

Alessandra Pera

*“You can get anything you want at Alice’s restaurant”:  
l’home restaurant tra libertà di iniziativa economica,  
tutela del consumatore e della concorrenza.*

SOMMARIO: 1. Introduzione – 2. Definizioni e natura giuridica – 3. Natura giuridica e prassi diffuse – 3.1. *Home restaurant* e *sharing economy* – 4. Le risposte offerte dal Ddl alle criticità emerse dalla distonia tra le prassi diffuse e le qualificazioni proposte dal MISE – 4.1. Riflessioni critiche sul disegno di legge – 4.2. Raffronti comparatistici – 5. Considerazioni conclusive – 5.1. I cuochi come *independent contractor* e i meccanismi reputazionali – 5.2. Concorrenza e controllo dei pubblici poteri.

## 1. Introduzione

L’*home restaurant* è un fenomeno che si diffonde negli Stati Uniti nei primi anni duemila, ma che conosce precedenti nelle *case particular* cubane e in altre realtà legate al mondo rurale e cittadino di vari Paesi, e che, grazie all’espansione della *sharing economy* e all’utilizzo dei *social network*, si è diffuso anche in Italia.

L’analisi partirà dal confronto tra le definizioni di *home restaurant* offerte dagli attori italiani coinvolti in questo fenomeno (*home cooks*, esperti del settore, responsabili delle piattaforme che fanno da intermediari tra domanda ed offerta di questo servizio) e quella proposta da un progetto di legge presentato durante la XVII legislatura, ma non ancora approvato dal Senato<sup>1</sup>.

L’obiettivo è quello di comprendere come possa essere inquadrata l’attività di chi offre questo servizio sul mercato.

I profili più interessanti riguardano:

- la natura e la forma giuridica da dare a questa attività, frutto della combinazione tra il capitale umano (*home cooker*), la struttura (casa-

---

<sup>1</sup> Il disegno di legge n. 2647, approvato dalla Camera dei Deputati il 17 gennaio 2017, è consultabile on line su <<http://www.senato.it/leg/17/BGT/Schede/Ddliter/47587.htm>>.

abitazione), il servizio offerto (preparazione e somministrazione di alimenti e bevande per pochi commensali) e la relativa 'non professionalità' ed occasionalità dell'attività prestata;

- la necessità di garantire standard di igiene alimentare e di tutela della salute del consumatore-utente, attraverso meccanismi di tracciabilità (HACCP, GMP, GHP) o autocertificazioni anche 'contro-egemoniche' ed 'anti-burocratiche', quali, ad esempio, 'Genuino Clandestino' (auto-certificazione partecipativa)<sup>2</sup>, più vicine all'informalità ed occasionalità dell'attività ed ai caratteri dell' 'economia di relazione', di fiducia reciproca e sovranità alimentare;
- la tutela dei concorrenti (se effettivamente così possono essere ritenuti) ristoratori professionali;
- i meccanismi attraverso i quali vengono in contatto domanda ed offerta, quali piattaforme, *social network* o *apps* (*Gnammo*, *Tripadvisor*, *Facebook*, *Homorestaurant*) e, dunque, attraverso i quali si creano relazioni economiche e sociali.

Questi profili saranno esaminati attraverso il riferimento a prassi consolidate, alle circolari e interpretazioni offerte dal Ministero per lo Sviluppo Economico (in assenza di una normativa speciale), per meglio analizzare luci ed ombre della già citata proposta di legge, anche attraverso il confronto con la regolamentazione presente (o, volutamente, non presente) in altri sistemi giuridici.

Ciò porterà ad alcune riflessioni sulle sfide lanciate da un modello nuovo, favorito dalla rivoluzione digitale e dalla nascita dell'economia di piattaforma, nel quale sempre più servizi, che, fino ad un recente passato, erano offerti da professionisti, oggi sono forniti da soggetti molto diversi tra loro per solidità economica, competenze e professionalità.

Lo studio di questo 'micro-tema', che incrocia i due 'macro-cosmi' dei rapporti tra cibo e diritto e della *sharing economy*, è l'occasione per qualche breve riflessione su alcuni problemi che l'avvento dell'economia della condivisione pone all'attenzione del giurista e, più in generale, dello scienziato sociale. Nelle pagine che seguono si tenterà di adottare una 'prospettiva esterna' sul fenomeno oggetto di indagine, al fine di coglierne anche le ricadute economiche e sociali.

Per comprendere meglio la dimensione di questo micro-cosmo, è bene evidenziare che il fenomeno è in crescita esponenziale nel nostro Paese,

---

<sup>2</sup> Cfr. <<http://genuinoclandestino.it>>. Per un breve approfondimento, vd. infra, nota 48.

esploso un po' in ritardo rispetto ad altri Paesi Europei, nonostante la forte tradizione culinaria dell'Italia, ma soprattutto sfuggito per un certo tempo alle maglie della burocrazia, farraginoso per molte pratiche quotidiane e quasi assente in questa materia, anche per le difficoltà di imbrigliare entro certi confini il fenomeno del *social eating*.

Si tratta però di un fenomeno che secondo le stime di Confesercenti nel 2014 ha generato un fatturato di oltre 7,2 mln di euro<sup>3</sup>.

*Gnammo.com*, che è una delle principali piattaforme che intermediano domanda ed offerta, a giugno 2018 aveva più di 215.000 utenti cuochi iscritti; ed attesta che dal 2012 al giugno 2018 più di 20.000 persone hanno provato il servizio. Il costo medio di un pasto è di 25 euro<sup>4</sup>.

E' evidente, che il termine '*disruptor*', usato per *Uber* e *Airbnb*, appare azzardato per gli *home restaurants*. Il mercato dei pubblici esercizi infatti vale 40 miliardi di euro e 1 milione di occupati: tutte le stime del giro di affari degli *home restaurants* sono molto lontane dall'uno per mille del mercato complessivo. Anche restringendo quest'ultimo alla sola ristorazione, l'*home*

<sup>3</sup> Cfr. l'indagine, realizzata dalla ricercatrice Ilaria Nuccio del Centro Studi Turistici di Firenze per conto di Confesercenti e presentata al Convegno Nazionale di Fiepet, a Cesena dal titolo *Pubblici esercizi a confronto, quale futuro formativo*, consultabile on line su <<http://www.centrostudituristicifirenze.it/blog/home-restaurant-e-social-eating-fatturato-da-oltre-7-mln-nel-2014/>>. Lo studio ha riguardato 37.000 eventi organizzati da circa 7000 cuochi in tutta Italia. L'indagine è stata realizzata sulle principali piattaforme a copertura nazionale di eventi di *social eating* (*Gnammo.com*, *Le Cesarine*, *Peoplecooks.com*, *Eatwith.com*, *Vizeat.com* e *Kitchenparty.org*) e mediante l'osservazione dei numerosi siti di *home cooks*-proprietari. Dai dati è emerso che nel 2014 sono stati più di 7000 i 'cuochi social' attivi, con un trend in crescita nel 2015. L'*home cooker* ha un'età media di 41 anni. Il 56,6% sono donne ed il 29,4% sono uomini, per la restante parte gli *home restaurants* vengono gestiti da coppie o da altri soggetti del mondo dell'associazionismo. Il 53,8% dei cuochi è presente su almeno uno dei principali social e il 14,9% svolge attività diverse, ma correlate al settore del *food*. Il fenomeno appare sviluppato su tutto il territorio nazionale: Lombardia (22,4%), Lazio (16,9%) e Piemonte (13,5%). Milano è la città in cui risiede la maggior parte dei 'cuochi social' (8,4% del totale) ed è qui che si trova il *Ma' Hidden Kitchen Supper Club*, uno dei più noti *home restaurant* in Italia. A Roma, invece, si concentra l'8,2% dell'offerta e la realtà di riferimento è *Ceneromane.com*. Infine Torino con il 5,6% è la terza città *social eating* in Italia, sede di *Gnammo*, piattaforma che ha contribuito a diffondere il fenomeno su tutto il territorio nazionale. Le regioni del Sud sembrano meno attive, ad eccezione della Puglia e, in particolare, del Salento e della città di Bari. Dall'analisi è emerso il primato della Lombardia, con una quota di circa 1,9 milioni di euro di fatturato, pari a circa un quarto del fatturato totale; seguono il Lazio (1,4 milioni) e il Piemonte (1,1 mln). Tra le regioni meridionali, la Puglia registra 649.000 euro di fatturato medio annuo.

<sup>4</sup> Si veda su <<https://www.publicpolicy.it/>>, l'intervista al CEO di *Gnammo* Cristiano Rigon, consultata il 17 luglio 2019.

*restaurant* resta una nicchia molto piccola<sup>5</sup>.

## 2. Definizioni e natura giuridica

La principale piattaforma italiana interamente dedicata all'attività in esame e con un 'dominio' dal nome inequivocabile, *Homerestaurant.it*, definisce l'*home restaurant* come "la possibilità offerta a chiunque amare stare ai fornelli di trasformare la propria casa e la propria cucina in un ristorante occasionalmente aperto per amici, conoscenti e perfetti sconosciuti (viaggiatori soprattutto) che avranno la possibilità di sperimentare la cucina originale dei luoghi frequentati abitualmente o in occasione di un viaggio"<sup>6</sup>.

Secondo altri, "si tratta di un ristorante in casa, un'attività svolta in via occasionale che offre l'opportunità a esterni di mangiare in un ambiente decisamente intimo e familiare. La formula dell'*home restaurant* prevede che il contatto avvenga on line, grazie a piattaforme dedicate"<sup>7</sup>.

All'interno della piattaforma di *Gnammo*, si fa riferimento ad "una cena organizzata a casa di un cuoco non professionista tramite un *app* che mette in contatto il cuoco ed i clienti che vogliono mangiare con il cuoco"<sup>8</sup>.

Guardando alle definizioni fornite da soggetti istituzionali e con funzioni di controllo sull'attività degli esercenti un servizio come questo, la Camera di Commercio di Bologna nella richiesta di parere (50481) al Ministero per lo Sviluppo Economico (MISE) descrive tale attività come "finalizzata alla preparazione di pranzi e cene nel proprio domicilio ma esercitata solo in alcuni giorni e solo per poche persone che pagano la prestazione"<sup>9</sup>.

Il Disegno di legge n. 2647, approvato dalla Camera dei Deputati il 17 gennaio 2017<sup>10</sup>, all'art. 2 definisce *home restaurant*: "l'attività occasionale, finalizzata alla condivisione di eventi enogastronomici, esercitata da persone fisiche all'interno delle unità immobiliari ad uso abitativo, per il tramite di piattaforme digitali che mettono in contatto gli utenti anche a titolo

---

<sup>5</sup> Ivi.

<sup>6</sup> Cfr. definizione proposta su <<https://www.homerestaurant.com/it>>, consultato il 17 luglio 2019.

<sup>7</sup> Cfr. definizione proposta su <<https://www.terranuova.it/News/Attualita/Home-restaurant-ecco-le-regole-e-i-limiti>>, consultato il 17 luglio 2019.

<sup>8</sup> Cfr. definizione proposta su <<https://gnammo.com/howto/>>, consultato il 17 luglio 2019>.

<sup>9</sup> Il quesito è riassunto dallo stesso MISE e pubblicato on line su <<https://www.mise.gov.it/attachments/article/2032700/50481sommalibev.pdf>>, consultato il 17 luglio 2019.

<sup>10</sup> Il testo è consultabile on line su <<http://www.senato.it/leg/17/BGT/Schede/Ddliter/47587.htm>>, consultato il 17 luglio 2019.

gratuito, e con preparazione dei pasti all'interno delle strutture medesime”.

Il gestore è, invece, “il soggetto che gestisce la piattaforma digitale finalizzata all'organizzazione di eventi enogastronomici”.

L'utente operatore cuoco è “il soggetto che attraverso la piattaforma digitale svolge l'attività di *home restaurant*”, mentre, di conseguenza, l'utente fruitore è quel “soggetto che attraverso la piattaforma digitale utilizza il servizio di *home restaurant* condiviso dall'utente operatore cuoco”.

È evidente che tutto ruota attorno alla piattaforma del gestore, le definizioni e, soprattutto, le denominazioni ‘utente operatore cuoco’ e ‘utente fruitore’ sono date in funzione del rapporto tra questi soggetti ed il gestore della piattaforma.

Eppure, navigando, si scopre che il servizio di *home restaurant* è offerto sia attraverso *Gnammo*, *Tripadvisor* o *Homerestaurant*, sia individualmente. Alcuni chef sono o scelgono di essere più o meno tecnologici per ragioni di marketing e selezione della clientela. Alcuni preferiscono formulare inviti mirati, attraverso il passaparola, o essere scelti attraverso un sito proprio, altri attraverso social media o *e-mail's lists*. Ciò dipende molto anche dal tipo di cena che offrono e dai costi, ma anche dalla *location*.

I caratteri comuni e persistenti in tutte le definizioni, che sono emersi dall'attività di ricerca e navigazione, sono certamente l'occasionalità dell'attività prestata dall'*home cooker* e la natura di persona fisica dell'operatore, che però si relaziona con la medesima platea di clienti cui si rivolge la ristorazione generalmente intesa e, comunque, ad un pubblico potenzialmente vasto di individui, ma con l'evidente intenzione di non sottostare ai meccanismi che amministrano tale mercato: innanzitutto, come si vedrà, alle disposizioni in materia di controllo sull'accesso e sull'esercizio dell'attività, ma anche, talvolta, a quelle volte a tutelare utenti e lavoratori<sup>11</sup>.

Tuttavia, in assenza di una legge speciale in materia, il Ministero dello Sviluppo Economico, nella già citata risoluzione n. 50481 del 10.4.2015, qualifica detta attività come vera e propria somministrazione di bevande e cibo al pubblico, regolata dalla L. 25.8.1991 n. 287, modificata con D. Lgs. 26.3.2010 n. 59. Si tratta delle norme che prevedono la distinzione tra attività di somministrazione al pubblico e attività riservata a poche persone.

Il MISE, in particolare, chiarisce che:

- per somministrazione deve intendersi la vendita di cibi e bevande sul posto che possono essere consumati in locali attrezzati adibiti dall'eser-

<sup>11</sup> Considerazioni simili, seppure con riferimento ad un mercato differente, quale quello del trasporto pubblico non di linea, sono formulate da MOSTACCI, SOMMA, *Il caso Uber. La sharing economy nel confronto tra common law e civil law*, Milano, 2016, p. 5.

cizio o in luoghi aperti al pubblico;

- le attività di cuoco a domicilio e di *home restaurant*, sebbene esercitate solo in alcuni giorni e per poche persone paganti, sono da configurarsi come attività di somministrazione anche se i prodotti vengono consumati in locali privati come la casa, ma comunque attrezzati;
- dal momento che è previsto il pagamento di una prestazione, questa non può configurarsi come un'attività libera e pertanto "non assoggettabile ad alcuna previsione normativa tra quelle applicabili ai soggetti che esercitano un'attività di somministrazione di alimenti e bevande".

Con la successiva risoluzione 17890 del 29 settembre 2015, lo stesso Ministero, rispondendo al Comune di Urbania, che chiede chiarimenti in relazione all'avvio di un'attività di *home restaurant*, fornisce alcune importanti delucidazioni, richiamando il precedente parere n. 50481 del 10.4.2015.

Secondo il Ministero, "l'attività in discorso, anche se esercitata solo in alcuni giorni dedicati, e se i soggetti che usufruiscono delle prestazioni sono in numero limitato, quando è rivolta al pubblico indistinto, ad esempio mediante pubblicità su siti web, e quando non è del tutto occasionale, non può che essere classificata come un'attività di somministrazione di alimenti e bevande, in quanto anche se i prodotti vengono preparati e serviti in locali privati coincidenti con il domicilio del cuoco, tali locali rappresentano comunque locali attrezzati aperti alla clientela. Infatti la fornitura di dette prestazioni comporta il pagamento di un corrispettivo ed anche con tale modalità si tratta di un servizio organizzato e rivolto al pubblico"<sup>12</sup>.

Dunque, l'attività rientra in quelle di somministrazione di alimenti e bevande, pertanto:

- può essere esercitata solo da chi possiede i requisiti di onorabilità e professionalità previsti dall'art. 71 del d. lgs. 59 del 26.3.2010;
- esige presentazione della SCIA "qualora si svolga in zone non tutelate, o previa richiesta di un'autorizzazione, ove trattasi di attività svolta in zone tutelate";

Inoltre, in tema di sorveglianza, alla luce della circolare n. 5571/PAS/U/01816 del 14.10.2016 del Ministero dell'Interno sull'applicabilità del DM n. 564 del 1992, "l'assoggettamento dell'attività in questione alla disciplina della somministrazione di alimenti e bevande comporta, in linea di principio, la soggezione ai controlli ed agli eventuali poteri sanzionatori

---

<sup>12</sup> Cfr. il sito dello Sportello Unico sulle Attività Produttive della Regione Calabria, <<https://www.calabriasuap.it/news/l'attivita-di-home-restaurant-e-gli-attuali-riferimenti-normativi>>.

e interdittivi dell'Autorità di pubblica sicurezza comuni a tutti gli esercizi pubblici"<sup>13</sup>.

Dall'inquadramento dell'attività in esame effettuato dal Ministero derivano una serie di conseguenze in materia di obblighi di igiene e salute degli alimenti e dei clienti.

Riguardo all'igiene degli alimenti cucinati all'interno dell'*home restaurant*, risulta applicabile il Regolamento CE/852/2004<sup>14</sup>. Ai sensi dell'art. 1 il Regolamento "non si applica a) alla produzione primaria per uso domestico privato; b) alla preparazione, alla manipolazione e alla conservazione domestica di alimenti destinati al consumo domestico privato".

Esonerati dall'obbligo di rispettare le norme igieniche in materia di alimenti sono solo i privati che cucinano per sé stessi, non se lo fanno per il pubblico. Dunque, l'*home cooker*, anche se cucina a casa propria, è a tutti gli effetti un operatore del settore alimentare e, in quanto tale, tenuto ad applicare il sistema di HACCP, unitamente alle norme sulla corretta pratica igienica (art. 1, comma 1, lettera d) Reg. 852/2004).

In breve, gli adempimenti previsti per l'apertura di un *home restaurant* sarebbero particolarmente onerosi e così articolati:

- nuovo modulo SCIA, Segnalazione Certificata di Inizio Attività da presentare al Comune in cui si svolge l'attività, nel modello, tra l'altro vanno indicati dati come l'indirizzo dell'abitazione, i mq, l'eventuale presenza di parcheggi, ecc.;
- possesso dei requisiti morali e professionali, ovvero di aver lavorato per almeno 2 anni negli ultimi 5 nella ristorazione, di avere un diploma inerente all'attività (alberghiero) oppure di aver frequentato un corso SAB per la somministrazione di alimenti e bevande;
- modulo *ComUnica* Camera di Commercio, obbligatorio se si presenta il modello SCIA che serve per aprire partita IVA, posizione INPS e INAIL<sup>15</sup>;
- piano HACCP previsto ai sensi dell'art. 5 del Regolamento CE/852/2004 per tutti gli OSA;
- attestato di frequenza a 'Corsi di formazione per alimentaristi', che hanno sostituito il vecchio 'libretto sanitario', ai sensi del Regolamento

<sup>13</sup> Cfr. la Risoluzione MISE 493338 del 6.11.2017, disponibile on line su <<https://www.mise.gov.it/index.php/it/98-normativa/altri-atti-amministrativi/2037786-risoluzione-n-493338-del-6-novembre-2017-quesito-in-merito-all-attivita-di-home-restaurant>>, consultato il 17 luglio 2019.

<sup>14</sup> On line su <<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/?uri=LEGISSUM%3A84001>>.

<sup>15</sup> In effetti, se l'attività è occasionale e resta al di sotto della soglia dei 5000 euro di reddito non sarebbe necessario aprire la partita IVA, con le relative conseguenze sul piano previdenziale, che non è questa la sede per approfondire.

- CE/852/2004, allegato II, cap. XII, Formazione del personale;
  - certificazione di alcuni requisiti strutturali e funzionali del luogo in cui si svolge l'attività di *home food* (vengono in considerazione norme sugli impianti, la canna fumaria, il trattamento dei rifiuti, l'imballaggio e la conservazione degli alimenti...).
3. *Natura giuridica e prassi diffuse*

Nonostante la posizione del MISE sia chiara, le piattaforme che mettono in contatto *cookers* e clienti, gli stessi cuochi e gli utenti continuano ad utilizzare i siti in questione, a prestare tale attività e a godere di tale servizio, spesso precisando sui siti e sulle piattaforme che l'*home food* o l'*home restaurant* consiste in “un semplice invito a cena o a pranzo nella propria casa con relativa divisione dei costi della spesa” e che sia sufficiente rimanere sotto i 5.000 euro annui di ricavi per non essere fiscalmente rilevanti, trattandosi di prestazioni occasionali non tutte dallo stesso committente.

In effetti, però, secondo quanto precisato dal Ministero, l'*home cooker*, che non rispetti le norme sopra richiamate, commette un illecito amministrativo, punito come tale, ed eventuale fonte di responsabilità contrattuale nei confronti del cliente.

Peculiare è la posizione del gestore del sito o del social network-piattaforma, che memorizza e gestisce le informazioni, poiché, a rigore, nel rispetto dei parametri di correttezza e buona fede, dovrebbe provvedere ad inserire condizioni e campi da compilare da parte dell'*home cooker*, tali da evitare la ristorazione/somministrazione abusiva di alimenti e bevande e, dunque, *forms* specifici dove indicare le informazioni richieste dalla legge, quali ad esempio la data di presentazione della SCIA, il possesso dei requisiti professionali e sanitari, ecc..

E' evidente che sia in quest'ottica – e soprattutto – con riferimento al modello proposto dal Ddl, di cui si dirà *infra*, è molto difficile inquadrare la piattaforma come un semplice gestore di un *marketplace*, deputato alla sola attività di *matching* di domanda e offerta, ovvero sia come soggetto assolutamente terzo rispetto agli *home cooks*.

### 3.1. Home restaurant e sharing economy

Altrettanto difficile e non sempre possibile è configurare l'*home cooker*, per definizione, quale soggetto della *sharing economy*.

La locuzione *sharing economy* è utilizzata per descrivere pratiche *latu*



*sensu* collaborative, in cui beni, sottoutilizzati e di uso abbastanza comune all'interno di un dato contesto sociale, sono condivisi da soggetti che ne hanno bisogno. Per tale via il regime giuridico del bene non è più legato al possesso ma all'accesso ad esso e al relativo uso<sup>16</sup>. Può trattarsi di beni la cui funzionalità non è intaccata da un uso corretto (bicicletta) oppure di beni sottoutilizzati ed a rapido decadimento, che non possono essere conservati dal titolare per un uso successivo (posto auto su una vettura che si sposta da Palermo a Catania).

Ed infatti, un servizio dell'economia collaborativa viene in considerazione quando un soggetto mette in condivisione il proprio bene, ad esempio l'auto (*ride sharing*), con chi ha l'esigenza di muoversi all'interno del circuito urbano o extraurbano. Ciò implica un interesse proprio e comune del trasportato e dell'autista al trasporto, che non c'è, per esempio, nel caso di *Uber*<sup>17</sup>, tanto che il trasporto è sempre retribuito<sup>18</sup>.

Nel caso dell'*home restaurant*, a seconda di come l'attività è organizzata e concepita (numero dei commensali; inviti in forma più o meno pubblica o privata; costi delle materie prime affrontati dal solo dal *cooker* o condivisi tra i commensali; fonti di approvvigionamento della materie prime, autoprodotte con orto e allevamento casalingo del *cooker* o dei commensali...), l'interesse potrebbe essere solo di una delle parti, tanto che la prestazione (cena cucinata e offerta nell'abitazione del cuoco) non verrebbe effettuata se non fosse retribuita. Qui saremmo fuori dai parametri dell'economia della condivisione.

Diversamente l'interesse potrebbe essere anche del *cooker*, perché,

<sup>16</sup> BOTSMAN, ROGERS, *What's Mine is Yours: The Rise of Collaborative Consumption*, New York, 2010; SMORTO, *Economia della condivisione e antropologia dello scambio*, in *Diritto Pubblico Comparato ed Europeo*, 1, 2017, pp. 119-140.

<sup>17</sup> Si veda l'analisi di MOSTACCI, SOMMA, *Il caso Uber. La sharing economy nel confronto tra common law e civil law*, cit., p. 6.

<sup>18</sup> Sulla posizione di *Uber* si sono pronunciate Corti di vari Paesi, dagli Stati Uniti, all'Italia, alla Francia. In dottrina, sulla natura giuridica di *Uber*, per tutti si rinvia a ANDERSON, "Not Just a Taxi?" *For Profit Ridesharing, Drivers Strategies, and VTM*, in *Transport*, 41, 2014, pp. 1099 ss; SCHEIDER, *Uber: Innovation in Society*, New York, 2017. Per la dottrina italiana, con un approccio comparatistico, vd. BELVISO, *Il caso Uber negli Stati Uniti e in Europa tra mercato, tecnologia e diritto. Obsolescenza regolatoria e ruolo delle Corti*, in *Media Laws*, 1, 2018; MOSTACCI, SOMMA, *Il caso Uber. La sharing economy nel confronto tra common law e civil law*, cit., *passim*; SURDI, *Concorrenza sleale e nuove forme di trasporto condiviso: il Tribunale di Milano inibisce Uber Pop*, in *Rivista di Diritto Economia Trasporti e Ambiente*, 13, 2015, pp. 392 ss. Sugli effetti del caso *Uber* sulla *sharing economy*, vd. SMORTO, *Caso Uber. L'impatto su tutta la sharing economy*, in *Il sole 24 ore*, pubblicato il 15 maggio 2017, on line su <<http://www.ilssole24ore.com/art/tecnologie/2017-05-15/caso-uber-l-impatto-tutta-sharing-economy-101832.shtml?uuid=AEOUAVMB&fromSearch>>.

per esempio, gli ingredienti vengono acquistati dai commensali o da loro direttamente prodotti (*a Km 0*) oppure i clienti cucinano insieme al proprietario dell'abitazione e cenano tutti insieme oppure ciascuno insegna agli altri a cucinare un certo piatto. In tal caso, forse, l'interesse è comune e saremmo nei parametri della *sharing economy*<sup>19</sup>.

La novità consiste nelle possibilità offerte dalle nuove tecnologie informatiche di agevolare queste tipologie di scambi: accedere ad un'ingente quantità di informazioni e dati, ridurre le asimmetrie informative, abbattere i costi transattivi, raggiungere una platea di controinteressati potenzialmente molto estesa. Ciò però non è sufficiente perché si possa parlare di *sharing economy*, giacché nella sua accezione originaria è massimamente rilevante la scelta di mettere a disposizione degli altri le risorse sottoutilizzate. Dunque, non è rilevante la ricerca di un profitto, ma la condivisione dei costi diretti o indiretti<sup>20</sup>. Pertanto, le risorse sottoutilizzate non sono state prodotte o acquisite al fine della condivisione, per cui la condivisione è secondaria al fatto che il viaggio in macchina da Palermo a Catania era già stato progettato dal titolare dell'automobile.

Uscendo dall'esempio del viaggio in macchina, forse più intuitivo, e tornando al fenomeno *home restaurant*, la condivisione implica la parziale sopportazione dei costi da parte dell'utente cuoco: se egli non avesse un autonomo interesse, il pranzo o la cena diventerebbero ovviamente antieconomici.

Volendo essere più chiari, perché possa utilizzarsi correttamente la locuzione *sharing economy*, non può prescindersi dalla vocazione collaborativa: non basta una piattaforma che mette in relazione domanda ed

<sup>19</sup> La letteratura che tenta di definire il concetto di *sharing economy* e di individuarne i caratteri essenziali è copiosa, per riassumere il dibattito, per tutti si vedano AIGRAIN, *Sharing. Culture and Economy in the Internet Age*, Amsterdam, 2012, *passim*; BELK, *Why Not Share Rather Than Own?*, in *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 611, 2007, pp. 125 ss.; BENKLER, *Sharing Nicely: On Shareable Goods and the Emergence of Sharing as a Modality of Economic Production*, in *Yale Law Journal*, 114, 2004, pp. 273-301; BOTSMAN, *The Sharing Economy Lacks a Shared Definition*, in *Fast Company* del 21.11.2013, consultabile on line su <<http://www.fastcoexist.com/3022028/the-sharing-economy-lacks-a-shared-definition>>; COHEN, SUNDARAJAN, *Self-Regulation and Innovation in the Peer-to-Peer Sharing Economy*, in *University of Chicago Law Review Dialogue*, 82, 2015, p. 116; MILLER, *First Principles for Regulating the Sharing Economy*, in *Harvard Journal On Legislation*, 53, 2016, pp. 147-149. Per la dottrina italiana, si veda SMORTO, *Verso una disciplina giuridica della sharing economy*, in *Mercato concorrenza regole*, 17, 2, 2015, pp. 245-277; ID., *Reputazione, Fiducia e Mercati*, in *Europa e Diritto Privato*, 1, 2016, pp. 199-218; ID., *I contratti della sharing economy*, in *Foro Italiano*, 5, 2015, pp. 221 ss.

<sup>20</sup> Per la distinzione in questione, vd. MOSTACCI, SOMMA, *Il caso Uber. La sharing economy nel confronto tra common law e civil law*, cit., p. 189.

offerta di beni o servizi, con un sistema di feedback che valuti la affidabilità e professionalità degli operatori e dei clienti e riduca le asimmetrie informative e i costi transattivi. Per questo *frame-work* di riferimento, le espressioni semanticamente più corrette sono *on-demand economy* o *gig economy*. Diversamente, si finisce per attribuire le virtù socialmente positive (della *sharing economy*), quali la valorizzazione dei rapporti interpersonali e di migliore sfruttamento di risorse altrimenti sottoutilizzate, ad attività che, in realtà, ne sono prive<sup>21</sup>.

Nel prosieguo di questa analisi, tuttavia, verrà utilizzata l'espressione *sharing economy* con riferimento all'attività di *home restaurant*, sia perché il fenomeno, emerso sulla *rete web* e descritto in letteratura, è molto vario e si compone di forme più collaborative e di altre che lo sono meno, sia perché il legislatore italiano vi fa espresso riferimento nel Ddl in commento e nei vari lavori preparatori.

#### 4. Le risposte offerte dal Ddl alle criticità emerse dalla distonia tra le prassi diffuse e le qualificazioni proposte dal MISE

Il Disegno di legge, al fine di assicurare che l'attività in questione sia prestata in modo occasionale, all'art. 4, comma 4, individua due parametri, entro i quali può essere svolta. Si tratta, da un lato, di un parametro fiscale, invece che di merito, per cui i proventi dell'attività devono restare entro i 5000 euro annui; e, dall'altro, di un parametro quantitativo, per cui l'*home cooker* potrà offrire pasti per un massimo di 500 coperti annui. Il limite di coperti vale per l'operatore cuoco e per l'unità immobiliare ad uso abitativo dove si svolgono le attività di *home restaurant*.

Secondo questa impostazione, facendo i conti in tasca al prestatore di servizi occasionale, ciascun commensale dovrebbe pagare 10 euro per pasto oppure l'*home cooker* dovrebbe ridurre il numero dei coperti in modo inversamente proporzionale al prezzo del pasto che vuole offrire. Scelte di politica aziendale e di marketing, che non è questa la sede per discutere.

L'art. 3 del Ddl, intitolato 'obblighi del gestore' (della piattaforma), inoltre, prevede che le informazioni relative alle attività degli utenti, iscritti alle piattaforme digitali di *home restaurant*, siano tracciate e conservate, nel

---

<sup>21</sup> MOSTACCI, SOMMA, *Il caso Uber. La sharing economy nel confronto tra common law e civil law*, cit., p.190, i quali citano anche DYAL CHAND, *Regulating Sharing: the Sharing Economy as an Alternative Capitalist System*, in *Tulane Law Review*, 90, 2015-2016, pp. 241, 251ss.

rispetto della normativa in materia di trattamento dei dati personali.

Le prenotazioni possono essere effettuate solo *online*, solo attraverso la piattaforma, che deve archivarle con l'ausilio di un registro elettronico almeno 30 minuti prima della fruizione del servizio, e devono restare memorizzate anche in caso di cancellazione o mancata realizzazione dell'evento gastronomico.

Il pagamento della prestazione (prezzo del pasto-conto) può avvenire solo tramite sistemi di pagamento elettronico, in modo da garantire la piena tracciabilità, ed attraverso la piattaforma.

Le piattaforme digitali devono prevedere modalità univoche di registrazione dell'identità degli utenti operatori cuochi.

La partecipazione dell'utente fruitore all'evento enogastronomico richiede, in ogni caso, l'assenso da parte dell'utente operatore cuoco.

Per quanto concerne i requisiti igienico sanitari a tutela del consumatore-utente-fruitore, la proposta non obbliga all'impiego delle pratiche di HACCP, ma solo di GMP e GHP<sup>22</sup>. Tale scelta è stata (comprensibilmente) molto criticata dalla XII Commissione affari sociali della Camera dei Deputati<sup>23</sup> ed è lontana anche da altri modelli utilizzati in esperienze straniere, come per esempio quella inglese.

Il legislatore mostra di voler incoraggiare la scelta di ingredienti *a km 0*, un' "alimentazione sostenibile" e la tutela delle tradizioni gastronomiche locali. Ed infatti, già nel preambolo si presenta l'intervento in esame come foriero di misure volte a garantire la trasparenza, la tutela dei consumatori, la leale

---

<sup>22</sup> Per le differenze tra questi diversi modelli di controllo e tracciabilità degli alimenti, vd. REITANO, *Il ruolo della tracciabilità nella commercializzazione dei prodotti agroalimentari*, Milano, 2012; GRAZIA, GREEN, HAMMOUDI (a cura di), *Qualità e sicurezza degli alimenti. Una rivoluzione nel cuore del sistema agroalimentare*, Milano, 2008; PERI, LAVELLI, MARJANI (a cura di), *Qualità nelle aziende e nelle filiere agroalimentari. Gestione e certificazione dei sistemi per la qualità, per la rintracciabilità e per l'igiene*, Milano, 2008; D'AMICO, LANFRANCHI (a cura di), *Produzioni agroalimentari tra rintracciabilità e sicurezza. Analisi economiche e politiche di intervento*, Atti del XLIV Convegno di studi della Società Italiana di Economia Agraria, Milano, 2008; RAIMONDI, *Diritto penale degli alimenti*, Roma, 2018; AA. VV., *The Law Library, Sicurezza dei prodotti alimentari. Sintesi della legislazione dell'UE*, edito da Create Space Independent Publishing Platform, 2018; BERNARDI, CAPRI, PULINA (a cura di), *La sostenibilità delle carni e dei salumi in Italia. Salute, sicurezza, ambiente, benessere animale, economia circolare e lotta allo spreco*, Milano, 2018. Per la dottrina di *common law*, per tutti si vedano VOELLER, *Food Safety and Food Security*, New York, 2014; MORGAN, MARSDEN, MURDOCH (eds.), *World of Food. Place, Power and Provenance in the Food Chain*, Oxford, 2008.

<sup>23</sup> Per il dibattito in Commissione si rinvia ai documenti pubblicati on line su <<http://www.camera.it/leg17/126?idDocumento=3258>>, e <[https://www.camera.it/leg18/1100?tab=1&shadow\\_organico\\_parlamentare=2810&id\\_tipografico=10](https://www.camera.it/leg18/1100?tab=1&shadow_organico_parlamentare=2810&id_tipografico=10)>, consultati il 12 febbraio 2019.

concorrenza, la salute, nell'ambito dell'economia della condivisione, ma anche intese a valorizzare e favorire la cultura del cibo tradizionale e di qualità.

Per quanto riguarda gli obblighi assicurativi, l'art. 3, comma 6, prevede l'obbligo per l'utente operatore cuoco di stipulare due distinti contratti assicurativi: il primo relativo alla responsabilità derivante dai rischi propri dell'attività di *home cooker*; il secondo avente ad oggetto l'unità immobiliare a uso abitativo e la responsabilità civile per danni causati a terzi all'interno di detto immobile. Tuttavia è il gestore della piattaforma ad avere l'obbligo di verificare che l'utente operatore cuoco sia coperto con le due citate polizze.

Più in generale, ai sensi dell'art. 3, comma 7, il gestore è obbligato a verificare che gli utenti cuochi siano in possesso dei requisiti previsti dalla stessa legge per l'esercizio dell'attività di *home restaurant*, ai fini dell'iscrizione alla piattaforma digitale. Pertanto l'iscrizione è subordinata alla verifica della sussistenza di tali requisiti.

Inoltre, il gestore della piattaforma, nel rispetto del principio di trasparenza, fornisce all'utente fruitore le corrette informazioni relative al servizio offerto e alle polizze assicurative stipulate ai sensi del comma 6, esplicitando che si tratta di un'attività non professionale di ristorazione.

Sempre il gestore, ai sensi del comma 9 dell'art. 3, deve comunicare ai comuni, per via digitale, le unità immobiliari registrate nella piattaforma presso le quali si svolgono le attività di *home restaurant*.

Dunque, è evidente che la piattaforma non è un semplice *market-place*, dove si incontrano domanda ed offerta. Il Ddl individua obblighi puntuali e penetranti della piattaforma nei confronti sia degli utenti cuochi che degli utenti fruitori.

Sotto altro e differente profilo, in sostituzione dell'obbligo della SCIA – attualmente in vigore, in assenza di una normativa speciale – il progetto individua un obbligo di comunicazione telematica al Comune, la cui forma e contenuto verranno meglio precisati con decreto in sede di attuazione.

Inoltre, si prevede espressamente (art. 5, comma 3) che l'attività di *home restaurant* non può essere esercitata nelle unità immobiliari a uso abitativo in cui sono esercitate attività turistico-ricettive in forma non imprenditoriale o attività di locazione per periodi di durata inferiore a trenta giorni (B&B, Case Vacanze...). Pertanto, il 'locatore a breve termine' non può essere un *home cooker*. Ciò ad evidente tutela dei concorrenti albergatori, giacché la ratio evidente della norma è spezzare l'accoppiata *home restaurant* e *Airbnb*<sup>24</sup>.

---

<sup>24</sup> Si tratta di una scelta in parziale contrasto con la sentenza del TAR Lazio del 17.5-13.6.2016, consultabile on line su <<https://ricorsoinsieme.files.wordpress.com/2016/06/sentenza.pdf>>, con cui il TAR ha annullato, censurandone molti punti, il Regolamento della Regione Lazio, 7 agosto 2015, n. 8, recante la «Nuova disciplina delle strutture ricettive

Per quanto concerne l'ambito di applicazione e le modalità di svolgimento dell'attività, ai sensi dell'art. 4, le disposizioni in materia di *home restaurant* non troverebbero applicazione ove l'attività non sia rivolta al pubblico o comunque sia destinata a persone unite da vincoli di parentela o di amicizia, in queste ipotesi esse costituiscono attività libere. La disciplina non si applica neppure alle ipotesi di *social eating*, ovvero quando l'attività si articola in meno di 5 eventi enogastronomici nell'anno solare e 50 pasti totali. In tale ultima ipotesi, in particolare, non si applicano le norme sulle polizze assicurative e quelle sugli obblighi di comunicazione al comune delle unità abitative registrate per lo svolgimento delle attività. Dunque, molti *home cookers* saranno portati ad organizzare 5 eventi per massimo 10 persone ciascuno, molto costosi ed elitari, per restare fuori dal campo di applicazione della normativa e dagli obblighi e costi da essa derivanti. L'*home restaurant* si allontana, così, dall'idea di economia della condivisione e diventa un fatto elitario e per utenti-fruitori molto danarosi.

Ai sensi del comma 3 dell'art. 4, gli utenti operatori cuochi si avvalgono esclusivamente della propria organizzazione familiare e di una unità immobiliare ad uso abitativo, che deve possedere i requisiti di abitabilità e di igiene previsti dalla normativa vigente per gli immobili destinati a tale uso.

Il richiamo all'organizzazione familiare farebbe pensare all'impresa familiare (art. 230 bis c.c.), ma l'occasionalità dell'attività, prevista *ex lege*, porta ad escludere che l'*home cooker* possa essere qualificato come imprenditore. Mancherebbe qui il principale requisito soggettivo della professionalità (art. 2082 c.c.), ma sarebbe presente quello oggettivo dell'organizzazione di struttura (unità immobiliare), beni strumentali (mobili, suppellettili,

---

extralberghiere». Il regolamento colpiva moltissime strutture extralberghiere di Roma, peraltro nel periodo del Giubileo. La *ratio* del Regolamento era combattere l'abusivismo e l'evasione fiscale nel settore extralberghiere della Capitale. Tuttavia, le limitazioni e le restrizioni eccessive rispetto alla stessa *ratio* erano forse anche dovute ad un intervento delle lobby alberghiere di Confindustria e Confcommercio. Una delle norme più inique, contenute nel Regolamento e censurata dal TAR, prevedeva, per i B&B non imprenditoriali, la chiusura di 120 giorni all'anno per la città metropolitana di Roma Capitale e di 90 giorni nei restanti comuni. La penalizzazione riguardava anche le *Case Vacanza* e gli appartamenti in affitto turistico che, se prima non avevano un obbligo specifico di fermo, avrebbero dovuto chiudere 100 giorni all'anno. Tra le censure anche quella riguardante i vincoli dimensionali in termini di metratura, che avrebbero comportato onerosi obblighi di adeguamento delle strutture esistenti, e quella riguardante il periodo di soggiorno minimo di 3 giorni nelle *Case Vacanza*. Il ricorso è stato presentato dall'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato. L'Autorità ha rilevato e il TAR ha accertato che le disposizioni in questione integravano specifiche violazioni dei principi concorrenziali nella misura in cui limitavano l'accesso alla ricettività extralberghiera e ne rendevano più difficile l'esercizio, senza effettive e correlate esigenze di interesse generale e, per ciò, ha ritenuto dette violazioni non giustificate e discriminatorie.

attrezzatura da cucina) e lavoro (proprio e dei familiari).

Da un punto di vista sanzionatorio (art. 7), la mancanza dei requisiti previsti per l'esercizio dell'attività determinerà la sanzione prevista dall'art. 10, comma 1, L. 25.8.1991 n. 287 per chi esercita abusivamente attività di somministrazione al pubblico di alimenti e bevande, multa da 516 a 3.099 euro.

#### 4.1 *Riflessioni critiche sul disegno di legge*

Le reazioni al Ddl nel mondo degli addetti ai lavori sono state le più varie, motivate, com'è naturale, da interessi confliggenti. Pertanto, da un lato, la Federazione Italiana Pubblici Esercenti (FIPE), ha accolto la proposta di legge con grande entusiasmo, come emerge dalle parole del suo Presidente, il quale evidenzia che “finalmente si mette fine ad un'evasione fiscale e contributiva pressoché totale”<sup>25</sup>.

Dall'altro lato, dal mondo dell'*home restaurant*, è stato sottolineato che l'obbligo di registrazione sulle piattaforme dedicate e il pagamento elettronico, insieme, secondo una stima approssimativa, impediranno l'85% delle probabili aperture<sup>26</sup>.

Il rischio che il modello proposto dal Ddl si traduca in eccessive limitazioni della libertà di iniziativa economica è evidenziato anche dall'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM). Quest'ultima ritiene che la quantificazione normativa del numero massimo di coperti che possono essere allestiti (500) e del reddito annuo che l'attività in esame può generare (5000 euro), che serve a caratterizzare l'attività come occasionale, ai fini fiscali, introduce limitazioni all'esercizio dell'attività che non appaiono giustificate e contrasta con i principi di libertà economica sanciti dall'art. 41 Cost., dal D. Lgs. N. 59/2010 e dai successivi decreti di liberalizzazione<sup>27</sup>.

Inoltre, prevedendo l'utilizzo delle piattaforme digitali come unica modalità per lo svolgimento dell'attività di *home restaurant* si riduce l'offerta

<sup>25</sup> Cfr. l'intervista a Marcello Fiore, disponibile su <<http://www.gamberorosso.it>> (consultato il 20 febbraio 2019), rilasciata il 18.1.2017, ovvero durante il periodo dei lavori preparatori del Ddl in commento e delle audizioni in aula alla Camera dei Deputati.

<sup>26</sup> Cfr. l'intervista a Giovan Battista Scivoletto su <<http://www.homrestaurant.com>>, consultato il 20 febbraio 2019. Il fondatore di una piattaforma dedicata, tra le più importanti in Italia, sottolinea i limiti di un modello interamente centrato sulla piattaforma stessa e i rischi di strozzare la libertà di iniziativa economica.

<sup>27</sup> Cfr. il Parere fornito alla Camera dei Deputati dall'Autorità garante della Concorrenza e del Mercato, NN 14, n. 55, trasmesso il 31.3.2017, Prot. n. 2017/00070017/GEN/TN, Rif. N. S2800, pubblicato on line su <<https://drive.google.com/file/d/0BwmVZkFpKV9LeDM4am pUQjg3QkpWYzVpWjVoRE5kRm5Gd0R3/view>>, consultato il 13 agosto 2019.



dei servizi di ristorazione per i clienti meno avvezzi all'uso di sistemi digitali/elettronici di acquisto e si crea una discriminazione con i ristoratori tradizionali, che, oltre a poter promuovere la propria attività e ricevere prenotazioni mediante siti internet, mantengono la possibilità di avere un contatto diretto con la clientela<sup>28</sup>.

Ed ancora, sempre secondo l'AGCM è priva di motivazioni e ingiustificatamente restrittiva l'esclusione delle attività di B&B e Case Vacanze in forma non imprenditoriale e della locazione dalla possibilità di ampliare l'offerta di servizi extralberghieri con quella del servizio di *home restaurant*<sup>29</sup>.

Nelle more di un'eventuale, ulteriore e compiuta gestazione del Ddl, gli operatori — più o meno professionali — del mercato digitale, i *suppliers* cuochi e tutti gli altri soggetti che ruotano attorno a questo mondo, in grande fermento e molto creativo nelle soluzioni offerte, non si sono fermati. Così, per esempio, sono nate nuove idee imprenditoriali, come quella di chi nella sua dimora fiorentina ha offerto camere e cucina gourmet, ma soprattutto ha lanciato una nuova *app* per cuochi casalinghi e affittacamere *Home Restaurant Hotel*, che ha raggiunto milioni di contatti e richieste di investimenti da vari Paesi UE ed extra UE<sup>30</sup>.

Depositato il marchio presso il MISE, la *app* è partita con una rete di *hosts* da diverse città di Italia (Firenze, Roma, Venezia, Torino, Milano, Lecce, Livorno, Palermo, Agrigento, Reggio Calabria...).

E' chiaro che il futuro della *app* è appeso all'iter finale del Ddl, già falciato dall'AGCM e che, peraltro, sembra in contrasto con le posizioni della Commissione Europea, che (già dal giugno 2016) esorta gli Stati membri ad incentivare le forme di economia condivisa, nella misura in cui rappresentano opportunità per partecipare alla crescita economica dell'intera comunità, lanciando l'*Agenda europea per l'Economia collaborativa*<sup>31</sup>.

---

<sup>28</sup> *Ivi.*

<sup>29</sup> *Ivi.*

<sup>30</sup> Cfr. l'intervista a Gaetano Campolo su *Il sole 24 ore* del 26.11.2017.

<sup>31</sup> Il riferimento è alla *European Agenda for the Collaborative Economy*, 2 giugno 2016, COM (2016) 356 final, consultabile on line su <<https://ec.europa.eu/transparency/regdoc/rep/1/2016/EN/1-2016-356-EN-F1-1.PDF>>. In dottrina si veda lo studio di G. SMORTO, *Critical Assessment of European Agenda for the Collaborative Economy. In-Depth Analysis*, commissionato dal Policy Department for Economic, Scientific, and Quality of Life Policies, su richiesta dello European Parliament's Committee on the Internal Market and Consumer Protection, IP/A/IMCO/2016-10, PE 5895.361, Febbraio, 2017, consultabile on line su <[http://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document.html?reference=IPOL\\_IDA\(2016\)595361](http://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document.html?reference=IPOL_IDA(2016)595361)>.



## 4.2 Raffronti Comparatistici

Non è un caso se le scelte di politica legislativa di altri Paesi in tema di *social eating* si sono concretizzate in modelli in cui sono sufficienti il protocollo HACCP e la Dichiarazione di Avviamento Attività per esercitare le attività in questione.

In Inghilterra, ad esempio, l'attività di *home restaurant* è disciplinata dalle norme igieniche di somministrazione del cibo, ma non vede limiti né in relazione ai soggetti che offrono il servizio (B&B o altro) né in termini di ricavi né di numero di coperti.

Negli Stati Uniti esiste un florilegio di forme differenti di *undeground dining*. Le più comuni sono i *secret suppers* e i *pop-up restaurant*.

I *secret suppers* hanno luogo in case private e in altri luoghi, che nel loro uso normale e quotidiano non sono adibiti alla ristorazione. Il cibo è in genere preparato in una cucina non professionale e i locali ed il cuoco non sono soggetti ad alcuna ispezione o controllo da parte delle autorità sanitarie locali competenti. Gli invitati appartengono a gruppi selezionati, attraverso *e-mails* o inviti personali, comunque in un'ottica abbastanza elitaria e per certi versi non inclusiva<sup>32</sup>.

I *pop-up restaurants* operano in spazi inutilizzati o poco utilizzati di ristoranti esistenti, che sono stati sottoposti a controllo e lavorano in cucine oggetto di ispezione da parte delle autorità locali competenti, ma anche in spazi non commerciali o ad uso ex-industriale, magazzini, depositi, birrerie o all'aperto in parchi o fattorie<sup>33</sup>.

Nell'esperienza statunitense è stato rilevato che molti di questi *secret suppers* e *pop up restaurants*, oltre agli standard legati alla salute pubblica ed alle regole in tema di concorrenza, talvolta, violano anche la normativa sul lavoro dipendente e l'*American Disabilities Act* (ADA)<sup>34</sup>, nonché le norme in tema di tutela dell'ambiente relative allo smaltimento dei rifiuti e degli oli esausti in particolare.

È chiaro che queste violazioni incidono anche sul piano della concorrenza (presenza sul mercato con minori costi rispetto ad altri operatori), ma è evidente l'interesse pubblico rispetto ai valori sottesi (lavoro, salute, ambiente).

---

<sup>32</sup> GOODYEAR, *Toques from Underground: The rise of the Secret Supper Club*, in *The New Yorker*, pubblicato il 3 Dicembre 2012, consultabile on line su <<http://www.newyorker.com/magazine/2012/12/03/toques-from-underground>>.

<sup>33</sup> BRUNI, *The Now-You-See-It Restaurant*, in *New York Times*, pubblicato il 4 Gennaio 2011, consultabile on line su <<http://www.nytimes.com/2011/01/05/dining/05temp.html>>.

<sup>34</sup> Vd. *Knight v. Union/Pine*, 2013 WL 4828751, \*1 (D Or), in cui l'attore lamentava di essere stato escluso dal partecipare ad una cena in un *pop-up restaurant* in violazione dell'ADA.

Altri nodi problematici emersi nella prassi americana sono legati al sistema di tassazione e alla difficoltà di distinguere redditi personali e da lavoro degli chef.

Peraltro, un po' ovunque, per alcuni chef, l'*underground dining* è intimamente connesso alla volontà di evitare permessi, licenze, burocrazia e le spese che ne conseguono (anche in termini di adeguamento della struttura)<sup>35</sup>.

In effetti, sia l'attuale quadro normativo di default, sia la proposta contenuta nel Ddl sottopongono l'attività di *home restaurant* a forme di controllo pubblico (anche attraverso le piattaforme nelle previsioni del Ddl), sia per quanto attiene l'accesso al mercato da parte degli operatori cuochi, sia per quanto riguarda livelli standard del servizio offerto e di salubrità e tracciabilità degli alimenti. Nello stesso tempo, però, resta netta la linea di confine tra l'attività di ristorazione tradizionale e quella di *home restaurant* sotto differenti profili, che non è possibile qui analizzare per ragioni di spazio.

I sistemi di *common law*, cui si è fatto cenno, invece lasciano più al mercato il compito di autodisciplinarsi, mostrano una maggiore fiducia nel mercato "quale razionale strumento per l'efficiente allocazione delle risorse e, quindi, di definizione del livello ottimale del servizio"<sup>36</sup>.

I due diversi approcci hanno delle ricadute significative sul modo di atteggiarsi dei poteri pubblici. In particolare, nel modello italiano spetta al potere pubblico assumere scelte fondamentali nella materia considerata, anche se si guarda alla soddisfazione di bisogni dei privati, e l'innovazione tecnologica, seppure offra il suo contributo, resta un valore subordinato e comunque tutelabile se e nella misura in cui possa ingenerare un miglioramento nella soddisfazione di altri bisogni meritevoli di tutela (salute del consumatore, tutela del lavoro, tutela delle finanze dello stato e lotta all'evasione fiscale, concorrenza...).

I sistemi di *common law*, al contrario, mostrano una propensione alla libertà di iniziativa economica, attraverso l'innovazione tecnologica, forse maggiore e coerente con il carattere residuale dell'intervento pubblico. Quest'ultimo, infatti, si giustifica solo in ragione dei fallimenti del mercato

---

<sup>35</sup> Vd. *The Sharing Economy: Remove the Roadblocks*, in *The Economist*, pubblicato il 26 Aprile 2014, consultabile on line su < <https://www.economist.com/leaders/2014/04/26/remove-the-roadblocks>>, consultato il 20 agosto 2019; KENNEDY, *Dining Off the Grid: A Movement of Movable Feasts, Secret Supper Clubs and Artistic Speakeasies Sates the Desire of the Culinary Crowd*, in *The Monthly*, pubblicato l'8 Marzo 2008, on line su <<http://www.themonthly.com/feature-03-08-1.html>>, consultato il 20 agosto 2019.

<sup>36</sup> Formulano questa considerazione rispetto ad *Uber*, ma è sostanzialmente ripetibile anche per il settore oggetto di questa analisi, MOSTACCI, SOMMA, *Il caso Uber. La sharing economy nel confronto tra common law e civil law*, cit., p. 195.

e, quindi, avrà una vocazione meramente reattiva, nel caso in cui l'utilizzo dell'innovazione di processo mostri di avere avuto effetti assai negativi sulla quantità e qualità dei servizi offerti o sull'ammontare delle controprestazioni. In questo quadro assume una particolare rilevanza la fiducia (quasi cieca) nei 'meccanismi reputazionali', che sarebbero (da soli) capaci di rimuovere le asimmetrie informative e prevenire gli insuccessi del mercato concorrenziale (che giustificano l'intervento del potere politico ossia del legislatore) e, quindi, di rispondere in maniera più adeguata alle esigenze sottese<sup>37</sup>.

È importante, anche alla luce dei modelli presenti in altri sistemi, che l'*home restaurant* venga riconosciuto come attività autonoma occasionale e, quindi, distinta dall'attività offerta in modo professionale ed imprenditoriale.

Va valutato positivamente, proprio alla luce dei nodi problematici emersi anche in altri sistemi, il modello del Ddl che prevede i pagamenti esclusivamente on line e la tracciabilità delle transazioni, anche a garanzia di una maggiore sicurezza per gli utenti.

Lo stesso vale per i requisiti di abitabilità degli immobili, che non pongono particolari problemi perché dovrebbero essere gli immobili in cui gli *home cooks* vivono.

Apprezzabile è la scelta della dichiarazione di inizio attività semplificata, con comunicazione al Comune per via elettronica.

Delicata è, invece, la questione sulla doppia assicurazione per la responsabilità civile verso terzi sia per l'attività di cuoco sia sull'abitazione. Questo doppio obbligo si traduce, nel modello proposto dal Ddl, in un vincolo per lo sviluppo delle piattaforme, che dovrebbero garantire l'esistenza e validità dei contratti stipulati dagli *home cooks* iscritti alla piattaforma. D'altro canto, però, si tratta di un doppio onere, che sembra imprescindibile, giacché la *ratio*, comprensibile e corretta, è di tutelare il consumatore-utente. È evidente, poi, che si tratta di costi impegnativi per l'*home cooker* occasionale, il quale probabilmente lo ribalterà sul cliente-utente.

Su questo fronte, una soluzione interessante emerge dall'analisi comparativa: negli Stati Uniti, infatti, alcune piattaforme offrono ai *cooks* di stipulare l'assicurazione in convenzione. Ciò è funzionale agli interessi della piattaforma, che vuole ospitare solo cuochi e iniziative sicure, perché il meccanismo dei feedback negativi o positivi è fondamentale. Alla piattaforma conviene ospitare *cooks* ben referenziati e, in ogni caso, che questi coprano i rischi della responsabilità civile verso terzi, di cui la stessa piattaforma conosce termini e condizioni per averli negoziati con la compagnia assicuratrice.

---

<sup>37</sup> *Ivi*, pp. 196-197.

È un mercato ‘reputazionale’ e basato sulla ‘cooptazione virtuosa’ anche questo (almeno idealmente). Ai *cookers* naturalmente conviene stipulare l’assicurazione offerta in convenzione dalla piattaforma, perché certamente riduce i costi, vista la serialità e molteplicità dei rischi assicurati dalla Compagnia Assicuratrice in questo modo<sup>38</sup>. Anche i clienti ne beneficiano, nella misura in cui il meccanismo virtuoso potrebbe incidere riducendo il prezzo del pasto.

A seguito dell’analisi comparativa, invece, possono essere valutati negativamente i limiti quantitativi dei 500 coperti e dei 5000 euro, forse più a tutela dei concorrenti ristoratori, che necessari a caratterizzare l’occasionalità della prestazione. Ed in effetti, porre tale limite di profitto significa non aver compreso il potenziale della *sharing economy*. Forse potrebbe essere più sensato limitare il numero dei coperti in base ai mq, così come avviene per i ristoranti, anche per evitare un possibile freno allo sviluppo di una enogastronomia locale e tipica, giacché il cuoco finirebbe per preferire una spesa *low cost*, anziché la scelta di prodotti tipici, *bio*, *a km 0*, così come invece auspica il Ddl nei suoi primi articoli.

Anche la non cumulabilità di locazione a breve termine ed *home restaurant* (ovviamente a tutela dei concorrenti albergatori di professione) sembra limitare la crescita della *sharing economy*, ponendo l’operatore davanti alla scelta se mettere in gioco le proprie abilità culinarie o utilizzare (locandola) una stanza in più in casa.

Si potrebbe formulare il testo in maniera più puntuale, esplicitando il divieto e limitandolo nel senso che gli ospiti B&B non dovranno coincidere con i commensali delle cene.

In effetti, alcuni dei limiti individuati dal Ddl mostrano l’incapacità del legislatore di leggere correttamente il fenomeno o, comunque, la preoccupazione maggiore di tutelare interessi di associazioni di categoria, che non hanno pienamente capito quanto l’*home restaurant* sia lontano dall’esperienza del ristorante e sia non avversario ma strumento di sviluppo del settore. Chi frequenta un *home restaurant*, una volta ogni tanto probabilmente continuerà a frequentare i ristoranti tradizionalmente intesi.

Peraltro, volendo fare un po’ di economia domestica, il tetto massimo di 5000 euro e di 500 coperti si traduce in 10 euro a coperto e, considerati i costi di assicurazione e le doverose misure igienico sanitarie, è evidente che

---

<sup>38</sup> Vd. La polizza *What cooks should know. Feastly \$1.000.000 Cook Protection*, proposta on line su <<https://experiences.chefsfeed.com/info/cook-protection/>>, che copre danni a persone e cose degli ospiti quando il cooker ha ricevuto la prenotazione ed offerto il servizio per il tramite della piattaforma <<https://eatfeastly.com>>. Entrambi i links sono stati consultati il 20 agosto 2019.

‘il gioco non vale la candela’.

Il Ddl in questo senso va verso una chiusura riduzionistica e accentratrice delle attività connotate dallo spirito della *sharing economy*, limitando a restringendo spazi di manovra libera sul mercato.

Tuttavia, non è vero neppure che si impedisce ai singoli *home cookers* di promuovere la propria attività autonomamente o attraverso siti individuali, poiché nulla impedisce di creare un link sul singolo sito che rinvia alla piattaforma, dove, comunque, il potenziale cliente troverà anche tanti altri concorrenti del cuoco inizialmente scelto.

## 5. Considerazioni conclusive

L'analisi sin qui svolta, conferma che nel sistema italiano, al contrario di quelli di common law, la cultura giuridica radicata porta a ritenere che se qualcosa non abbia una specifica disciplina legislativa sia illegale. Da qui l'esigenza di legiferare su molte materie in cui forse non sarebbe necessario, perché basterebbe applicare in via analogica altre norme già esistenti: per esempio, nella materia in questione, le regole sulla SCIA e sul sistema HACCP.

Se proprio non si riesce a resistere all'esigenza di legiferare, sarebbe bene farlo con l'obiettivo di promuovere questa attività, di portare sviluppo, diretto ed indotto, al turismo e ad altri settori a contatto, oltre che la possibilità per molti soggetti in difficoltà di generare un micro-reddito oggi importante.

Anche sul tema del *social eating* si è assistito ad un cliché ormai tipico dei fenomeni della *sharing economy* e dell'innovazione, per cui sono i settori tradizionali (concorrenti) a chiedere regole su attività che possono costituire una minaccia in termini di concorrenza sul mercato. Gli operatori del nuovo settore emergente, invece, evidenziano che norme troppo severe rischiano di bloccare l'innovazione. Le nostre menti vanno subito ai casi *Uber-taxi* o *Airbnb-alberghi*.

Rispetto a questi precedenti, possono essere replicate alcune considerazioni che riguardano il ruolo/potere delle piattaforme, solo parzialmente alcuni rilievi relativi alla condizione dei lavoratori (*home cookers*)<sup>39</sup>, sempre solo parzialmente alcuni ragionamenti che attengono alla concorrenza e, quasi totalmente, alcune osservazioni riguardanti i meccanismi di feedback, la

---

<sup>39</sup> ALOISI, *Il lavoro "a chiamata" e le piattaforme on line della collaborative economy: nozioni e tipi legali in cerca di tutele*, in *Labour & Law Issues*, 2, 2, 2016; DAGNINO, *Il lavoro nella on-demand economy: esigenze di tutela e prospettive regolatorie*, in *Labour & Law Issues*, 2, 1, 2015.

fiducia e la reputazione<sup>40</sup>.

Più precisamente — ma in estrema sintesi, per ragioni di spazio — per quanto concerne le piattaforme, queste “lavorano sulle regole (...) con configurazioni della propria attività di carattere volutamente *border line*”<sup>41</sup>, utilizzando l’argomento per cui ad esse non si applicherebbero le norme dettate per chi già opera in un dato settore, rispondendo ai bisogni di una certa utenza, in quanto esse, pur soddisfacendo gli stessi bisogni, applicano processi produttivi innovativi grazie allo sviluppo tecnologico.

In altri termini, come in altri casi, l’innovazione di prodotto o di processo mira a sfruttare le zone d’ombra lasciate dal legislatore. Ciò si verifica, nonostante gli sforzi (anche del MISE) di puntualizzare le regole applicabili allo stato attuale, seppure forse nella non piena percezione che le regole comportano oneri per gli agenti economici, che operano sul mercato, e che è necessario garantire procedure di *enforcement*, tali da assicurare il loro rispetto, ma anche la relativa uniforme onerosità delle stesse<sup>42</sup>.

Inoltre, le piattaforme spesso assumono un ruolo performativo nella definizione di concetti, nella qualificazione di relazioni sociali e poi giuridiche e, quindi, nella regolazione del mercato.

Non è un caso se questo contributo è partito dall’analisi delle definizioni di *home restaurant* offerte dalle principali piattaforme del settore. Queste, infatti, come è stato per *Uber* o è per *Airbnb*, *Booking* o altro, stanno riuscendo ad avere un ruolo importante nel definire le modalità ed i diversi passaggi in cui si articola la produzione e l’offerta del servizio, al punto da rappresentare dei *leading* (seppure non *binding*) *precedents*, ovvero degli standard di riferimento per gli altri operatori. Per esempio, si pensi alla regola per cui una prenotazione può essere annullata entro un certo numero di ore prima dell’evento enogastronomico fissato, pena il pagamento di una penale; alla qualificazione come *independent contractor* del *cooker* e del cliente ed alle relative conseguenze in tema di risarcimento del danno; all’utilizzo obbligatorio di sistemi elettronici di pagamento<sup>43</sup>.

### 5.1. *I cuochi come independent contractor e i meccanismi reputazionali*

La qualificazione dei collaboratori (cuochi) delle piattaforme come

---

<sup>40</sup> Per tutti vd. SMORTO, *Reputazione, fiducia e mercati*, cit., pp. 199-218.

<sup>41</sup> Cfr. MOSTACCI, SOMMA, *Il caso Uber. La sharing economy nel confronto tra common law e civil law*, cit., p. 202.

<sup>42</sup> *Ivi*, p. 202.

<sup>43</sup> *Ivi*, p. 203.

*independent contractor* ha rilevanti conseguenze sia per i diretti interessati che per i terzi e per la collettività nel suo complesso.

In effetti, però, proprio sul ruolo degli *home cookers* come *independent contractor* non come lavoratori subordinati, occorre fare alcune puntualizzazioni.

Infatti, per *Uber*, *Glovo*, *Social Food*..., le piattaforme, operatori economici forti, hanno sempre utilizzato termini e locuzioni per evitare di qualificare gli autisti, motociclisti e *bikers* come lavoratori subordinati, per confinarli in una “parallel dimension in which labor protection and employment regulation are assumed not to apply by default”<sup>44</sup>. In effetti, però, la posizione dei lavoratori cuochi è assai peculiare, poiché l'*home cooker* ha un'organizzazione di mezzi sua propria (casa, menu, scelte del cibo, prezzi, immagine ed allestimenti dell'*home restaurant*, arredo...) e le sue capacità individuali e la sua arte culinaria sono determinati. Diversamente da *Uber*<sup>45</sup>, per esempio, l'operatore non svolge mansioni semplici e i mezzi e le capacità che il *cooker* mette in campo assumono estrema rilevanza nella scelta operata dall'utente-cliente. Diversamente da *Uber*, infatti, il cliente sceglie l'*home cooker*, che non gli viene assegnato dal sistema sulla base di un principio di prossimità, legato al programma di geo-localizzazione.

Probabilmente, la natura giuridica di *independent contractor* va accertata, di volta in volta, avendo riguardo ad alcuni aspetti: occorrerà valutare se l'*home cooker* svolge l'attività a tempo pieno o se con questa integra i redditi derivanti da un altro lavoro, magari a tempo parziale. Certamente, se dovesse essere approvato il Ddl, con il limite reddituale dei 5000 euro annui, è chiaro che si potrà difficilmente pensare che l'attività di *home restaurant* possa essere prestata a tempo pieno e come attività principale. Si tratterebbe più che altro di un'attività saltuaria (occasionale, appunto).

Peraltro, come per tutti questi 'lavori alla spina', coesistono diverse professionalità e diversi profili: una parte con buona affermazione professionale ed una larga maggioranza di operatori certamente meno qualificati. Pertanto, risulta arduo ricomporre questo puzzle in un unico quadro normativo, anche volendo crearne uno *ad hoc*, come vorrebbe fare

<sup>44</sup> DE STEFANO, *The rise of the “Just-In-Time Workforce”: On-demand Work, Crowdwork and Labour Protection in the “Gig Economy”*, in *Ilo – Condition of Work and Employment Series*, 7, 2016, p. 478; sul punto, cfr. anche DAGNINO, *Uber Law: prospettive giuslavoristiche sulla sharing/on-demand economy*, in *Diritto delle Relazioni Industriali*, 2016, pp. 137ss.; KATZ, KRUGER, *The Rise and the Nature of Alternative Work Arrangements in the United States, 1995-2015*, 29 marzo 2016, consultabile on line su <[http://krueger.princeton.edu/sites/default/files/akrueger/fileKatz\\_fruerger\\_cws\\_-\\_march\\_29\\_20165.pdf](http://krueger.princeton.edu/sites/default/files/akrueger/fileKatz_fruerger_cws_-_march_29_20165.pdf)>.

<sup>45</sup> BIRGILLITTO, *Lavoro e nuova economia: un approccio critico. I molti vizi e le poche virtù dell'impresa Uber*, in *Labour & Law Issues*, 2, 2, 2016.



il Ddl in commento.

Un aspetto che potrebbe indebolire la posizione dei *cookers*, utenti delle piattaforme, è legato ai meccanismi di *rating* e *feedback*, spesso poco trasparenti, che portano talvolta fino alla disattivazione dell'utenza. Ciò ovviamente può minare la stabilità reddituale degli operatori e limitare la prevedibilità e la progettualità in termini di evoluzione lavorativa, seppure, come detto, dovrebbe trattarsi di attività occasionale.

Altro profilo attiene alla distribuzione del rischio di impresa tra *home cooker* e piattaforma: più sul primo che sulla seconda. Anche qui, l'analisi del caso concreto è imprescindibile per distinguere la posizione del professionista affermato - che usa la piattaforma per aumentare il suo giro di affari e la platea dei clienti (rispetto a quelli derivanti dalla 'versione *secret suppers*' del suo lavoro) - e quella dell'*home cooker* amatoriale alle prime armi. Non sempre sussiste il parallelismo tra rischio e responsabilità. Ciò è ancora più vero se si considera che il modello organizzativo dell'*home restaurant* prevede una quota rilevante di capitale fisico, conferita dai *cookers*, per i quali il rischio non è solo legato al mantenimento della posizione lavorativa, ma anche all'eventuale infruttuosità dell'investimento (abitazione adeguata, materie prime, arredi e corredi, assicurazione...), il cui ammontare spesso è determinato proprio da requisiti imposti dalla piattaforma (in assenza della normativa speciale) e spesso non è compensato da un livello di remunerazione dignitoso.

È chiaro che i cuochi, da un punto di vista economico, partecipano all'organizzazione aziendale della piattaforma, seppure con il proprio lavoro e con strumenti di lavoro autonomamente predisposti e, a loro volta, organizzati.

Non sembra sufficiente, come correttivo dello squilibrio di potere tra piattaforma e operatore, il 'meccanismo reputazionale', di monitoraggio e divulgazione delle qualità del *lavoratore alla spina*, che dovrebbe funzionare da strumento di tutela del consumatore, perché lo informa. Lungi dall'essere validi "sostitut(o)i dei sistemi di attuazione dei diritti"<sup>46</sup>, la più attenta dottrina è concorde nel ritenere che questi 'meccanismi reputazionali' sono fallaci e, talvolta, inadeguati a fornire dati attendibili o, comunque, verificabili. Essi, peraltro, come detto, contribuiscono ad indebolire la posizione della parte debole del rapporto piattaforma-operatore nella misura in cui la condizione del lavoratore e la sua capacità di produrre reddito dipendono da giudizi discrezionali (o magari umorali), spesso pregiudizi, dei clienti circa la qualità del servizio offerto.

---

<sup>46</sup> Cfr. SMORTO, *Reputazione, fiducia e mercati*, cit., p. 202. Il plurale è qui utilizzato, in luogo dell'originale singolare. Si veda anche ID., *La tutela del contraente debole nella platform economy*, in *Giornale di diritto del lavoro e delle relazioni industriali*, 2, 2019, pp. 158 ss.



## 5.2. Concorrenza e controllo dei pubblici poteri

C'è un'altra differenza sostanziale: regolare la preparazione ed offerta al pubblico del cibo ha a che fare con la salute dei consumatori. C'è qui un interesse veramente superiore alla salubrità dei cibi e ad evitare malattie e patologie legate alla provenienza, conservazione, trasformazione e allo smaltimento di questi. Queste questioni solo in parte hanno a che fare con concorrenza, tasse e lavoro. Si tratta di beni giuridici rispetto ai quali ci si aspetta un ruolo di regolazione e controllo da parte dell'autorità, probabilmente in forme maggiori e più pervasive di quelle auspicabili in altri settori della *sharing economy*.

Questo forse in parte spiega perché il Ddl sull'*home restaurant*, almeno in una prima fase, abbia avuto un iter relativamente veloce per i tempi italiani e sembrava destinato a precedere (forse un po' inopportuno ed improvvidamente) la legge quadro sulla *sharing economy*<sup>47</sup>, che dovrebbe stabilire le linee guida per 'costruire' poi le regole specifiche dei vari settori (*eating, mobility, housing...*) e che, invece, è ancora ferma in discussione alle varie commissioni di riferimento, nonostante sia stata preparata molto prima di quella sull'*home restaurant*. Se venissero approvate prima quella sull'*home restaurant* e poi quella quadro, potrebbe poi essere necessario un ulteriore intervento per armonizzare e coordinare le due discipline.

Sarebbe auspicabile trovare, sin dal primo momento, un bilanciamento adeguato tra i diversi valori in gioco: innovazione delle imprese, l'idea di 'costruire comunità', salute del consumatore e salubrità dei cibi.

Inoltre, in assenza di una legge *ad hoc*, mi preme evidenziare che, in un certo senso, la ristorazione *underground* è una forma di trasgressione che le nostre società condividono e celebrano (cuochi e clienti), minando un sistema per certi versi arcaico di regolamentazione del cibo e di ciò che con esso ha a che fare.

C'è una componente di ribellione al sistema, che non va taciuta, per quanto concerne i controlli sui cibi, le certificazioni e la tracciabilità dei prodotti. Spesso la scelta dell'*home cooker* è espressamente orientata verso materie prime che non provengono dalla grande distribuzione, vista come collegata a modelli di sfruttamento crudele di animali e pericolosa per l'ambiente. Le scelte dell'*home cooker* sono, dunque, volutamente alternative alle opzioni offerte da un ristorante tradizionale.

---

<sup>47</sup> Per un quadro complessivo sull'attività del legislatore italiano in materia, si veda D'IPPOLITO, *Sharing economy: l'esperienza italiana della XVII legislatura alla luce degli orientamenti europei*, in *MediaLaws*, 2, 2018.

Ora, se consideriamo l'*underground dining* come un atto di ribellione di chef e clienti contro norme sulla salubrità dei prodotti antiquate e contro le distorsioni della grande distribuzione; se la domanda di ristorazione *underground*, che serve prodotti *a km 0*, *bio* autocertificato o certificato attraverso meccanismi di associazionismo spontaneo di produttori (sul modello di Genuino Clandestino<sup>48</sup>), crescesse in modo significativo, le regole potrebbero essere cambiate.

Il fenomeno dei *secret suppers* potrebbe attivare percorsi per riforme significative, portare al riutilizzo di spazi abbandonati (luoghi dove offrire il servizio), contribuire a scambi economici virtuosi nell'ambito della *sharing economy* e costruire comunità, appunto.

Per alcuni profili, però, è innegabile che la ristorazione *underground*, nelle sue diverse forme, può assomigliare agli *old-fashioned* concorrenti, quando lo chef inizia ad assumere il ruolo dell'imprenditore che mira a produrre beni e servizi, massimizzando il profitto, senza curarsi della salute dei consumatori e della salubrità degli ambienti e degli alimenti, secondo un modello lontano dal fare comunità e dai dettami della *sharing economy*.

Nel proporre una nuova normativa va tenuto comunque presente e valorizzato l'aspetto sociale dell'*home restaurant*, nella misura in cui contribuisce alla vita culturale, all'incontro, al recupero di spazi vuoti o in disuso, all'industria del cibo e alla sua varietà e diversità; crea connettività tra le persone (vicini, locali e turisti), che cenano insieme attorno allo stesso tavolo; crea capitale sociale e benessere.

Limite invalicabile resta la salute pubblica. Non è condivisibile, nella nostra tradizione giuridica e nella nostra cultura, l'idea per cui chi sceglie di consumare cibo non controllato cucinato in una cucina non adatta, e lo fa con coscienza e volontà, ne assume il rischio. Ciò anche perché la cosa non

---

<sup>48</sup> Cfr. <<http://www.genuinoclandestino.it/chiamo/>>. Genuino Clandestino nasce nel 2010 come una campagna di comunicazione per denunciare un insieme di norme ingiuste che, equiparando i cibi contadini trasformati a quelli delle grandi industrie alimentari, li ha resi fuorilegge. Per questo rivendica fin dalle sue origini la libera trasformazione dei cibi contadini, restituendo un diritto espropriato dal sistema neoliberista. Questa campagna si è trasformata in una rete dalle maglie mobili di comunità in divenire che, oltre alle sue iniziali rivendicazioni, propone alternative concrete al sistema capitalista vigente attraverso diverse azioni. Si tratta di reti territoriali di contadini, artigiani, studenti, lavoratori delle comunità rurali e delle città metropolitane, cuochi, attivisti politici, persone e famiglie che fanno la spesa nei mercati clandestini. In modo consapevole, si dichiarano partecipi e attori di questo percorso collettivo e una comunità in lotta per l'autodeterminazione e la sovranità alimentare. Utilizzano risorse abbondanti come il tempo ed il lavoro umano e risparmiano quelle preziose come l'acqua e la Terra. Vendono i propri prodotti nel territorio che li circonda, aggiungendo così il valore del prodotto locale.

riguarderà solo lei/lui, ma l'ospedale che la/lo dovrà curare (costi pubblici) o l'assicurazione che dovrà risarcire i danni (costi privati). Non sarà un feedback ad evitare tali rischi e tali costi. La responsabilità contrattuale o da contatto sociale, alla luce di come vengono ad articolarsi i rapporti tra i vari soggetti interessati (cuoco, piattaforma, cliente, assicuratore), sembra essere la risposta civilistica. Ciò non esclude, a monte, una disciplina su controlli e tracciabilità degli alimenti, di stampo pubblicitario.

Negli USA si è sostenuto che lo chef che svolge l'attività di *home restaurant* esercita una facoltà del diritto di proprietà, che è il 'diritto ad includere', per cui "the ability of owners to include others in their property is a central attribute of ownership and fundamental to any system of private property"<sup>49</sup>. Certamente, le attività che hanno luogo in private abitazioni storicamente hanno ricevuto elevati livelli di protezione in termini di privacy latamente intesa. In *Payton v. New York*, 445 US 573, 601 (1980) si legge "an overriding respect for the sanctity of the home (...) has been embedded in our traditions since the origins of the Republic". Però è impensabile — anche negli USA — che il diritto di includere possa essere esteso e tutelato fino a proteggere 'l'inclusione' di attività palesemente illegali, sol perché svolte in una privata abitazione. Proteggere i valori di libertà di iniziativa economica e di autodeterminazione di clienti e cuochi è importante, anche in nome del principio di *food sovereignty*, ma non è di certo auspicabile tornare ai macelli descritti da Sinclair nella *Giungla*<sup>50</sup>, in forma privata e dentro le mura di casa per pochi 'clienti'.

---

<sup>49</sup> KELLY, *The Right to Include*, in *Emory Law Journal*, 63, 2014, pp. 857-859.

<sup>50</sup> Il riferimento è al romanzo di Upton Sinclair, *The Jungle*, 1906, coevo negli USA all'intervento normativo del *Food and Drugs Act 1906*, e del *Federal Meat Inspection Act 1907*, in tema di salute lavoratori e salute degli animali nei macelli.

