

“Enshittification”

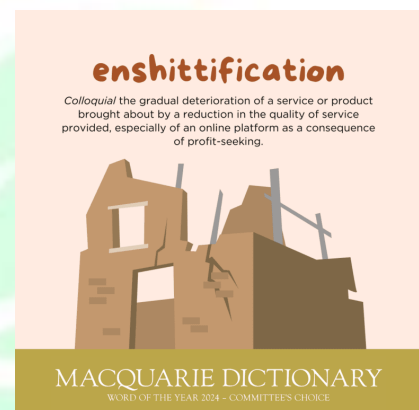
La legge europea sui servizi digitali e il degrado delle piattaforme digitali

Enshittification: origini di un neologismo abbinato al mondo digitale

È un termine fortemente dispregiativo coniato nel 2022 dallo scrittore e giornalista britannico-canadese Cory Doctorow¹ per descrivere il progressivo deterioramento della qualità di servizi e prodotti digitali, in particolare delle piattaforme online², dovuto alla scelta di privilegiare esclusivamente gli interessi commerciali e la massimizzazione del profitto.

Il neologismo, apparso nel suo blog nel mese di novembre del 2022, venne ripubblicato su Wired nel mese di gennaio 2023. Nello stesso anno fu proclamato “Parola dell’anno” dall’American Dialect Society.

Nel 2024 il Macquarie Dictionary australiano, considerato il riferimento standard per l’inglese australiano, ha eletto “*enshittification*” come parola dell’anno³. Seppur siano state proposte alcune traduzioni⁴, nessuna è entrata stabilmente nell’uso comune. Secondo le definizioni lessicografiche e giornalistiche, il termine ironico viene quindi definito come il processo di peggioramento graduale e sistematico di un servizio o prodotto, causato da una riduzione intenzionale della qualità da parte di chi lo fornisce, specialmente nel caso di piattaforme digitali. In senso più colloquiale, indica il momento in cui qualcosa “inizia benissimo” — spesso come servizio utile, gratuito o conveniente — e poi diventa progressivamente meno piacevole, più costoso, più limitante o invaso dalla pubblicità.



Oltre all’ambito tecnico-economico, il termine è stato usato in senso più ampio per descrivere la “morte” delle piattaforme digitali e, simbolicamente, una sensazione diffusa di peggioramento dell’esperienza online nell’era delle grandi piattaforme.

1

Le 3 fasi dell’Enshittification

«Ecco come muoiono le piattaforme - scrisse Doctorow: - prima trattano bene i loro utenti; poi ne abusano per favorire i loro clienti; infine, abusano dei loro stessi clienti per recuperare tutto il valore per sé stessi. E poi muoiono».

Il processo può essere rappresentato come un modello a tre fasi:

- 1) La **promessa**: la piattaforma offre condizioni eccellenti (servizio semplice, gratuito o a basso costo, alta qualità) con l’obiettivo di attrarre e fidelizzare una vasta base di utenti, talvolta operando in perdita. Il servizio fa di tutto per risultare indispensabile.
- 2) La **cattura** (= spostare il valore verso clienti commerciali): consolidata la base utenti, la piattaforma modifica le regole per favorire inserzionisti, venditori o partner commerciali. L’esperienza dell’utente peggiora, il servizio diventa meno trasparente (più pubblicità, minore visibilità organica, funzionalità ridotte); compaiono “upgrade”, piccoli costi, funzioni premium, condizioni d’uso più restrittive.

¹ scrittore e giornalista britannico-canadese che da oltre vent’anni è conosciuto come una voce di riferimento dell’attivismo online; è stato direttore della Electronic Frontier Foundation (EFF), co-editor di Boing Boing, autore di romanzi come Little Brother e saggista militante contro il controllo proprietario dei contenuti digitali e il Digital Rights Management. “Enshittification: Why Everything Suddenly Got Worse and What to Do About It” (Farrar, Straus & Giroux, in uscita il 14 ottobre 2025), analizza il fenomeno e la sua deriva in tre fasi. Ha sempre difeso l’idea di una tecnologia al servizio dell’emancipazione umana, non della sorveglianza o della rendita monopolistica.

² Ad esempio Facebook, Amazon, Google, Uber.

³ Il sostantivo colloquiale ha battuto altre parole, tra cui “rawdogging” (intraprendere un volo a lungo raggio senza intrattenimento); “diritto alla disconnessione” (una legge che concede ai dipendenti il diritto di non lavorare o di non essere contattati per il lavoro durante le ore non lavorative) e “brainrot” (contenuto considerato di bassa qualità in termini di stimolo intellettuale).

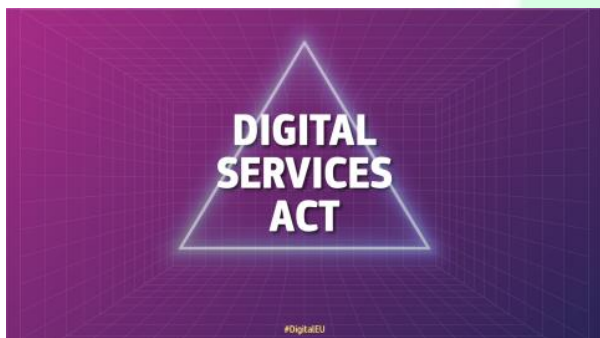
⁴ immerdificazione o slabbramento.

- 3) La **rovina** (= privilegiare esclusivamente gli azionisti): la piattaforma è orientata a massimizzare i profitti per gli investitori; aumentano i costi, crescono commissioni e sponsorizzazioni obbligatorie, diminuisce ulteriormente la qualità. Il sistema si regge sul lock-in, cioè sulla difficoltà tecnica o sociale di abbandonare la piattaforma. In questa fase finale, la piattaforma può entrare in crisi, perdendo progressivamente fiducia e valore.

In sintesi, il modello descrive un ciclo tipico dell'economia digitale: nascita innovativa e centrata sull'utente, crescita e consolidamento, quindi progressivo deterioramento dell'esperienza a favore della rendita economica.

Il Digital Services Act (DSA) dell'Unione Europea per regolamentare le piattaforme

Il DSA è la legge sui servizi digitali europea, prima del suo genere al mondo, che:



- impone ai mercati online di contrastare la diffusione di merci illegali. In particolare, i fornitori devono garantire che i venditori forniscano informazioni verificate sulla loro identità prima di poter iniziare a vendere i loro beni su tali mercati online. Devono inoltre garantire che gli utenti possano facilmente identificare la persona responsabile della vendita offrendo opzioni di ricorso;
- impone alle piattaforme di trattare con notifiche di priorità presentate da [segnalatori attendibili](#)⁵. Si tratta di esperti imparziali specializzati nell'individuazione di determinati tipi di contenuti illegali;
- impone maggiore trasparenza alle piattaforme in merito ai loro processi e alle pratiche di moderazione dei contenuti. La Commissione ha lanciato il [database sulla trasparenza della legge sui servizi digitali](#) - primo nel suo genere - che fornisce l'accesso pubblico a tutte le dichiarazioni di motivazione anonime e aggregate dei fornitori di piattaforme online sulle loro decisioni di moderazione dei contenuti;
- impone alle piattaforme online di dimensioni molto grandi di individuare, analizzare e attenuare con misure efficaci i rischi connessi ai processi elettorali⁶ e al discorso civico, garantendo allo stesso tempo la protezione della libertà di espressione;
- crea un meccanismo di controllo pubblico più forte per le piattaforme online, in particolare per [le piattaforme online di dimensioni molto grandi \(VLOP\) e i motori di ricerca \(VLOSE\)](#), che devono etichettare gli annunci e mantenere un archivio con i dettagli sulle campagne pubblicitarie a pagamento eseguite sulle loro interfacce online;
- migliora in modo significativo i meccanismi per la rimozione dei contenuti illegali e per l'efficace protezione dei diritti fondamentali degli utenti online⁷, compresa la libertà di parola e il diritto di contestare le decisioni di moderazione dei contenuti delle piattaforme che incidono, sospendono, cancellano o "divietano ombra" i loro contenuti o account. Coloro che non sono soddisfatti possono scegliere tra presentare un reclamo alla piattaforma o utilizzare un [meccanismo di risoluzione extragiudiziale delle controversie](#);
- ha determinato cambiamenti concreti nella sicurezza e nel benessere degli utenti. Grazie a questa normativa, dal 2024 nell'UE è vietata la pubblicità mirata ai minori⁸ sulle piattaforme online. Le

⁵ Alla data del 12 febbraio 2026 risultano già stati nominati dalle autorità nazionali 70 segnalatori attendibili, ad esempio in relazione alla protezione dei minori, all'individuazione di contenuti terroristici e all'identificazione di truffe nei confronti dei consumatori.

⁶ Nel marzo 2024 la Commissione ha pubblicato [orientamenti per le piattaforme online di dimensioni molto grandi e le piattaforme online di dimensioni molto grandi sull'attenuazione dei rischi online per i processi elettorali](#).

⁷ Si tratta di oltre 45 milioni di utenti mensili, che raggiungono oltre il 10% della popolazione dell'UE (dato prima metà 2025).

⁸ Nel luglio 2025 la Commissione ha adottato gli [orientamenti per la protezione dei minori](#) e un [piano per una soluzione di verifica dell'età](#). Un [secondo piano è stato](#) pubblicato in ottobre, aggiungendo l'uso di passaporti e carte d'identità per l'onboarding, nonché il supporto per le credenziali digitali API.

piattaforme online accessibili ai minori devono proteggere il loro benessere mentale e fisico, la loro privacy e la loro sicurezza. La pubblicità mirata sulle piattaforme online è vietata anche quando la profilazione utilizza categorie particolari di dati personali, quali l'etnia, le opinioni politiche o l'orientamento sessuale;

- consente ai ricercatori e la società civile un accesso senza precedenti alle informazioni sui processi delle piattaforme e sulle pratiche di moderazione dei contenuti nell'UE.

Con la legge sui servizi digitali le piattaforme hanno già modificato i loro sistemi e le loro interfacce per offrire un'esperienza online più sicura a tutti gli europei; ad esempio è stata inserita funzione di X per segnalare contenuti illegali, disponibile se fai clic sui tre piccoli punti nell'angolo in alto a destra di ciascun post.

Con la legge sui servizi digitali, gli utenti dell'UE sono più responsabilizzati online, le piattaforme online devono affrontare una maggiore responsabilità e l'ambiente online è più trasparente.

Highlights	
70	segnalatori attendibili nominati dalle autorità nazionali
1.800	controversie relative a contenuti su Facebook, Instagram e TikTok nell'UE esaminate nella prima metà del 2025 dagli organismi di risoluzione extragiudiziale delle controversie , invertendo la decisione delle piattaforme nel 52 % dei casi chiusi, ripristinando contenuti e account, in modo più rapido ed economico rispetto al ricorso in tribunale.
> 9 miliardi	decisioni di moderazione dei contenuti segnalate dalle piattaforme nella prima metà del 2025 (di cui il 99 % adottato in modo proattivo sulla base dei propri termini e condizioni)
> 165 milioni	decisioni di moderazione dei contenuti delle piattaforme online di dimensioni molto grandi e dei motori di ricerca online di dimensioni molto grandi, per le quali dal 2024 gli utenti dell'UE hanno presentato ricorso attraverso i meccanismi interni delle piattaforme
45 milioni	(euro) sanzione pecuniaria di inflitta dalla Commissione al fornitore di X per il suo repertorio pubblicitario non conforme
16	procedimenti avviati in 2 anni

Il DSA europeo e il caso Shein

Secondo una delle ultime stime, ogni anno invadono l'Unione europea 4,6 miliardi di pacchi, provenienti per la maggior parte (circa il 91%) dalla Cina. Si tratta per la quasi totalità di spedizioni sotto i 150 euro e, ancora per poco esenti dai dazi e da molti controlli.

A seguito di diverse segnalazioni, provenienti dalla Francia nel mese di novembre 2025, dopo un breve iter parlamentare, mercoledì 17 febbraio 2026 la Commissione europea ha aperto un'inchiesta su Shein - colosso dell'e-commerce specializzato in prodotti ultra fast fashion e merci generiche a bassissimo prezzo - accusando la piattaforma cinese con sede a Singapore della vendita di prodotti illegali⁹.

Se al termine delle indagini le accuse fossero confermate, potrebbero comportare per Shein multe fino al 6% del fatturato annuale e severe limitazioni per l'accesso alla sua piattaforma.

L'inchiesta - focalizzandosi sugli aspetti di dipendenza che sono creati dalla piattaforma attraverso l'utilizzo di algoritmi e meccanismi che incentivano acquisti compulsivi (nel caso specifico il sistema di punti premio elaborato da Shein) - rappresenta uno dei casi concreti contro l'enshittification del commercio sia per quello che riguarda i prodotti, sia per come sono presentati e venduti.

Shein è stata anche citata in giudizio dall'organizzazione tedesca per la tutela dell'ambiente e dei consumatori Duh (Deutsche Umwelthilfe) e costretta a firmare un accordo legale in cui si impegna a «cessare ogni pubblicità ingannevole e a garantire una maggiore trasparenza pubblicitaria in futuro» relativamente alle promesse di azzerare le proprie emissioni nette entro il 2050. L'azienda cinese aveva ottenuto la convalida dei suoi obiettivi climatici da parte della Science based targets initiative, nonostante le emissioni di gas serra - tra il 2023 e il 2024 - fossero aumentate del 23%. E diversi esperti avessero sottolineato non solo la poca credibilità dell'annuncio del target zero di Shein.

L'apertura dell'inchiesta della Commissione europea e l'accordo raggiunto in Germania seguono di pochi mesi le multe arrivate in estate dall'antitrust francese (40 milioni di euro) e da quello italiano (1 milione), a

⁹ In particolare armi e bambole sessuali dall'aspetto infantile.

tutela dei consumatori contro proclami o pubblicità ed algoritmi ingannevoli con cui operano le piattaforme.

Grazie al DSA è auspicabile che si assista ad una riappropriazione collettiva della tecnologia, per far sì che non ci danneggi se la usiamo nel modo sbagliato. *Enshittification* non è infatti solo un neologismo ma una diagnosi morale del capitalismo digitale e una chiamata all'azione¹⁰ per smantellare le pratiche monopsoistiche¹¹ delle Big Tech, che però richiede politiche, standard e una volontà collettiva non banale.

Alcuni esempi oltre a Shein

Oltre alle piattaforme digitali di e-commerce e i canali social, il caso delle Smart TV rappresenta un altro esempio di questo “deterioramento”. I televisori si sono infatti trasformati in piattaforme pubblicitarie, dove l’esperienza utente viene sacrificata a favore di tracking e visualizzazione di annunci.

Anche il mondo dello sport (in TV) non è immune dal fenomeno, basti pensare alla frammentazione dei diritti di trasmissione, che costringono gli spettatori a sottoscrivere multipli abbonamenti a costi crescenti.

Gli aggiornamenti del sistema operativo Windows 11 rappresentano un caso peggioramento dell’esperienza utente grazie a: funzionalità indesiderate, aggiornamenti forzati e una crescente raccolta di dati telemetrici. Restando nell’ambito informatico il PDF, nato per garantire la compatibilità cross-platform dei documenti, è diventato un formato problematico: la copia del testo, specialmente da riviste accademiche, a volte risulta impossibile o imprecisa.

Anche l’integrazione dell’IA sta peggiorando ulteriormente diversi servizi: ad esempio Google Search, un tempo strumento affidabile di ricerca, ora propone contenuti generati artificialmente, spesso imprecisi. Anche Gmail sta subendo questa trasformazione, con l’insistente promozione di strumenti AI che gli stessi sviluppatori ammettono non essere sempre accurati.

Treviso, 2 marzo 2026

4

A cura di Servizi CSR – Federica Alimede

Sitografia

- [Due anni di legge sui servizi digitali consentono di annullare 50 milioni di decisioni di moderazione dei contenuti da parte delle piattaforme](#); Commissione Europea; data pubblicazione 17 Febbraio 2026
- [L'impatto della legge sui servizi digitali sulle piattaforme digitali](#); Commissione Europea
- [DSA Transparency Database](#)
- [Macquarie Dictionary – word of the year 2024](#)
- [Garzanti linguistica](#)
- [Treccani online](#)
- [Wikipedia](#)

¹⁰ Ad esempio: interoperabilità (se un utente può spostare facilmente i suoi dati e continuare a comunicare con la stessa rete anche da un'altra piattaforma, il potere di lock-in diminuisce), “right to exit” (diritto a uscire = la possibilità di abbandonare un servizio senza perdere tutto), ecc.

¹¹ situazione di mercato in cui a molti venditori corrisponde un unico acquirente (Garzanti linguistica).