with further information to complete the ONLINE CHECKIN that will allow you to enter the apartment – CHECK YOUR SPAM FOLDER AS WELL*

I get hundreds of spam emails every day. As a Mac user I don't have a spam folder, the spam is automatically filtered by the Mac itself (Apple, another lovemark) and binned. Moreover, a substantial part of this doesn't even reach my Mac, in that it is blocked further up by an efficient anti-spam system installed on my servers. Finding the right email sent by Filiberto would be no easy task: I would probably have to access the servers and search every nook and cranny, given that on the Mac there was no sign of it. So I wrote to the host to ask if he could send me the instructions via the AirB&B chat ("Thank you, if you could send me the instructions here directly or have someone meet me at the check in"). Note that this is supposed to be the correct procedure advised by the community rules, which recommend using the AirB&B chat where possible to exchange messages. The reply I received was disconcerting:

> *Filiberto – 6:57PM. We receive 30 guests a day without any problems. If it's so difficult for you you can cancel your booking.*

In light of the arrogant rudeness of the host, the sentence "We receive 30 guests a day without any problem" immediately grabbed my attention: if the initial message with the original instructions had a strong whiff of a "corporate" reply and not an individual one, this seemed to confirm that feeling. No normal family, I imagined, would own so many apartments as to be able to welcome 30 guests every day.

A screenshot of the listing, where 58 apartments appear to be rented out by the same host

And yet, surprisingly, the listing page made *no mention whatsoever* of the fact that the host wasn't an individual but a letting agency:

[Image:

FRANCESCA – 200 meters from Central Station
Milan, Lombardy, Italy
I will check availability]

The listing page as it originally appeared

AirB&B's handling of the case

Evidently, the listing I found before me, on this profile, was not authentic. No sooner had I replied to Filiberto (or whoever – by this point I couldn't in any way be certain that it wasn't a completely made up name…) challenging the reply, which to my mind was not befitting a good host-user relationship in an online community, he cancelled my booking, initially claiming that it was cancelled by AirB&B. This was denied by customer services, who clarified further:

> *Airbnb Support – 3:07PM. Hi Luca, I'm R*** from Airbnb community support. Given your unfortunate situation I would be happy to help you. Regarding your first query, I can inform you that booking HMAZZ3PPTK was cancelled on 19th September by your host. As far as your specific case is concerned, as a guest you had every right to request check in instructions via the Airbnb chat. With regards to agencies, they are required to verify their business profile by entering all appropriate details in line with tax regulations.*

It's a pity that, as seen in the screenshot above, this host (like many others, as we shall see) did not post any information that could have identified them as a letting agency. Afterwards, Filiberto claimed via chat that the lack

of any visible business details was down to an issue with the AirB&B platform itself ("…You can't see it on mobile"). This was also untrue and repudiated by the screenshots: in reality the agency only put in its details later. These are now visible both on mobile and on desktop, as they always should have been but were instead fraudulently omitted.

[Image:

Business details
Business name Milan Rentals sas
Business address Via Mercadante, 77 Milan, 20124 IT
Regitered company number MI-2015350
VAT NUMBER08288290961]

The listing's business details, which the host only put in later.

[Image:

FRANCESCA – 200 meters from Central Station
Milan, Lombardy, Italy
Entire apartment let by Filiberto
8 guests – 3 bedrooms – 5 beds – 2 bathrooms
Show business details >
Add dates
Check availability]

The listing page as it appears after the host put in the business details

The host's excuses and AirB&B's reaction

I also directly asked the host to confirm the true nature of the listing (private and occasional landlord, or professional agency?), receiving in response an implicit confirmation of his own words:

> *For economic reasons, we have had a 60% decrease in revenue, and for hygiene reasons, we decided to use a SELF CHECK IN*

> *procedure to allow autonomous access to our apartments, to ensure minimum overheads for ourselves and maximum safety to our guests. The use of this procedure is described in the house rules which you declared to have read and accepted before completing the booking. Obviously I don't expect anyone who does not feel comfortable with these terms to book an apartment through us, but I expect those who do to follow our rules.*

Ok, aside from this specific case, which served as a wake up call, there seemed to be a bigger story here, and a subsequent investigation on the platform was useful to ascertain the following:

- It's not at all rare on AirB&B to come across listings by *self-styled private landlords*, who are in fact professional letting agents;
- I myself have, in the past, rented apartments on AirB&B from suspicious profiles, and re-reading the messages in hindsight only served to confirm these doubts. In none of the cases in question did I receive a full receipt, violating Italian law and putting me in danger of unwittingly committing a tax offense;
- Two of my colleagues (one of whom, also a journalist, has worked with me for over 20 years) have been victims of this type of "misunderstanding"

At that point, I felt it useful to contact AirB&B's customer service, explaining in detail what happened and sending every screenshot I had as proof. But to my surprise the answers were very evasive: the chat went on for an interminable length of time (from 19th September to 7th October; at least three weeks), before being suddenly closed by customer services themselves, with this comment:

> *Airbnb Support 10:00PM. Hi Kuca, thank you for taking the time to share your views. After carefully examining all the*

> *evidence, we have decided not to divulge the details of your host's account as we are obliged to respect their privacy following our Privacy Policy: https://www.airbnb.it/terms/privacy_policy. We consider this decision final.*

I replied stressing that I never asked for private information from the host, Filiberto, and that the subject was AirBnB's policies and how these were or were not applied – in general and not just in this specific case – in order to guarantee compliance with Italian tax regulation. At that point the AirBnB customer service operator closed the chat without replying and without any further comments or even a goodbye. I was left no option but to open a new ticket and asking to be put in touch with the company press office.

Not quite the standard of service expected of a would-be Lovemark. Especially if we consider – and this is the most disappointing part of the matter – that I was only able to get the company's attention again by virtue of being a journalist. In my role as an ordinary citizen it would have been impossible for me to get an adequate explanation and press for a noticeable change in AirB&B's policies to protect their usters.

On 14th October an AirB&B spokesperson from the Italian press office (to which I had sent the evidence of what happened along with many examples of letting agency profiles purporting to be "private" landlords) emailed me this statement:

> *"Anyone who lists an accommodation on Airbnb in a professional or commercial capacity is legally obliged to declare themselves a business host. This can be done by adding or modifying the business details (such as business name, address, registered company number and VAT number) on account settings. These details will be displayed on the listing page via the "show business details" link. Airbnb*

> *makes the host aware of this both when creating the listing and later through various means (emails, information pages and support through our partner FlexTrax). Guests can highlight possible anomalies using the "Flag this listing" or by sending us feedback. The AirBnB team will review any reports received, in order to evaluate any violation of terms of service on the host's part."*

Lingering doubts…

An ostensibly impeccable and certainly punctual statement, but one which doesn't entirely match up to reality. Not only do letting agencies disguised as private landlords continue to operate undisturbed, but the reporting system doesn't even include a specific option to highlight this particular type of irregularity. The feeling therefore is that AirB&B doesn't take these anomalies seriously enough, continuing to expose their users to a problem that could inadvertently involve them in unclear tax situations – if not outright tax offences.

Let's hope that AirB&B finds a way, between one abundant balance sheet and another, of taking better care of its customers, guaranteeing them in the meantime greater transparency and honesty within the community.

UPDATE 03/22/03 h 19:01: this arcticle had a huge audience, and was quoted on dopo la pubblicazione di questo articolo – che ha avuto una certa eco, fino a venir segnalato sulla italian Airb&b definition on Wikipedia, under the voice "disputes". After publish it, I continued use the platform, even because their excellent customer care service. After one year by this analyses, i booked a flat managed by the same agency I wrote about here. Surprisingly, the agency manager, not satisfied with the reputation damage resulting from the publication of the article, replied – angry – follows:

Salve, giornalista in trasferta grazie per l'ospitalità

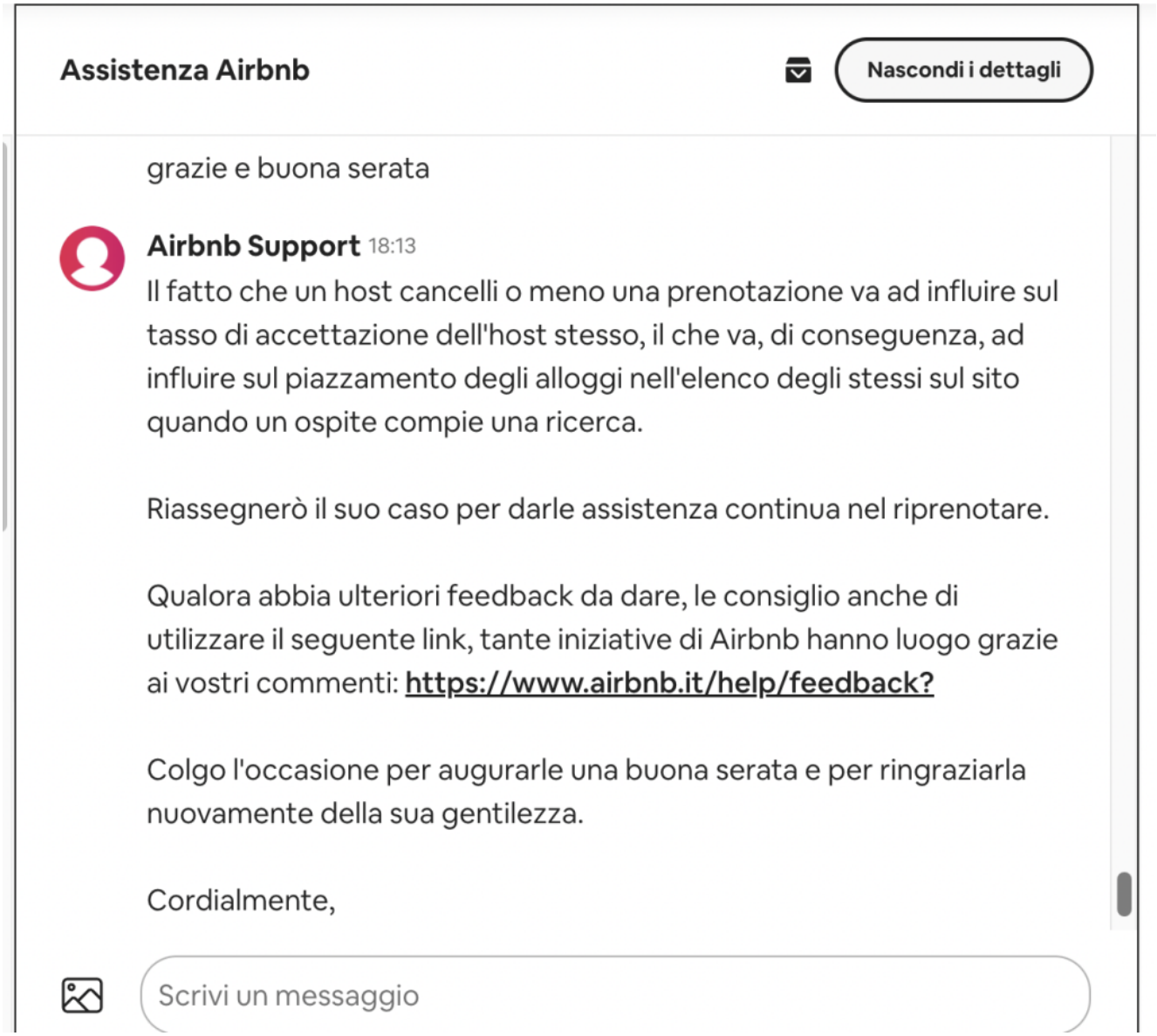
Filiberto 20:09

buona sera
mi dispiace ma Lei non è ospite gradito
provvederò a chiamare Airbnb per cancellare la prenotazione

Good evening. I'm sorry bou you're a not welcomed guest. I will call Airb&B for cancel your booking
The community guidelines are really clear about reasins for wich is possible to cancel a booking, and there's no one about "dislike or spite towards guests". As a guest, I have more than 90 good positivw feedback, so I opened a ticket with Airb&b's customer care. hey answered as follow:

Orbene, considerato che le regole della community sono molto chiare riguardo ai motivi per i quali è possibile cancellare una prenotazione, e nessuna tra esse riguarda "antipatia personale e ripicche verso gli ospiti", anche considerando le oltre 90 recensioni a 5 stelle pubblicate negli ultimi anni dai proprietari degli alloggi che ho affittato durante le mie trasferte di lavoro, ho segnalato la circostanza ad Airbnb, aprendo un ticket con l'assistenza Clienti, la quale dopo aver esaminato il caso, mi ha risposto come segue:

> *If an host cancel a booking, it will afflict his acceptance rate, and it will penalize his flat's positioning on our platform.*
>
> *I will reassign your case in order to better assist you for this booking.*
>
> *Please use the following form (link) to give us a feedback or your reviews: lot of Airb&b initiatives are inspired by our users's suggestions.*
>
> *Thank you so much for your kindess, have a nice evening.*



Assistenza Airbnb

Nascondi i dettagli

grazie e buona serata

Airbnb Support 18:13

Il fatto che un host cancelli o meno una prenotazione va ad influire sul tasso di accettazione dell'host stesso, il che va, di conseguenza, ad influire sul piazzamento degli alloggi nell'elenco degli stessi sul sito quando un ospite compie una ricerca.

Riassegnerò il suo caso per darle assistenza continua nel riprenotare.

Qualora abbia ulteriori feedback da dare, le consiglio anche di utilizzare il seguente link, tante iniziative di Airbnb hanno luogo grazie ai vostri commenti: https://www.airbnb.it/help/feedback?

Colgo l'occasione per augurarle una buona serata e per ringraziarla nuovamente della sua gentilezza.

Cordialmente,

Scrivi un messaggio

SO, also in this case, the behavior of this estate – misaligned by good reputation management practices – created new disagreements and unnecessary turbulence within the Airbnb web community, and will penalize the agency itself in the ad placement.

I point put that after publishing this article the confirmation of the correctness of my statements came from the fact that every details about the agency were finally added to the flat's profile. The agency is "MIlan Rental sasa", sited in 7, Via Meercadante – 20124, Miln (Italy) Inc. numb. MI-2015350, VAT N., headed by Studio Testa Snc di F. Bentivoglio e S. Cilli, sited in 7, Via Mercadante too, and sharing the same phone number: 026996584.

I still hope that Airb&B really aply his own rules, penalizing those who use the platform for business not respecting the platform’s rules. To be continued…

Dati e Intelligenza Artificiale, il piano della Ue per restare al passo con Usa e Cina

La Commissione Ue ha presentato oggi le sue linee guida programmatiche in materia di dati ed Intelligenza Artificiale. L’obiettivo è sfidare lo strapotere di Usa e Cina in questi

ambiti con una *"via europea"* all'uso corretto, etico, delle tecnologie, che abbracci l'accesso ai dati, la regolazione dell'intelligenza artificiale e del riconoscimento facciale, e lo sviluppo di un mercato del tech made in Europe.

Le proposte sono state avanzate oggi da **Margrethe Vestager, Thierry Breton**, e **Ursula von der Leyen.**

Lettera aperta di Ursula Von Der Leyen

In una lettera aperta pubblicata oggi, la presidente della Commissione Ue **Ursula Von Der Leyen** ha definito lo scopo ultimo delle nuove regole: l'Europa vuole che le sue startup e le sue aziende tecnologiche siano in grado di sfidare Cina e Stati Uniti.

*"Sono un'**ottimista della tecnologia**. Credo nella tecnologia come in una forza per il bene. L'**Unione europea**deve essere capace di fare le sue scelte, basate sui propri valori, rispettando le proprie regole. Questo è quello che chiamo un'**Europa tecnologicamente sovrana**".* Lo ha scritto la presidente della Commissione europea, **Ursula von der Leyen**, su Twitter.

"Sì alla sovranità tecnologica"

"La mia convinzione che la tecnologia sia una forza per il bene – spiega ancora la numero uno della Ue – *deriva dalla mia esperienza come studentessa di medicina. Ho imparato e visto in prima persona la sua capacità di cambiare i destini, salvare vite umane e rendere banale quello che una volta sarebbe stato un miracolo. La transizione digitale dell'Europa deve proteggere e responsabilizzare cittadini, imprese e società"* nel segno di una *"sovranità tecnologica".* Secondo la von der Leyen, *"questo descrive la capacità che l'Europa deve avere per fare le proprie scelte, basandosi sui propri valori, rispettando le proprie regole. Questo è quello che contribuirà a rendere ottimisti tecnologici tutti noi".*

Libro bianco sull'AI. 'Norme obbligatorie sull'Intelligenza artificiale'

I sistemi di Intelligenza artificiale ad alto rischio, come il riconoscimento facciale, dovranno essere *"trasparenti, tracciabili e garantire il controllo umano"* in settori *"sensibili"* come *"salute, polizia e trasporti".* Così scrive la Commissione Ue nel suo White Paper sull'AI presentato a Bruxelles, aggiungendo che *"questi sistemi possono comportare rischi"* e per questo è *"essenziale costruire fiducia"* con *"regole chiare"* per le applicazioni *"ad alto rischio"* che dovranno essere *"conformi alle norme europee".*

> *"We want every citizen, employee and business to stand a fair chance to reap the benefits of digitalisation."*
>
> *Follow live Executive VP Margrethe @vestager & Commissioner @ThierryBreton on our new strategy: Shaping Europe's Digital Future.#DigitalEUhttps://t.co/jFIcYk38Sb*
>
> *— European Commission □□ (@EU_Commission) February 19, 2020*

Alto e basso rischio

Tutte le applicazioni di Intelligenza artificiale che arrivano sul mercato Ue *"sono benvenute"* ma dovranno conformarsi al quadro normativo europeo, avvertono a Bruxelles. Per i sistemi a basso rischio, la Commissione prevede un sistema volontario di etichettatura. La Commissione chiarisce inoltre che le autorità *"dovrebbero essere in grado di testare e certificare i dati utilizzati dagli algoritmi"* garantendo *"il rispetto dei diritti fondamentali, in particolare la non discriminazione".*

Riconoscimento facciale ad alto rischio

Il riconoscimento facciale è tra i sistemi di intelligenza artificiale ad alto rischio, *"il suo uso è generalmente*

proibito" e ammesso *"solo in casi eccezionali, debitamente giustificati e proporzionati, soggetti a garanzie e basati sul Diritto dell'Unione o nazionale"*. Lo scrive la Commissione Ue nel suo 'White Paper'. L'esecutivo Ue intende avviare *"un ampio dibattito su quale eventuali circostanze potrebbero giustificare tali eccezioni".*

> *Artificial intelligence is not good or bad in itself: It all depends on why and how it is used. Let's enable the best possible use and control the risks that AI may pose to our values – no harm, no discrimination! #EUshapingDigital*
>
> *– Margrethe Vestager (@vestager) February 19, 2020*

L'Europa non vuole che gli Usa registrino i dati di tutti

Come previsto, una delle proposte è incentrata sulla libera circolazione dei dati nel mercato unico digitale della Ue. L'obiettivo è creare questo mercato unico dei dati entro il 2030, in grado di coprire tutto: dalla sanità alla finanza ai dati sull'energia.

In na pubblica comunicazione, la Commissione ha espresso le sue preoccupazioni *"sull'accumulo di ingenti quantità di dati"* dai giganti del tech americani come **Facebook**, **Amazon** e **Google**. La Commissione preannuncia ulteriore regolamentazione per diminuire il potere di queste aziende.

L'obiettivo di tutto ciò è promuovere la condivisione all'interno del mercato unico dei dati fra diversi paesi, aziende e fra autorità pubbliche.

Intelligenza Artificiale e riconoscimento

facciale, come svilupparla nella Ue

Presentato inoltre oggi il libro bianco della Ue per lo sviluppo dell'Intelligenza Artificiale.

> *To boost □□ AI, we want to attract more than €20bn/year during the next 10 years. AI is all about data. To use it at large scale, we need to pool it. We'll create a single market for data in the□□ & want to trigger investments of €4-6bn in EU data spaces & cloud infrastructures*
>
> *— Ursula von der Leyen (@vonderleyen) February 19, 2020*

Attualmente, Usa e Cina sono avanti e dominano il mercato dell'Intelligenza Artificiale. In Europa mancano grandi campioni come **Facebook**, **Google**, **Amazon** o **Apple** o come le cinesi **Baidu** o **Tencent**. Per chiudere il gap con questi giganti l'Europa deve muoversi sul fronte degli investimenti.

> *To boost □□ AI, we want to attract more than €20bn/year during the next 10 years. AI is all about data. To use it at large scale, we need to pool it. We'll create a single market for data in the□□ & want to trigger investments of €4-6bn in EU data spaces & cloud infrastructures*
>
> *— Ursula von der Leyen (@vonderleyen) February 19, 2020*

Negli ultimi tre anni

Negli ultimi tre anni il finanziamento europeo nella ricerca in questo delicato ambito è aumentato del 70% fino a toccare gli 1,5 miliardi di euro, rispetto ai tre anni precedenti. Von Der Leyn scrive su Twitter che servono 20 miliardi di euro all'anno nei prossimi 10 anni per promuovere l'AI, mentre servono 4-6 miliardi sui dati e sul cloud nella Ue.

> *In Europe, we have all what we need to shape our digital*

future. With the #DigitalEU strategy we adopted today, we want to give each European, each business, and our industry and societies the chance to fully benefit from the digital transformation https://t.co/H45itKEVcE pic.twitter.com/WAmIuEnJvw

— Ursula von der Leyen (@vonderleyen) February 19, 2020

"Le autorità devono poter controllare i sistemi di intelligenza artificiale nello stesso modo in cui controllano cosmetici, auto o giocattoli", ha detto la vicepresidente dell'esecutivo comunitario **Margrethe Vestager**. I sistemi di intelligenza artificiale devono essere *"trasparenti"*, *"tracciabili"* e *"sotto il controllo umano"*.

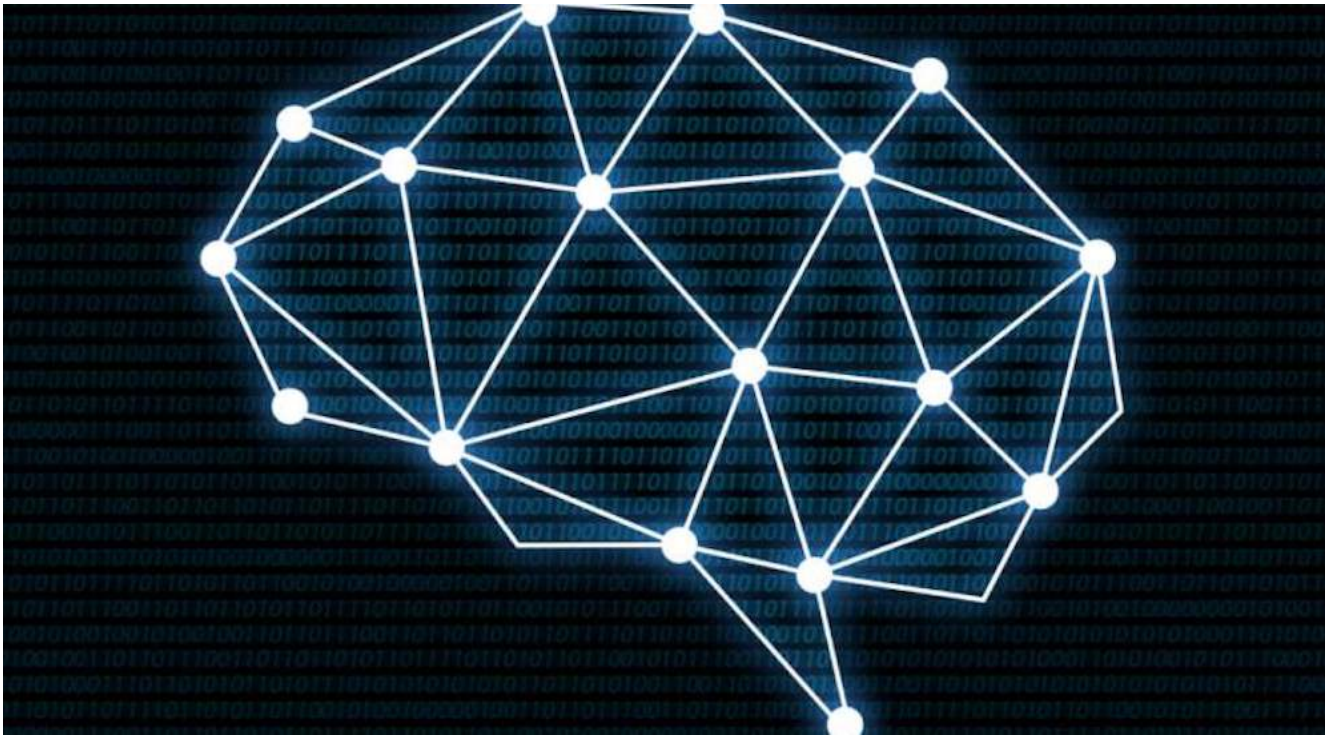
Aperto infine il dibattito sul corretto utilizzo del riconoscimento facciale in spazi pubblici, nel rispetto della privacy e dei principi del GDPR.

Non più tardi di ieri il Ceo di Facebook **Mark Zuckerberg**è stato in visita ai vertici della Ue per proporre una sua particolare vision della regolazione del web, che tuttavia è stata prontamente rispedita al mittente.

'La Strategia Europea sui Dati'. Scarica il documento in PDF

'Il libro bianco sull'Intelligenza Artificiale'. Scarica il documento in PDF

Il mercato del consenso: come tornare dall'inferno di Cambridge Analytica



Il nuovo libro di Christopher Wylie e la politica al tempo degli algoritmi.

Un ponderoso studio della società di ricerca KP16 dimostra che la politica sta separandosi da Twitter. Forse aveva ragione l'ex premier conservatore David Cameron qualche anno fa a rispondere ai suoi più giovani contendenti che "il Regno Unito e Twitter non sono la stessa cosa". Christopher Wylie, il talento pentito che ha elaborato i dispositivi di ricerca di Cambridge Analytica, ha scritto un lucidissimo e documentatissimo libro intitolato *Il mercato del consenso* (Longanesi) per spiegare che la politica e la rete sono oggi inevitabilmente la stessa cosa. Il testo è molto sfaccettato e composito, tutto e sempre attraversato dal tormento del giovane sociologo informatico che s'è trovato, come dice lui stesso, ad attraversare l'inferno. Lo dice uno che, nonostante la sua ancora giovane età, neanche trent'anni,

ne ha viste e fatte di tutti i colori, come i suoi capelli che passano dal rosa shocking al pervinca. Nasce nel paradiso canadese dell'isola di Vancouver, della British Columbia: a sei anni bullizzato, a dodici cacciato da tutte le scuole del regno, fa outing a quattordici dichiarandosi gay, a ventuno, ammesso alla London School of Economics per chiari meriti. Una vita senza zone grigie, come si comprende meglio proprio negli ultimi capitoli del libro dove si lascia andare a una a volte persino commovente confessione delle contorsioni di un giovane gay, nel vortice del successo, che s'accorge di "essere cresciuto in un armadio".

> *L'armadio – scrive – non è uno spazio letterale; è una struttura sociale che noi omosessuali interiorizziamo e alla quale ci conformiamo. L'armadio è un contenitore i cui limiti sono imposti dagli altri che vogliono controllare come ti presenti e come ti comporti.*

Questa sua esperienza esistenziale l'ha aiutato a capire meglio a cosa stava lavorando e che mostro aveva concorso a creare: Cambridge Analytica è stato l'armadio della politica occidentale per vari anni, costruendo e imponendo una tendenza che ha mutato gli equilibri del mondo.

Leggere questo libro nel pieno della campagna presidenziale americana, e anche nel gorgo della pandemia, ci offre uno straordinario punto di vista, a cui abbiamo ammiccato più volte, ma che non abbiamo mai realmente organizzato e strutturato in termini di reale fattibilità dei pericoli che paventavamo.

Da tempo stiamo dicendo che la rete manipola il consenso, crea bolle che alterano la percezione, sbilancia il dibattito annientando la dialettica nell'opinione pubblica, perché isola ognuno di noi, separandolo dal resto della comunità. Ma tutto questo come si fa? E soprattutto come e chi l'ha fatto?

Christopher Wylie s'alza in piedi e dice: Io.

Nella prima parte del robusto volume – 332 pagine – meticolosamente dispone gli strumenti sul tavolo. Esattamente come un chirurgo che prepara un intervento delicato, Wylie mostra tutte le opzioni, le risorse, gli strumenti con cui si poteva interferire sul cervello di milioni di persone, e come lo si è fatto. Spiega il passaggio dal marketing alla politica, e passa in rassegna quell'umanità rapace, ambiziosa, luciferina, che s'è raccolta attorno a questa bacchetta magica del consenso. Racconta concretamente, con riferimenti espliciti ai contratti, alle modalità operative, alle tecnicalità adottate con cui Alexander Nix, il cattivo del racconto, brillante e debosciato rampollo di Eton che, ignorandone i saperi, trasforma il microtargeting esperienziale in una trappola infernale per la democrazia. La versione più amorale e avida di un moderno Rudyard Kipling, che utilizza l'Africa per saggiare la sua potenza d'intervento: Gabon, Nigeria, Ruanda. La SCL, la società di Nix che ha incubato Cambridge Analytica, comincia a costruire i suoi leader a tavolino. Il procedimento è sempre lo stesso: un ministro paga la parcella e mette a disposizione ingenti dati sulla popolazione, poi intervengono gli algoritmi che il gruppo di Wylie comincia ad affinare e s'inizia a "cambiare la cultura e il vocabolario delle persone, di molte persone, di tutte le persone".

Siamo nel 2013, da quel momento si comincia a pensare in grande: Nix raccoglie commesse da parte di aziende che vogliono rinnovare il proprio marketing, e soprattutto rispondere all'attacco dei concorrenti. Il giovane Wylie scopre le affinità fra politica e moda, e comincia a lavorare sui trend da predire e poi da imporre.

Le divise politiche, spiega, sono l'altra faccia del programma, a volte la prima faccia. Lungo questa strada che già incrocia psicologia, antropologie e calcolo del *sentiment* l'allegra brigata della SCL incontra la Darpa, l'agenzia analitica dei servizi americani, e il Defense Science e Technology Laboratory dell'M16, gli omologhi inglesi. I loro studi sull'uso dei social per controllare prima e organizzare poi il senso comune di interi gruppi e regioni richiede un contributo più creativo. L'intreccio porta soldi e coperture al nostro Alexander Nix. È la dimostrazione, come spiega Shoshana Zuboff nel suo topo *Il capitalismo della sorveglianza*, che le piattaforme predittive sono sempre il risultato di un connubio con il deep state anglo americano. Del resto anche Marianna Mazzucato ci dice che l'intera Silicon Valley diventa quella che oggi vediamo proprio grazie al supporto economico, ideologico e politico degli apparati pubblici americani. Qui forse qualcuno ha esagerato.

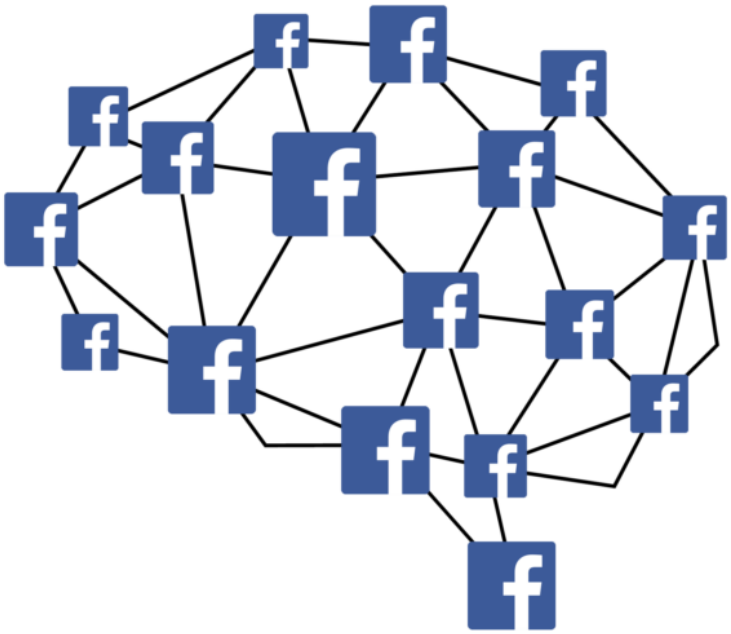
Nel 2014 appare il nuovo personaggio, Steve Bannon, il brutto. Come sappiamo si tratta dell'architetto della candidatura Trump, e soprattutto il teorico della radicalizzazione dei ceti poveri bianchi contro la base sociale multietnica dei liberal.

Il teorico del suprematismo bianco americano mette in campo il progetto massimo: conquistare la Casa Bianca. È molto interessante vedere attraverso gli occhi di Wylie come viene concepita, armata, annunciata e gestita la candidatura di Frankenstein.

Una sequenza di forzature ideologiche supportate da una massa

inesorabile di dati e soprattutto dalla catalogazione quasi lombrosiana dei linguaggi di ogni singola microcomunità, arrivando a censire nelle contee contendibili i singoli inquilini nei condomini di cerniera fra le diverse identità politiche. Uno spettacolo, dice Wylie, vedere come a un'azione – raccolta dati individuali e intimi, elaborazione e organizzazione di canali individuali di comunicazione con ognuno delle centinaia di migliaia di elettori contesi - immediatamente corrisponda una reazione: il bersaglio si muove, interagisce, risponde, diventa attivo e trascina i suoi contatti nel solco voluto.

La prova generale del dispositivo di interferenza viene fatta in Inghilterra, con la Brexit: operazione esemplare. Raccolti i dati, scannerizzati gli elettori, individuato il tema ideologico del rancore dei ceti medi per lo scintillante stile di vita delle élite si va a bersaglio. Il risultato, scrive Wylie, è quello di riuscire a riprodurre in vitro le dinamiche sociali. A quel punto hai tutto per cambiare l'esito finale.



In questa parte del libro è davvero copiosa la massa delle informazioni tecniche: come si fa a parlare con masse pulviscolari, disomogenee, individualizzate, rancorose e contrapposte le une alle altre. Wylie in questa parte del libro offre un saggio non dissimile, e non è davvero

dissacrante il paragone vi assicuro, con il *Che fare*? di Lenin. Come sappiamo il leader della rivoluzione russa scrive il suo saggio nel 1905, alla fine dell'ennesima sollevazione fallita nella Russia zarista, e spiega come solo una macchina politica centralmente organizzata, in grado di legarsi ai punti alti del conflitto e capace di dirigere i movimenti sociali sulla base di un'affinità di linguaggio e di interessi con le aree che vuole rappresentare, potrà realmente ottenere un cambio di regime.

Il giovane talento canadese, nel nuovo contesto del 2020, sull'onda delle esperienze vissute, ripercorre la stessa scaletta, con contenuti, interlocutori e soprattutto strumenti e valori sideralmente diversi.

> *Si costruisce un partito individuando una contraddizione, facendo crescere uno stato d'animo, interferendo sul senso comune, dando a ognuno la sensazione che stia guidando lui il cambiamento culturale.*

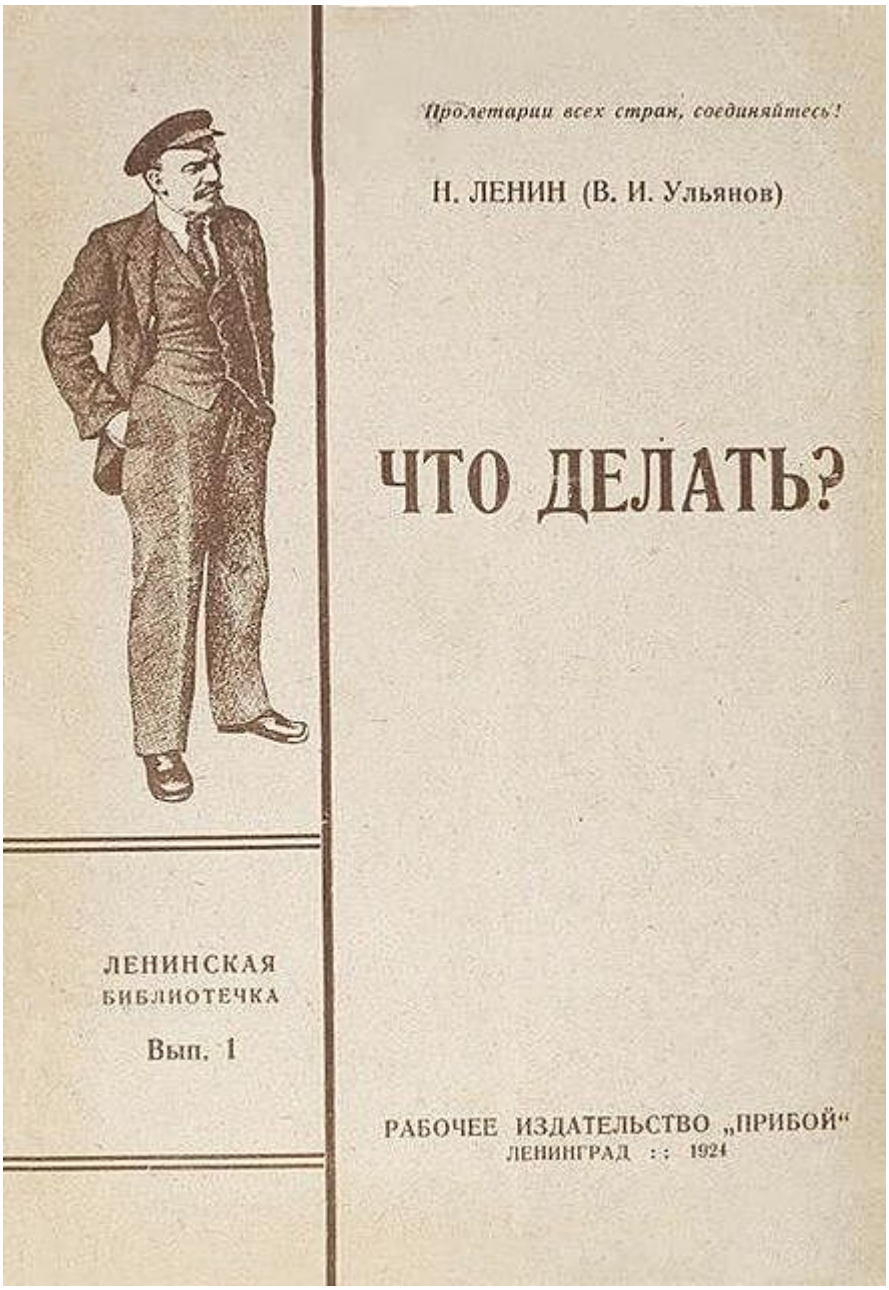
Nel libro Wylie a un certo punto richiama il famoso saggio di Valerij Gerasimov, il capo di stato russo, che scrisse nel 2013 un testo assunto come bibbia dalle forze armate di Mosca: "si fa la guerra cambiando la testa e la lingua dei ceti sociali più deboli dell'avversario". Come si legge nel libro "con i dati si rimodulano gli individui esattamente come con le vaccinazioni durante un'epidemia".

Mosca è un altro grande protagonista del racconto. Al di là delle polemiche e delle accuse, Wylie racconta dettagliatamente circostanze, date, luoghi, personaggi, cifre e obiettivi dei suoi rapporti con gli apparati di Putin.

Cambridge Analytica, scopriamo, nasce e si afferma sulla base di un'intesa con la Lukoil, la compagnia petrolifera che il Cremlino usa come bussola finanziaria dei suoi servizi segreti. È la Lukoil che mette in campo, insieme a Bannon e allo staff di Trump, la ragnatela che porterà alla sorpresa

del novembre del 2016, quando contrariamente alle previsioni vince proprio il miliardario di New York.

Con i russi i legami sono strettissimi e lucrosi, si parla di oro e petrolio, in gran quantità. Ma Wylie nel suo libro non cede allo scandalismo. Pur documentando accuse gravissime, non insiste su quell’aspetto dell’operazione Trump. Esattamente come fece al suo tempo Lenin, cerca di seguire il filo dei bisogni e delle contraddizioni sociali reali. E racconta come si punti forte a ingigantire un trend inizialmente marginale: il disagio di un’area sociale culturale.



Questa è indubbiamente la parte più innovativa e culturalmente

densa del libro. Wylie ci mostra i crateri che la cultura liberale ha scavato nel tessuto sociale americano: l'America orizzontale, delle pianure contro quella verticale degli snob che abitano nei grattaceli di Chicago e New York, il ceto medio bianco di provincia, umiliato dall'egemonia culturale multicolore e multirazziale, gli stessi neri usati dai liberal per mostrare il proprio progressismo ma poi ghettizzati in scuole periferiche e in poco pagati.

È una controprogrammazione che impegna, prima di ingegneri e informatici, sociologi e antropologi, che danno forma a una nuova maggioranza, a cui bisogna dare un'identità, una lingua e il coraggio di esibirsi. Il paradosso, che viene appunto coltivato e formattato dagli algoritmi semantici di Nix, è che i poveri pensano da ricchi, e considerano le proteste sociali solo un modo per rubargli spazio e speranze. Il mondo è giusto nelle sue gerarchie, spiega Bannon, bisogna solo eliminare quella cerchia di intriganti intellettuali che usa i disagi momentanei dei più poveri per volersi accaparrare una fetta maggiore. È proprio questo il leitmotiv che la rete incoraggia e consolida. Senza nessuna contronarrazione. Il risultato è che i rifiutati dal successo, scrive l'autore, si sentano attratti dai vincitori.

Questo è Cambridge Analytica.

Passaggi essenziali sono i dati di facebook, comprati, rubati, sottratti. I profili di 87 milioni di americani entrano nei server di Nix che Wylie insieme a Alexander Kogan, un ricercatore associato all'Università di Cambridge di origine Moldava, cominciano a ruminare. Ne esce una mappa dettagliata del territorio, in cui particella catastale per particella catastale si sa chi abita, cosa pensa e come parla. Il resto, dice Wylie, è logistica. Nei gironi danteschi descritti nel libro appare anche Julian Assange, al seguito dei russi, fornisce materiali fondamentali, come le famose email della Clinton su cui si balla per un anno, fino alla decisione dell'Fbi di riaprire le indagini a pochi giorni dal voto. Nel

frattempo la nuova maggioranza reazionaria cresce, Wylie assiste al domino dei pezzi sulla scacchiera: finanzieri, sindacati, sindaci, religiosi, sportivi, ma soprattutto una marea di gente normale, che cerca un modo per esserci, e non solo votare.

Il tutto nell'indifferenza generale: è incredibile vedere come cresca il fungo senza che nessuno nemmeno l'intraveda. Persino i titolari dei dati, come Google e Facebook, non intuiscono che qualcosa sta cambiando nella loro pancia. Lo stesso Obama, che pure aveva costruito le sue due vittorie proprio sull'ascolto della rete, ignora il rimescolamento dei voti. È il segno, dice Wylie, che l'America verticale nemmeno si abbassa a guardare quella orizzontale. Ma è anche il segno che solo i proprietari, i mandanti, i veri programmatori del sistema possono avere un cruscotto di comando: come Lenin, ancora: solo il vertice del partito sa tutto. E come per le epidemie prima che lo sappiano tutti non lo deve sapere nessuno. Cerca uno sbocco nel *Guardian*, ma poi scopre che persino il prestigioso quotidiano londinese si fa intimidire, e dopo le prime puntate dell'inchiesta indietreggia. Allarga la portata della denuncia al *New York Times* che regge all'urto delle dure reazioni legali di coloro che sono esposti nello scandalo ma fino a un certo punto: gli avvocati sono più minacciosi dei killer negli Usa. Finalmente si apre il versante delle inchieste politiche. Negli Stati Uniti e in Inghilterra.

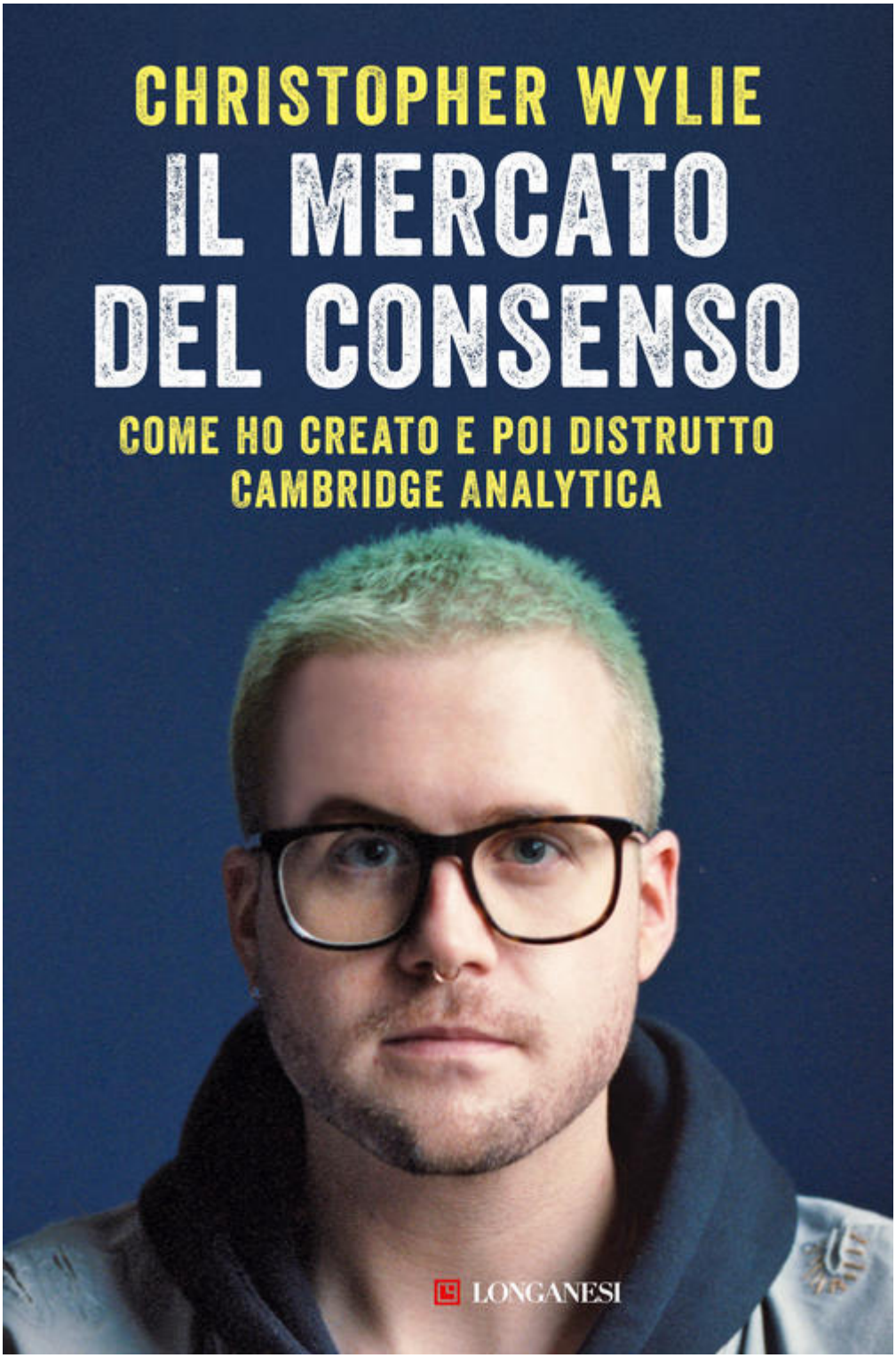
Wylie diventa un *whistleblower*, un testimone oculare, un confidente che svela i misteri. Comincia a viaggiare fra le due sponde dell'atlantico con un bagaglio di pennette e computer con tutti i documenti dentro, e sempre guardandosi le spalle. Le inchieste inchiodano i responsabili, Cambridge Analytica si scioglie, Bannon è cacciato dalla Casa Bianca, ma nessuno paga realmente. Ognuno riesce a godersi i cospicui fondi accumulati con le parcelle alla Lukoil e a Trump. Soprattutto non cambiano i meccanismi: oggi è peggio, fa

intendere il disilluso ragazzo con i capelli colorati. C’è indignazione ma non nuove leggi. Soprattutto non c’è mobilitazione politica e sociale: non c’è conflitto.

Questo è un concetto a cui Wylie con la sua cultura angloamericana non arriva: la dinamica sociale, lo scontro di interessi, il conflitto li vede sempre relegati a livelli istituzionali. Per questo nelle ultime pagine chiede nuove norme, parla di un piano regolatore della rete, dove attribuire responsabilità proprio agli ingegneri, agli informatici, a quelli come lui, gli apprendisti stregoni.

Senza la possibilità di individuare interessi e bisogni diversi da quelli che programmano la rete nessun governo potrà raggiungere il giaguaro. Siamo in un tempo in cui la società sta diventando più veloce della tecnologia, e se non si gioca proprio là la partita, ossia in quell’intreccio fra verticale e orizzontale, fra città e campagna, fra élite e ceto medio nessuna norma potrà impedire che Cambridge Analytica continui a ridisegnare la democrazia nell’indifferenza persino dei buoni.

Come diceva Martin Luther King: non ricorderemo le parole dei nostri avversari ma i silenzi dei nostri amici.



Un nuovo umanesimo del lavoro

per trovare un senso con gli altri e per gli altri

La ricerca di senso, ingrediente essenziale della felicità, non è solo una ricerca interiore, ma ha una dimensione sociale. Il lavoro può essere un'esperienza chiave

Poter attribuire un significato, un senso, alla propria vita è una delle precondizioni fondamentali per potersi sentire "felici". Nel senso aristotelico di "eudaimonia", essere felici, infatti, significa, innanzitutto, avere uno scopo nella vita, coltivare le virtù e fiorire come persone. Ed essere virtuoso non vuol dire solamente praticare le virtù ed orientarsi al bene, perché, etimologicamente, "areté" stava ad indicare, prima di tutto, il "fare bene qualcosa", l'eccellenza. Non a caso parliamo di un "pianista virtuoso" o di un "virtuoso della racchetta" per indicare, non tanto il loro orientamento al bene, ma la loro capacità di fare bene, di essere eccellenti. Allora, sarà virtuoso colui che sarà

riuscito a coltivare e far fiorire, mettendole in atto, le proprie capacità, i talenti, le conoscenze, chi avrà compreso e seguito, in definitiva, la voce del suo “dáimōn”.

La ricerca di senso

Ma la ricerca di senso, ingrediente essenziale di questa felicità virtuosa, non è solo una ricerca interiore. Essa ha, infatti, una dimensione sociale, contestuale, culturale. Perché il senso è qualcosa che lega le esperienze, che assegna un posto agli avvenimenti, che illumina le scelte e che ci mette in relazione con un quadro più ampio fatto di storie e di persone. E non si tratta solo, come nella definizione di Roy Baumeister, di “un insieme di rappresentazioni mentali di possibili relazioni tra cose, eventi e rapporti” (“Meanings of Life”, Guilford, 1991), perché la possibilità di attribuire un significato a ciò che facciamo deriva, innanzitutto, dalla possibilità di inserirlo in un contesto sovraordinato.PUBBLICITÀ

Se il significato immediato di un’azione deriva, infatti, dalla sua finalità, questa, a sua volta, trova senso nella motivazione dell’azione stessa, e questa, poi, si inserisce in una visione più ampia della vita individuale che, infine, può maturare solamente, con riferimento a qualcosa che la trascende e la avvolge. Per questo il significato del singolo gesto può essere compreso appieno solo nell’ambito di un contesto più ampio, che supera l’individualità del singolo, connettendolo, al tempo stesso, ad altri e ad altro. È il “regno dei significati” di cui parlava Alfred Adler nel quale si sviluppa la finalità ed emerge la guida alla nostra stessa vita, come suggerisce Victor Frankl.

Oltre l’individuo

Riflettere sull’importanza del contesto nel processo di costruzione del senso ci aiuta anche a dar conto di quel fenomeno che, in altre occasioni, ho definito “espropriazione esistenziale”: una forma di deprivazione così profonda da

cancellare senso, finalità e appartenenze e che genera quel disorientamento collettivo avvertito da fasce non marginali della popolazione e che può sfociare in fenomeni anche quantitativamente rilevanti come quello dei “bullshit jobs”, dei populismi identitari, o delle tragiche “morti per disperazione” di cui sempre più frequentemente sentiamo parlare.

In che modo è cambiato il contesto di riferimento per determinare una tale incapacità di trovare o generare un significato profondo per le nostre esistenze? È interessante, a questo riguardo, la lettura che propone lo storico Yuval Noah Harari, secondo il quale tale mutamento non è altro che il principale frutto del progetto della modernità. Progetto che si fonda su un patto faustiano in virtù del quale “gli esseri umani accettano di rinunciare al significato in cambio del potere” (“Homo Deus”, Bompiani, 2015). Nel quadro premoderno gli uomini riuscivano a trovare un senso alle loro, spesso non facili, vite perché erano collocate in un progetto cosmico, fatto di finalità, voluto e governato da grandi dèi moralizzanti e onniscienti. Trovare il senso significava, in questo contesto, scoprire e giocare il proprio ruolo in un piano sovraordinato e orientato al bene individuale e collettivo.

Il senso nell’età premoderna

Ogni esperienza della vita, così, sia gioiosa che tragica, poteva acquistare un senso, perché parte integrante di questa storia già scritta. “Non siamo al corrente del copione – continua Harari – ma possiamo essere certi che tutto accade per una ragione. Persino quest’orribile conflitto – o pestilenza, o siccità – ha un significato nel più ampio schema delle cose. Inoltre, possiamo fidarci del drammaturgo: di sicuro la nostra vicenda avrà una conclusione positiva e ricca di significato. Per cui anche la guerra – o la pestilenza, o la siccità – porterà qualcosa di buono: se non qui e ora, per lo meno nell’aldilà”. Ma questo copione, mentre, da una parte,

forniva valore ad ogni gesto, scelta e accadimento, al tempo stesso, ingabbiava tutti in ruoli e vicende predeterminate e li condannava a finali già scritti. Ecco perché il prezzo da pagare per poter trovare un senso alla propria vita era nientemeno che la rinuncia al proprio arbitrio.

La modernità rifiuta questa visione, straccia il copione e rivendica potere e autonomia. Così facendo, però, finisce per far sparire anche quel contesto comune di riferimento, che era bussola necessaria per dare senso all'esistenza. "La nostra vita non ha copioni, drammaturghi, registi o impresari – e non ha un senso", conclude Harari.

La modernità e la ricerca del potere

Ma la mancanza del copione, però, mette in moto anche una reazione salutare, scatena la creatività e libera le energie del cambiamento. Se le pestilenze e le calamità naturali non hanno un significato trascendente, non dovremmo più accettarle passivamente, ma piuttosto iniziare a difenderci, a combatterle e, possibilmente, a sconfiggerle. Da una parte, quindi, la "hybris" e la "téchne" e, dall'altra, l'assoluta insignificanza davanti al progetto del cosmo. "Un'incessante ricerca del potere dentro un universo svuotato di senso". Non è difficile rinvenire in questo snodo cruciale la causa remota di fenomeni epocali come la spaventosa pressione antropica che stiamo esercitando sulla terra coi i cambiamenti climatici, le ondate migratorie e le intollerabili diseguaglianze.

Per cambiare le cose, perché occorre farlo e piuttosto in fretta, non è necessario, però, invertire la rotta. Per ricostruire un contesto capace di favorire la generazione di senso e limitare l'uso in-sensato del potere della tecnica, occorre, semmai, una accelerazione in avanti. Occorre sfruttare una "clausola di recesso" inserita nel patto della modernità: la possibilità di dar vita ad una narrazione alternativa, non esclusivamente vincolata alla dimensione trascendente, ma che sia, comunque, in grado di giustificare

il nostro “esser-ci”, il nostro “Dasein”, lo stare al mondo e viverlo significativamente. Sfruttare questa clausola vuol dire distogliere lo sguardo fissamente rivolto al mediatore sacrale – Dio, Stato, Mercato – e rivolgerlo verso chi ci sta a fianco. Nel frontespizio della prima edizione del “Leviatano” di Hobbes sono raffigurati centinaia di piccoli omini che formano il corpo del gigante, coi suoi simboli dell’autorità e del potere. Centinaia di piccoli omini che, pur essendo stretti tra di loro, non incrociano lo sguardo di nessuno. Vicini ma immunizzati dal contatto con l’altro. In rapporto con l’altro solo attraverso l’intermediazione del potere del “Deus mortalis”. La svolta del nuovo umanesimo, che può aiutarci a superare i vincoli del patto e a riconquistare la nostra capacità di generare senso, passa, innanzitutto, per la scelta originaria di incrociare lo sguardo di chi ci sta a fianco e di farci interpellare dal suo volto.

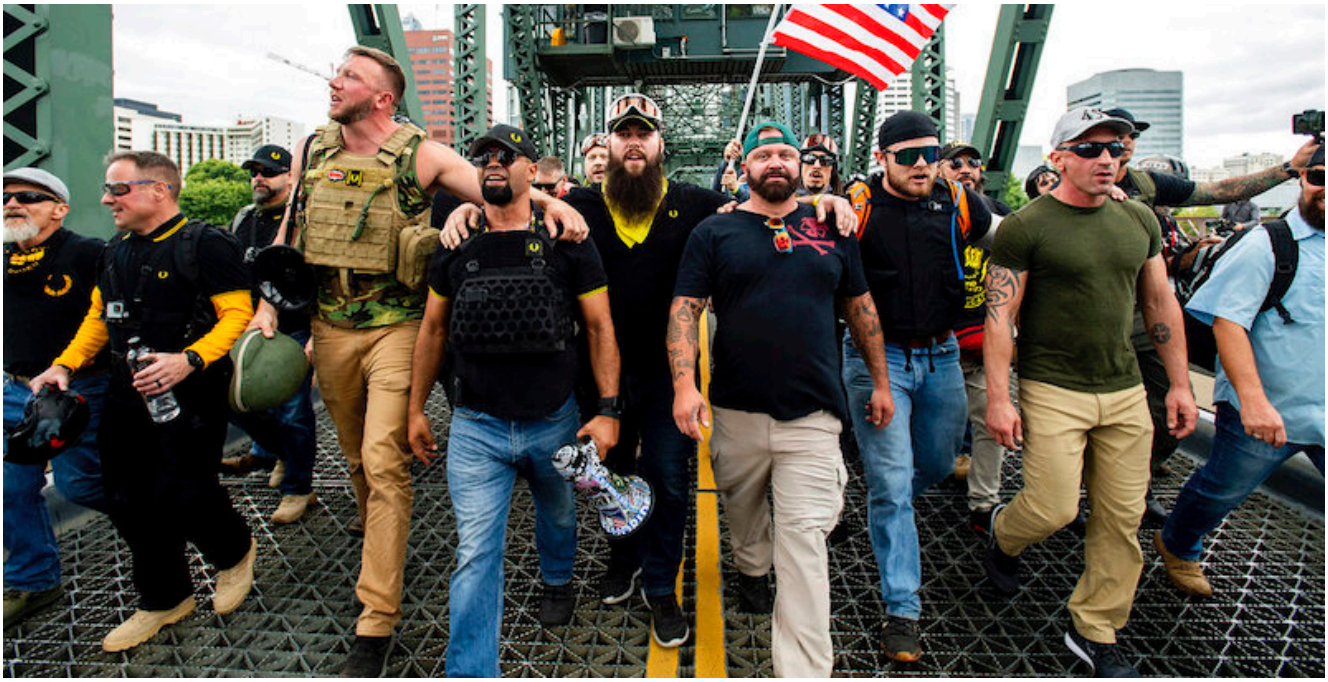
La dignità del lavoro umano

In questo quadro ampio si comprende meglio, credo, anche il ruolo altissimo e la dignità intrinseca del lavoro umano, proprio perché lavorare significa umanizzare il mondo e questo trova senso solo se il lavoro è fatto con gli altri e per gli altri. Queste due dimensioni di socialità e gratuità non possono non essere poste al centro di un ripensamento profondo dell’organizzazione del lavoro nel quale la nostra cultura, oggi, ha bisogno, necessariamente, di impegnarsi a fondo. Né merce di scambio, né solo strumento per la sussistenza, il lavoro può e deve essere principalmente espressione della spinta umana verso l’eccedenza. Ripensato e rivalutato nella complessità dei suoi molteplici significati.

Sappiamo da tempo quali sono le dimensioni che più influenzano il processo di generazione di senso, anche attraverso il lavoro: hanno a che fare con il valore intrinseco dell’attività in sé, con la possibilità di uno sviluppo e di una crescita personale, con il valore strumentale della sua utilità per sé e per gli altri e, infine, con la socialità che

favorisce e include. Se il senso che attribuiamo a ciò che facciamo può essere pensato come una serie di rimandi tra la percezione individuale delle nostre azioni e il contesto sovraordinato all’interno del quale operiamo, allora attivare processi di cambiamento nel nostro contesto culturale, figlio diretto del patto della modernità, potrà aiutare a creare le condizioni che facilitano la generazione di senso individuale e condiviso. Se da una parte, fortunatamente, le grandi organizzazioni pubbliche e private sentono sempre più la pressione verso cambiamenti dettati dalle nuove responsabilità ambientali, sarebbe anche ora di iniziare ad esercitare una la spinta analoga per promuovere modalità innovative di progettazione e di gestione del lavoro, affinché possa sempre più e sempre meglio rispondere a quella “volontà di senso”, per usare l’espressione di Frankl, che sempre più diffusamente viene oggi considerata una esigenza umana fondamentale.

Fred Perry ha un problema di neonazisti



È un marchio di abbigliamento storicamente associato alle sottoculture e alla sinistra, ma da anni un gruppo di estrema destra usa una sua polo come uniforme