



creatuse

**GUIDA:
INTRODUZIONE ALLA SHARING
ECONOMY ED AL CONSUMO
COLLABORATIVO**



Erasmus+

IL PROGETTO

CREATive Urban Sharing in Europe è un progetto internazionale della durata di due anni, dal 2015 al 2017. Il progetto è finanziato dalla Commissione europea. Il partenariato è composto da una serie di partner appartenenti a 6 Paesi diversi, selezionati per la complementarietà dei profili, delle competenze e delle esperienze, con una particolare attenzione ai risultati raggiunti in precedenti progetti e sono un'associazione, una fondazione, un ente di formazione professionale privato, un organismo governativo regionale, un Comune Capitale, un'università.

Maggiori informazioni sul progetto sono disponibili sul sito: www.creatuse.eu

I PARTNERS DEL PROGETTO

YOUTH EUROPE SERVICE (ITALIA)

AIDLEARN, CONSULTORIA EM RECURSOS HUMANOS LDA. (PORTOGALLO)

EURO-IDEA FUNDACJA SPOLECZNO-KULTURALNA (POLONIA)

KIRSEHIR VALILIGI (TURCHIA)

AGENCIA PARA EL EMPLEO DE MADRID (SPAGNA)

UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI BARI ALDO MORO (ITALIA)

INOVA CONSULTANCY LTD. (REGNO UNITO)

LA GUIDA

La GUIDA: INTRODUZIONE ALLA SHARING ECONOMY E AL CONSUMO COLLABORATIVO è una pubblicazione interattiva sull'analisi dell'aumento dei movimenti globali che stanno trasformando il fenomeno del consumismo e gli stili di vita ed i comportamenti legati ad esso.

La Guida è composta da 4 capitoli: Un mondo in trasformazione, Economia condivisa, Il Consumo Collaborativo e L'imprenditorialità nel consumo condiviso e collaborativo, contenente una serie di casi studio e link multimediali. Essa contiene anche una sezione web ed una bibliografia per maggiori approfondimenti.

La pubblicazione è destinata a diverse tipologie di utenti: scuole, istituti di istruzione superiore, comuni e amministrazioni pubbliche, comitati di cittadini, chiunque sia interessato ad adottare stili di vita sostenibili.

GLI AUTORI

Introduzione metodologica: UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI BARI ALDO MORO

Capitolo 1: YOUTH EUROPE SERVICE, KIRSEHIR VALILIGI

Capitolo 2: UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI BARI ALDO MORO

AGENCIA PARA EL EMPLEO DE MADRID

Capitolo 3: EURO-IDEA FUNDACJA SPOLECZNO-KULTURALNA

AGENCIA PARA EL EMPLEO DE MADRID

Capitolo 4: INOVA CONSULTANCY LTD., AIDLEARN, CONSULTORIA EM RECURSOS HUMANOS
LDA.

LE RESPONSABILITA'

Metodologia e approccio didattico: UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI BARI ALDO MORO

Revisione dei contenuti: AIDLEARN, CONSULTORIA EM RECURSOS HUMANOS LDA.

UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI BARI ALDO MORO

YOUTH EUROPE SERVICE

Correzione delle bozze: UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI BARI ALDO MORO

Layout grafico: EURO-IDEA FUNDACJA SPOLECZNO-KULTURALNA

Cover design: YOUTH EUROPE SERVICE

INDICE

INTRODUZIONE METODOLOGICA	6
CAPITOLO 1 - UN MONDO IN TRASFORMAZIONE	9
Crisi globale, consumismo e visione ecologica	10
Il bisogno di riscoprire i beni comuni	11
Il ruolo delle città	13
Il ruolo delle nuove tecnologie	14
CAPITOLO 2 - ECONOMIA CONDIVISA	15
Economia condivisa: una definizione	15
Modelli e prospettive dell'economia condivisa	19
La diffusione del fenomeno: alcune interpretazioni	24
Le opportunità dell'economia condivisa	27
Le criticità dell'economia condivisa	28
Le sfide dell'economia condivisa	30
CAPITOLO 3 - IL CONSUMO COLLABORATIVO	31
Perché il consumo collaborativo	31
Definizione e modelli	33
I principi del consumo collaborativo	38
CAPITOLO 4 - L'IMPRENDITORIALITA' NEL CONSUMO COLLABORATIVO E CONDIVISO	40
AIRBNB	41
L'imprenditorialità nell'economia condivisa	47
Bibliografia	59



SHARING

INTRODUZIONE

METODOLOGICA

Nel gergo comune si stanno diffondendo molte espressioni inglesi: peer economy, crowd economy, access economy, gig economy, che denotano, in modo differenziato, un fenomeno che si può racchiudere nella locuzione “sharing economy” o “economia collaborativa”.

A dispetto della varietà ed imprecisione terminologica, l’economia collaborativa si riferisce ad un modello di relazione basato sulle reti, distribuite e formate, a loro volta, da comunità di individui interconnessi, in cui questi ultimi si scambiano beni, servizi, esperienze ed altre risorse attraverso l’utilizzo di piattaforme digitali e fisiche. Ciò denota un’ampia e variegata disponibilità di pratiche e modelli in cui, grazie all’utilizzo delle tecnologie digitali, viene facilitata la collaborazione tra individui e massimizzato l’utilizzo di risorse

inutilizzate: le reti di relazioni e la dimensione tecnologica rappresentano perciò le caratteristiche di base dell’economia collaborativa. Inoltre, nell’economia collaborativa emerge con forza il concetto di *prosumer*: un termine inglese che si riferisce ad una persona che è allo stesso tempo sia fornitore che utilizzatore di un bene o servizio.

L’approccio all’economia collaborativa è, quindi, molto variegato e coinvolge diversi portatori d’interesse: dai singoli individui alle organizzazioni pubbliche e private fino ad importanti istituzioni. L’analisi di questo fenomeno emergente evidenzia l’esistenza di una duplice serie di motivazioni che ne sono alla base. In molti casi, il principale motivo per l’esistenza di pratiche ed esperienze di consumo collaborativo risiede nella ricerca di una maggiore efficienza



I percorsi ed i modelli che caratterizzano l'economia di collaborazione non sono, quindi, tutti uguali e, come già sottolineato, è possibile trovare una vasta gamma di mezzi e motivazioni per essere coinvolti in questo nuovo fenomeno.

nell'utilizzo delle risorse. Nel modello di business, in cui si utilizzano le reti e la tecnologia per sviluppare nuovi mercati, imperniato sulla mobilitazione di risorse diffuse e su un forte attivismo sociale, la tendenza sembra essere la valorizzazione e riproduzione delle caratteristiche essenziali del modello di sviluppo capitalistico.

In altri casi, invece, alcune esperienze emergenti di economia collaborativa sembrano evidenziare una prospettiva rovesciata dal basso verso l'alto, in cui si utilizzano le tecnologie digitali per promuovere dinamiche collaborative basate sulla reciproca solidarietà.

Eppure, in una prospettiva più sistemica e radicale, tali esperienze sembrano mettere in discussione il paradigma neoliberista, suggerendo che forme alternative di economia siano possibili e che possano essere più

centrate sulle persone, sulla sostenibilità e sulla condivisione delle risorse.

Metodologicamente, questo progetto Erasmus+ cerca di distinguere le esperienze di tipo capitalistico da quelle con una maggiore natura sociale. Sebbene non si voglia negare la rilevanza sociale ed economica delle esperienze capitalistiche, in questo progetto si è scelto di privilegiare le esperienze e le pratiche che sembrano segnalare un più profondo cambiamento nel modo in cui la produzione e lo scambio economico viene concepito e realizzato.

L'obiettivo è di mettere in evidenza i valori e la dimensione culturale che spingono verso il bisogno di collaborare, di condividere risorse e rischi aziendali, oltre che di generare nuove forme di integrazione tra economia e società.



La GUIDA è strutturata in 4 capitoli.

Il Capitolo 1 rappresenta un'introduzione generale al contesto socio-economico in cui la Sharing Economy si sta sviluppando in Europa e più generalmente nel mondo occidentale.

I Capitoli 2 e 3 analizzano rispettivamente la Sharing Economy e il consumo collaborativo.

Nel Capitolo 4 sono descritti alcuni casi studio relativi ad iniziative imprenditoriali ispirate sia alla Sharing Economy che al consumo collaborativo.

Esperienze, progetti ed iniziative di SE sono molto comuni in Europa, specialmente nelle aree urbane. La ricerca preliminare portata avanti dal progetto "Creatuse" ha avuto come obiettivo l'identificazione e la mappatura delle buone pratiche di SE esistenti e/o emergenti nella struttura socio-economica del vecchio continente, con particolare attenzione all'aspetto di una possibile replicabilità della buona pratica in altri contesti dell'Unione Europea.

La selezione è stata effettuata sulla base di un numero consistente di criteri: per esempio l'orientamento sociale, l'equità, la sostenibilità, la replicabilità e l'orientamento ecologico.

Uno degli ingredienti più importanti per il successo di tali pratiche/esperienze, sembra possa essere identificato nella creatività. Definita come la capacità di un individuo di

avviare un processo cognitivo per comprendere e risolvere situazioni problematiche, la cui soluzione non è immediatamente disponibile e ovvia, la creatività può anche essere intesa come strumento collettivo per: la ricerca e il supporto a stili di vita alternativi; l'attivazione di relazioni sociali più intense; la ricerca di opportunità alternative di lavoro; l'imprenditoria sociale; l'implementazione di forme di cittadinanza attiva.

Con la Sharing Economy nascono importanti sfide: dalla ricerca di equilibrio tra esperienze di mercato ed esperienze senza scopo di lucro o di scambio tra pari fino alla creazione di nuovi meccanismi che evitino la disuguaglianza e l'esclusione socio-economica; dall'impulso innovativo verso nuove modalità organizzative all'innovazione nelle organizzazioni aziendali finalizzate alla convivenza con quelle già esistenti; dalla capacità di costruire nuove comunità e nuove forme di relazione ai rischi derivanti dalla formazione di possibili comunità transnazionali.



CAPITOLO 1

UN MONDO IN TRASFORMAZIONE

In un mondo caratterizzato dalla crisi economica e finanziaria globale e dall'effetto di dinamiche a lungo termine come il cambiamento climatico e lo sviluppo delle TIC (Tecnologie dell'Informazione e della Comunicazione), è naturale per l'uomo chiudersi in una dimensione di comfort, in cui i comportamenti rimangono quelli abituali, piuttosto che aprirsi al cambiamento mettendo in discussione e sfidando le proprie credenze ed i propri stili di vita.

In un mondo in rapido cambiamento, in realtà, questi atteggiamenti rischiano di diventare un elemento di vulnerabilità e debolezza.

E ciò, in un contesto interessato da profonde trasformazioni, significherebbe non stare al pas-

so con i tempi, in cui le esigenze e le opportunità si modificano continuamente.

La capacità di prendere in considerazione diverse prospettive e di raccogliere le sfide che si presentano al nostro modo di pensare, avvalendosi di una spiccata abilità nell'elaborare nuove idee ed approcci, può costituire un grosso vantaggio in termini di efficacia in un ambiente, quale quello che ci circonda, in rapida evoluzione.

In altre parole, l'attitudine al cambiamento fornisce il modo di collegarsi e partecipare a ciò che viene definito come "flusso di conoscenza", che rappresenta l'elemento chiave per il successo.

CRISI GLOBALE, CONSUMISMO E VISIONE ECOLOGICA

La recente crisi globale ha contribuito al cambiamento del panorama economico così come alla percezione culturale del consumismo.

Come dichiarato da Rachel Botsman ⁽¹⁾, abbiamo per troppo tempo ignorato le conseguenze negative del moderno consumismo e, negli ultimi 50 anni, abbiamo consumato più beni e servizi di tutte le generazioni precedenti messe insieme.

La pressione verso l'acquisto sempre maggiore di beni si chiama iper-consumo. La circolazione, l'acquisto, la vendita, l'appropriazione dei beni e di icone/oggetti, oggi rappresentano il linguaggio universale, una sorta di codice attraverso il quale l'intera società comunica e dialoga.

Questo costituisce la struttura dei consumi, il suo linguaggio, in confronto al quale i bisogni ed i piaceri individuali sono soltanto rumori di fondo (Malpas).⁽¹²⁾

Il termine iper-consumo o iper-consumismo si riferisce sia al consumo di beni che non nasce da motivazioni funzionali ⁽⁸⁾, sia alla forte pressione per il consumo in generale esercitata dalla moderna società capitalista, secondo la quale l'identità è fondata sul possesso di beni. Frenchy Lunning la definisce semplicemente come "un consumismo per amore del consumare".⁽⁹⁾

Un'altra caratteristica dell'iper-consumismo risiede nella continua ricerca della novità, cioè nell'incoraggiare i consumatori ad acquistare nuovi oggetti e ad abbandonare i vecchi. Il ciclo di vita dei prodotti può, quindi, essere estremamente corto, a volte anche di poche settimane. Anzi è consue-

tudine nei paesi occidentali che il modo più economico per rimpiazzare molti apparecchi è quello di gettarli via ed acquistarne di nuovi. La cosiddetta "obsolescenza programmata" implica che i prodotti siano progettati sin dall'inizio con un'aspettativa di vita breve, per consentirne la sostituzione.

Come anticipato, sulla base dei recenti sviluppi sembrerebbe, invece, che larga parte della popolazione stia riflettendo sugli sprechi, ripensando ad un migliore uso dei beni, e sui benefici per l'ambiente, prestando maggiore attenzione ai mercati e produttori locali, al fine di sostenere forme di produzione in cui ci si possa sentire cittadini attivi e partecipi di una comunità.

Lisa Gansky ha osservato che esiste una trasformazione fondamentale nella relazione con le cose con cui abbiamo un contatto quotidiano: tale trasformazione viene definita come “*reticolato*” (*Mesh*). I vettori di questo cambiamento sono:

- la recessione globale che ha sollecitato a ripensare alla relazione con gli oggetti che ci circondano nella nostra vita quotidiana, spingendoci, in particolare, verso un allineamento del valore di beni/servizi al loro costo reale;
- la crescita della popolazione e l’incremento della densità urbana: l’aumento di persone in uno spazio sempre più ridotto rende preferibile possedere un minor numero di oggetti;
- il cambiamento climatico, che introduce la crescente consapevolezza di preservare la sostenibilità ambientale del nostro pianeta, specialmente a beneficio delle future generazioni. In effetti, il cambiamento climatico sta facendo aumentare il costo del *fare impresa*, tra cui la fabbricazione e la vendita di beni usa e getta.⁽²⁾

Tutto questo, insieme con altri argomenti, quali il costo dell’energia, la sostenibilità ambientale dei nostri stili di vita, il consumismo sono diventati, oggi, temi di ampia discussione pubblica. Per diverse ragioni, quindi, sembra chiaro che gli attuali stili di vita non sono più sostenibili.

In altri termini, sembra esservi una crescente consapevolezza dell’impatto ambientale delle nostre abitudini di consumo.

IL BISOGNO DI SCOPRIRE BENI COMUNI ⁽⁵⁾

Col tempo sono emerse diverse alternative al consumismo. La posizione denominata della “*Decrescita*” suggerisce che la “società della crescita” è un mito non più sostenibile ed è incompatibile con i limiti della biosfera.

L’infinita ricerca di crescita non è solo indesiderabile da un punto di vista ecologico, ma anche ingiusto, poiché aumenta le iniquità tra chi ha e chi non ha.^{(22) (23) (24)}

Altri movimenti hanno proposto delle alternative alla misurazione del successo economico, quali: la Felicità Interna Lorda o FIL (in lingua inglese Gross National Happiness - GNH);

il HPI cioè il misuratore di felicità nazionale (Happy Planet Index);

la cosiddetta “Human Purpose”⁽¹⁵⁾, che suggerisce una visione della società fondata sullo sforzo e la lotta per la sua costruzione; sul riconoscimento del valore della famiglia, della comunità e delle relazioni sociali; sull’apprezzamento del lavoro svolto con spirito di servizio; sull’approccio di tipo scientifico che conferisce valore alle conoscenze e alle abilità; sulla connessione tra natura, bellezza e arti; sulla migliore comprensione delle dimensioni etiche, morali e spirituali della vita, volte ad affinare il carattere.

In questo contesto, una significativa prospettiva deriva dai cosiddetti “commons” (beni in comune). Si tratta di “ciò che condividiamo”, cioè si riferiscono ad una vasta gamma di beni che appartengono a tutti e che in quanto tali sono spesso difficili da delimitare. Inoltre, il loro utilizzo da parte di singoli beneficiari potenzialmente ha l'effetto di ridurre i benefici per coloro che vogliono accedere alla stessa risorsa (vedi tra gli altri, Ostrom 2006).⁽²¹⁾

Secondo Walljesper, godere dei benefici di molte cose, che possono essere condivise, piuttosto che essere di proprietà privata, è essenziale per la nostra società. Costituiscono il punto cruciale della nostra vita sociale: si tratta dei luoghi in cui entriamo in contatto come amici, vicini di casa e cittadini.

Si spazia dall'aria pulita alle riserve ambientali; dal sistema giuridico ad internet. Alcune risorse sono messe a disposizione dalla natura (es. le risorse naturali), altre sono il prodotto della creatività umana cooperativa. Alcuni elementi dei “commons” sono completamente nuovi – come ad esempio nel caso di Wikipedia. Altri sono, da secoli, condivisi da tutti gli esseri umani ed aumentano di valore ogni volta che le persone vi attingono.

Questo ciclo naturale della condivisione è ora sotto l'attacco dell'economia di mercato, che è considerata il metro per misurare il valore di tutto. Sempre più persone si appropriano di porzioni di beni comuni come esclusiva proprietà privata.

Un interessante punto di vista è la società “Commons-based”: un modo di vivere che dà valore a ciò che si condivide tanto quanto a ciò che si possiede. Si tratta di un cambiamento nelle politiche e nei valori che si allontana dal vecchio sistema basato sul mercato, che ha dominato la società moderna negli ultimi secoli, con particolare forza negli ultimi 30 anni.

Una società “Commons-based” pone molta enfasi sulla giustizia sociale, sulla partecipazione democratica e sulla protezione dell'ambiente piuttosto che sulla competitività economica e sulla proprietà privata. Le soluzioni basate sull'orientamento al mercato sono strumenti preziosi in una società “Commons-based” purché non compromettano il funzionamento dei Commons.⁽⁵⁾

Cosa è particolarmente interessante nel punto di vista del Commons-based?

Un forte desiderio di rimodellare la nostra visione a seguito delle pressioni consumistiche: ciò costituisce la base per i fenomeni descritti nei capitoli successivi (rif. sharing economy e consumo collaborativo).

In tempi di scarsità di risorse, di guerra, di catastrofi naturali e di grandi sconvolgimenti sociali, la storia ha dimostrato che la gente ha la tendenza a condividere le risorse per aumentare le probabilità di sopravvivenza in circostanze avverse. A volte questo tipo di condivisione è puramente transitorio; altre volte spinge verso cambiamenti sociali durevoli.⁽¹⁰⁾



Le città sono i luoghi dove ci riuniamo, in parte per condividere le infrastrutture di base, per socializzare, per soddisfare il nostro istinto umano di incontrarsi e di fare cultura insieme...

Chris Carlsson, autrice di Shareable
ref. www.shareable.net

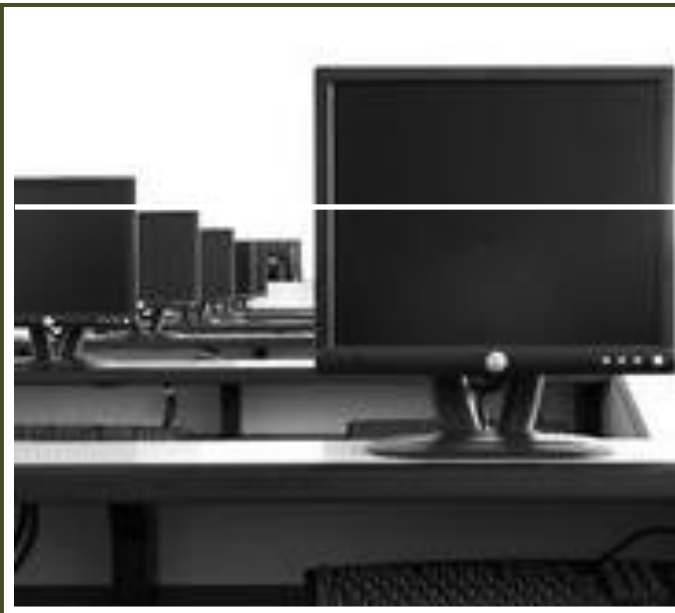
IL RUOLO DELLE CITTA' (7)

Le città sono costruite per la condivisione e questo ne costituisce il motore per lo sviluppo, l'innovazione e lo scambio culturale. Ciò è particolarmente rilevante nelle città ben connesse: esse hanno la capacità unica di aumentare la produzione pro-capite e l'innovazione utilizzando, nel contempo, meno energia.

Per questo motivo, le città potrebbero essere la nostra migliore speranza per il raggiungimento di un benessere diffuso, rispettando i limiti naturali del pianeta.

Siamo all'apice di un cambiamento storico: grazie alle tecnologie innovative ed ai diversi modelli di business, si stanno ridefinendo i concetti di equità e sicurezza.

Allo stesso tempo, le città permettono e facilitano la sharing economy e ne potenziano la capacità di crescita, se consideriamo che, con più della metà della popolazione mondiale che vive in città - una cifra che dovrebbe aumentare vertiginosamente nei prossimi anni - le prospettive appaiono estremamente positive.⁽¹³⁾



Come indicato da Clay Shirky *“In passato, abbiamo riempito il nostro tempo libero con gli strumenti a nostra disposizione. La televisione è diventata una sorta di lavoro part-time universale con le sit-com e le soap opera che hanno assorbito il nostro surplus cognitivo: l'eccesso collettivo di tempo, intelligenza ed energia a nostra disposizione. Oggi, la tecnologia ha finalmente fatto aumentare il potenziale umano. I nuovi strumenti non solo ci permettono di consumare, ma anche di creare e condividere”*.⁽³⁾

IL RUOLO DELLE NUOVE TECNOLOGIE

Con l'avvento di sempre nuove tecnologie, è necessario che si integrino in qualche modo nella società.⁽³⁾

In effetti, internet ha reso estremamente e radicalmente più facile connettersi con altre persone e coordinarsi nelle attività.⁽⁶⁾

Ciò che è nuovo è, invece, la prospettiva di creazione riferita a gruppi più ampi e dispersi territorialmente.

Tali gruppi possono unire i loro sforzi anche senza la condivisione di un luogo fisico e le loro creazioni possono essere utili non solo ai partecipanti al gruppo ma a chiunque sia interessato.

⁽³⁾

Le tecnologie all'avanguardia sembrano consentire un ritorno a comportamenti antichi e tribali. Ci permettono di vivere in modo più naturale, in condizioni di 'mutualismo e reciprocità', condizioni che sono state corrotte e sfavorite dall'iper-consumismo della società moderna.⁽¹¹⁾

I prossimi capitoli analizzeranno nel dettaglio alcuni dei concetti qui introdotti, nello specifico la sharing economy ed il consumo collaborativo.



CAPITOLO 2

ECONOMIA CONDIVISA

ECONOMIA CONDIVISA: UNA DEFINIZIONE

A partire dagli anni '90, lo sviluppo delle reti di comunicazione e la diffusione del protocollo IP hanno determinato un nuovo fenomeno che, da realtà di nicchia in ambito tecnologico, si è esteso ad altri settori dell'economia e della società, dando forma a quello che sembra essere un nuovo modello economico e sociale.



Il riferimento è all'economia condivisa o, secondo altre locuzioni sinonime, “consumo collaborativo”, “economia alla pari”, “produzione di comunità” “economia del noleggio” “economia a richiesta”.

Ciascuno di questi termini rimanda a pratiche diverse tra loro ed è per questo che sul tema si è sviluppato un vivace dibattito scientifico.

Thomas Friedman, che scrive sul “The New York Times”, sostiene che “stiamo sperimentando l’inizio di una nuova epoca chiamata l’Età dell’Economia Condivisa”.⁽²⁶⁾

Nonostante le differenze esistenti nella letteratura di riferimento, alcuni aspetti accomunano queste diverse accezioni di economia condivisa:

- a) presenza di una piattaforma tecnologica, ove si innestano relazioni digitali;
- b) collaborazione, intesa come dinamica relazionale tra soggetti che avviano un percorso basato sulla condivisione di beni e servizi;
- c) preferenza per le relazioni peer to peer, ovvero relazioni orizzontali e paritarie.

La diversa combinazione di questi tre fattori produce una gamma di attività il cui valore e i cui effetti incidono differenzialmente sui modelli di produzione e consumo, sull'innovazione e sulle relazioni sociali.

L'Economia Condivisa implica una maggiore efficienza nell'utilizzo delle risorse e comporta una gestione differente non solo dei beni fisici (come ad esempio mezzi di trasporto, biciclette, macchine, barche, camion oltre che vestiti, accessori, telefoni ecc.) ma anche di prodotti digitali (libri, film, canzoni, spettacoli), spazi (case e luoghi di lavoro), competenze, idee e denaro. Cambia persino la gestione del tempo, sviluppandosi in modo sincrono (es. dividere la mia casa con un'altra persona) o differito (lascio la mia casa temporaneamente ad un'altra persona).

Oltre alle dinamiche economiche, l'Economia Condivisa evidenzia l'importanza delle relazioni sociali nella vita economica. Grazie alle piattaforme digitali, la dimensione della condivisione e collaborazione, che sembrano caratterizzare le società preindustriali o le comunità povere e le fasce sociali marginali, torna ad essere valorizzata e sembra sta assumendo un ruolo centrale, nella società di mercato. Per approfondimenti si veda Juliet Schor.⁽³²⁾

La condivisione era tipica dei contesti di vicinato. Nella società contemporanea, la condivisione compare e può comparire anche tra gli "estranei" cioè tra individui non necessariamente associati in comunità o da legami familiari.

JULIET SCHOR

<http://www.greattransition.org/publication/debating-the-sharing-economy>

Come anticipato, inizialmente il fenomeno è stato osservato nel campo della produzione di software con l'open source e si è sviluppato con la creazione di software liberi, prodotti da comunità di sviluppatori e utilizzatori.

Secondo Rodolfo Carpintier, Presidente di Sviluppo del Digitale, “in questa nuova era si passa da un mondo in cui ci sono avanzi di altri a uno in cui, la maggior parte delle volte, le persone non sono in grado di usufruire di ciò che hanno a disposizione a meno che non lo condividano”. “Tutti coloro che non hanno la possibilità di possedere qualcosa dovrebbero essere contenti quindi di poterlo condividere”.

E questo approccio che rende il movimento inarrestabile.

Questo modello si è diffuso progressivamente conquistando spazi sempre più ampi del mercato e della società civile.

In proposito gli esempi sono vari: offerta di alloggi (Airbnb), trasporto urbano (Uber, Lyft) ed extraurbano (Blablacar) fino ad investire il mondo del lavoro (Taskrabbit, Handy), la logistica (Instacart, Postmates), il settore bancario e creditizio con il social lending (Zopa, Prosper) e il crowdfunding (Kickstarter, Indiegogo), l'istruzione (MOOC) e la nascita di monete complementari (Bitcoin, Faircoin), banche del tempo, social street. E l'elenco potrebbe essere più lungo.

L'Economia Condivisa, nella forma “moderna”, ha le sue radici negli Stati Uniti, ma presto si è diffusa nel resto del mondo, in particolare nelle aree metropolita-

ne. Quest'ultime rappresentano il terreno di crescita più adatto per le pratiche di condivisione grazie alla densità abitativa e alla presenza di infrastrutture tecnologiche.

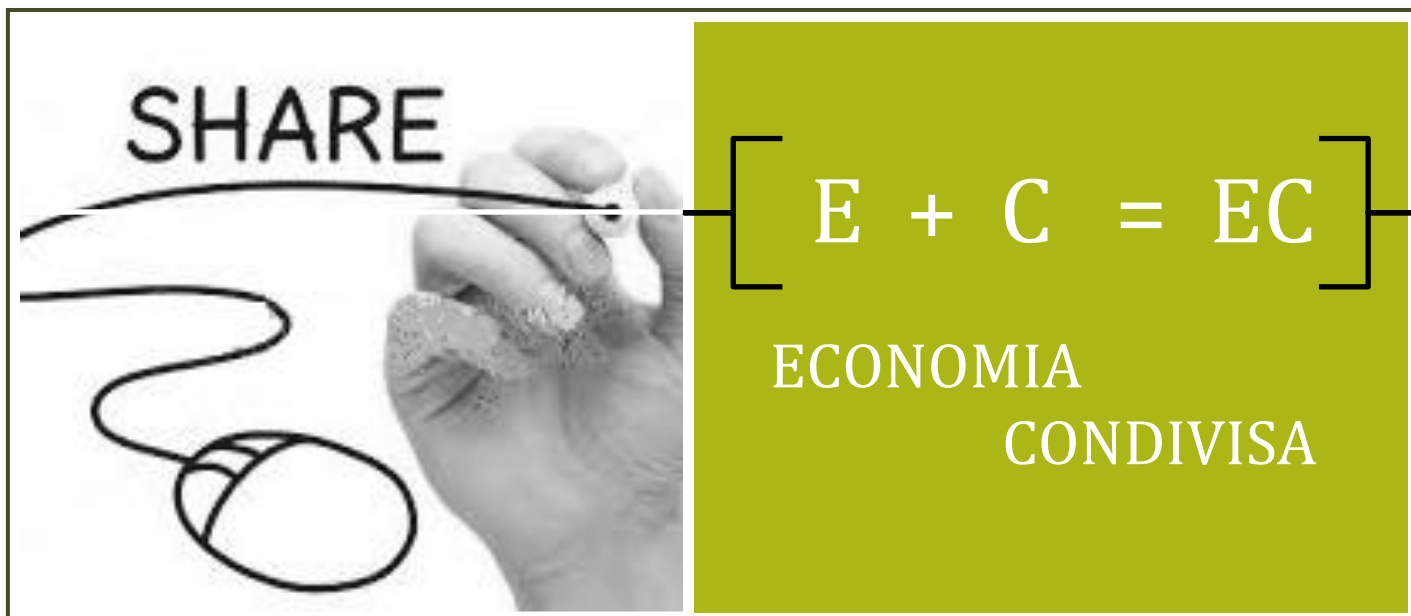
Per esempio, l'azienda di consulenza PwC ha stimato che, attualmente, l'economia della condivisione vale 15 miliardi di dollari contro i 240 miliardi di dollari dell'economia tradizionale. Inoltre, si prevede che entro il 2025 la somma raggiungerà 335 miliardi di dollari, pari al 50% del valore totale.

Ciononostante, ci sono alcune questioni critiche riguardanti la capacità dell'economia condivisa di creare coesione sociale, oltre che stabili e durvoli relazioni sociali.



SI VEDA PWC REPORT

“The sharing economy”



Secondo Mason in “Post-capitalismo: una guida del nostro futuro” (27), l’Economia Condivisa è una nuova forma di economia post-capitalista.

La chiave di volta consiste nel sapere come implementarla, controllarla e diffonderla.

La teoria di Mason descrive il sistema capitalistico attuale come un organismo vivente che si adatta all’ambiente, con cicli di vita e un istinto di sopravvivenza sostenuto dal cambiamento tecnologico.

Mason solleva una questione interessante, ovvero come valutare l’interazione tra cambiamento tecnologico e modello economico capitalista e i suoi effetti sulla società moderna.



Per ulteriori approfondimenti si vedano

DEBATING SHARING ECONOMY

e **“The end of capitalism has begun”**



Economia condivisa

Per comprendere meglio il fenomeno in questione, è utile individuarne gli spazi di sviluppo.

Pratiche e processi dell'Economia Condivisa trovano applicazione nei seguenti campi:

MODELLI E PROSPETTIVE DELL'ECONOMIA CONDIVISA

A pprendimento

professionisti e gente comune mettono a disposizione di tutti le proprie competenze e conoscenze (dai corsi alle conferenze) in modo da diffonderle e renderle accessibili (MOOC, Wikipedia, Corsi on line etc);

P roduzione

la condivisione di competenze e risorse è finalizzata all'innovazione per fini produttivi (es. fabbricazione condivisa nei Fablab, co-working);

C onsumo

la "condivisione" è intesa come condivisione di beni e servizi (per es. condivisione dell'auto), come scambio o baratto di beni e servizi (per es. del tempo o di libri), il trading, l'affitto, la donazione (gifting) e lo swapping ovvero lo scambio di oggetti usati. La differenza rispetto allo scambio o al baratto tradizionale sta nell'uso di internet e in un diverso approccio culturale al consumo;



Finanza: spaziando dagli strumenti finanziari alla moneta alternativa, la dimensione della condivisione in ambito finanziario permette, da un lato, di raccogliere il capitale necessario per lo sviluppo di un'idea, dall'altro, consente al finanziatore di scegliere i destinatari del proprio prestito (crowdfunding, social lending ecc.);

Governance: in questo ambito si sperimentano meccanismi condivisivi e partecipativi per creare, sviluppare e rafforzare le relazioni tra privati o tra cittadini e Pubblica Amministrazione.

Per quanto riguarda le nuove organizzazioni, l'esistenza di una piattaforma tecnologica ridefinisce i processi organizzativi e la catena del valore mettendo in discussione i confini tra lavoro e tempo libero, tra volontariato e lavoro retribuito, tra professionalità e pratiche ricreative.



Condividendo l'approccio di Schor and Fitzmaurice ⁽³²⁾, nelle pratiche dell'Economia Condivisa si possono distinguere quattro principali tipologie:

riutilizzo dei beni: inizialmente limitato a beni di poco valore, successivamente è diventato un nuovo stile di vita;

Scambio di servizi: una delle prime esperienze sono state le "banche del tempo", attività non profit che prevede uno scambio di tempo tra i membri secondo un criterio di equivalenza;

Condivisione dei mezzi di produzione e degli spazi produttivi: esempi sono gli uffici comunali, gli spazi di coworking, i fablab ecc...

Ottimizzazione dell'uso di beni durevoli: riguarda il fatto che, nelle economie ricche, si acquistano beni (e servizi) durevoli che non sono utilizzati al massimo delle loro capacità, ma solo parzialmente. Il tipico esempio riguarda l'auto che per la maggior parte del tempo rimane parcheggiata, ma una tendenza simile avviene anche nell'ambito del patrimonio pubblico.

Secondo Schor e Fitzmaurice, il principio qualificante dell'Economia Condivisa è l'intenzionalità politica orientata a creare un'alternativa all'economia di mercato. Dal punto di vista economico e sociologico, la tecnologia gioca un ruolo chiave in quanto è il supporto necessario per l'attivazione dei processi di condivisione.

La piattaforma, ad es. il sito web o l'applicazione, azzerava la distanza geografica ma, come si vedrà successivamente, non necessariamente azzerava quella sociale e non sempre contribuisce a risolvere il problema della fiducia, della credibilità e della reputazione.

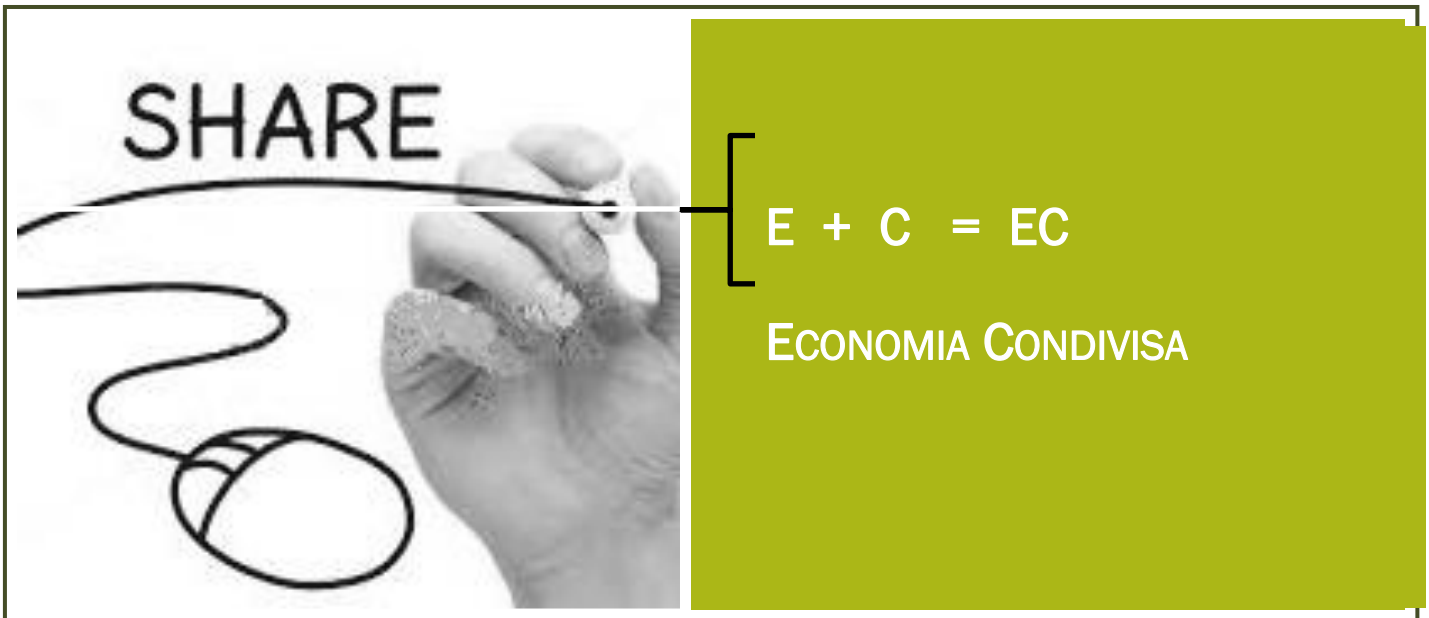
Sulla piattaforma lo schema della collaborazione assume maggiore efficacia in quanto produce un abbattimento dei costi di transazione.

Questo è un passaggio importante dell'Economia Condivisa: il rapporto e la connessione tra individui avviene senza la presenza di alcuna forma di mediazione (così che si parla di "disintermediazione").

L'incontro tra domanda e offerta avviene direttamente e se c'è intermediazione, questa è finalizzata alla condivisione.

Tali strutture di condivisione sono note come:

- peer to peer: laddove la relazione avviene su un piano di assoluta parità (simmetria) dei ruoli, cioè lo scambio avviene senza intermediari;
- business to peer e peer to business: quando è presente un intermediario che propone dei servizi che vengono utilizzati per la condivisione.



Secondo Smorto ⁽²⁸⁾, è l'incontro diretto, senza intermediari professionali, il vero elemento qualificante dell'Economia Condivisa.

L'impatto innovativo sta ne "la nuova possibilità per soggetti non professionisti di agire sul mercato come attori economici. Se ci fosse intermediazione, i rapporti economici rappresenterebbero qualcosa di esistente".

Tuttavia è evidente che c'è un continuum tra profit/non profit, fra esperienze di volontariato, in cui non vi sono scambi monetari (es. le banche del tempo o le "strade sociali", la condivisione del pranzo), fino a modelli tradizionali di mercato, passando per situazioni ibride (es. Blablacar). Accade anche che alcune esperienze siano nate in forma gratuita, e abbiano, poi, cambiato la loro natura introducendo i costi della transazione.



Schor e Fitzmaurice hanno proposto uno schema in cui le attività di condivisione sono catalogate in base all'orientamento al mercato e alla struttura organizzativa (Tav. 1).

L'intersezione con le due variabili peer to peer e business to peer delimita quattro quadranti:

Il primo quadrante in alto a sinistra include quelle esperienze (es. la banca del tempo) in cui la piattaforma favorisce l'incontro tra pari che scambiano il proprio tempo secondo un principio di equivalenza.

L'alternativa è quella in cui lo scambio avviene tra pari ma con l'obiettivo di generare un profitto (es. chi cerca alloggio e chi vuole affittare una stanza privata).

L'altra configurazione "business to peer - non-profit" riguarda i laboratori condivisi dai "makers" e dotati di macchinari e strumenti, simili a laboratori, dove si generano reti di conoscenze e collaborazione, come ad esempio i FabLab.

B2P include quei casi in cui una società mette sul mercato delle attività affinché siano ottimizzate da altre aziende.

	Peer to peer (P2P)	Business to peer (B2P)
Non-Profit	P2P Condivisione Non-profit es. scambio di cibo, banche del	B2P Condivisione Non-profit es. laboratori tra i "Makers"
For-Profit	P2P Condivisione For-profit es. noleggio auto, Airbnb, Uber	B2P Condivisione For-profit es. Zipcar

Un aspetto interessante dell'Economia Condivisa riguarda il fatto che non connette solo individui, ma coinvolge un numero crescente di attori collettivi (gruppi). E' importante notare che l'economia condivisa, nella sua forma di mercato o di comunità, non ha esiti di carattere universale. Costi e motivazioni si legano a fattori culturali e valoriali che ne influenzano la diffusione nei territori e la sperimentazione in nuovi settori.



Partendo dalla rapida diffusione del fenomeno, in questa sezione viene messa in luce la varietà di fattori che lo favoriscono.

LA DIFFUSIONE DEL FENOMENO: ALCUNE INTERPRETAZIONI

Il passaggio da un modello fondato sull'acquisto e la proprietà di beni/servizi ad uno basato sulla condivisione e lo scambio rappresenta un cambiamento che per alcuni trova origine nella crisi economica.

Pertanto, viene considerato come un cambiamento di natura globale e sistemica.

Tutto ciò è vero solo in parte.

Alcune ricerche mettono in evidenza che le pratiche collaborative sono utilizzate da diverse cate-

gorie di soggetti che non necessariamente sono quelle colpite dalla crisi economica. Per esempio il nuovo modello è particolarmente diffuso tra i giovani che sono i principali utilizzatori e sviluppatori delle infrastrutture tecnologiche così fondamentali per le pratiche di condivisione.

L'Economia condivisa sembra introdurre un cambiamento nell'approccio al consumo in cui le nuove tecnologie assumono un ruolo crescente.

ECONOMIA CONDIVISA COME SCAMBIO E CONDIVISIONE DI BENI INVECE DEL LORO ACQUISTO



L'Economia Condivisa potrebbe rappresentare un'opportunità per dare una risposta ai nuovi bisogni dei cittadini e un nuovo approccio ai problemi economici.

ECONOMIA CONDIVISA COME RICERCA DI SOCIALITÀ

Parzialmente connesso a questo, c'è lo sviluppo di una visione economica alternativa che vuole attenuare gli aspetti più duri del neoliberismo e che intende valorizzare la sostenibilità ambientale, la democratizzazione dei processi decisionali, la ricerca di maggiori opportunità sia a livello individuale che collettivo. L'economia condivisa si inserisce in quello spazio che né il Mercato né lo Stato, con il suo intervento regolatorio, sono stati capaci di occupare. Il Neoliberismo, e in misura minore il precedente sistema Keynesiano, hanno prodotto una totale separazione delle relazioni sociali da quelle economiche, che hanno finito per rappresentare due sfere separate, se non contrapposte, della società.

L'Economia Condivisa sembrerebbe creare uno spazio in cui si riunifica l'opposizione tra Stato e Mercato.

Ri-uso, scambio, condivisione permettono di creare relazioni, ma rappresentano anche la risposta alle forti pressioni verso un consumo più attento e responsabile delle risorse ambientali. La riduzione dei costi di transazione, rappresentati dalla gestione delle informazioni e dei comportamenti, ha consentito l'emergere di capacità non connesse al mercato, o quantomeno, al mercato professionale. Infine, va ricordata la componente motivazionale cioè il desiderio di appartenenza e di esperienze che la esaltano, l'emozione di condividere valori e obiettivi.



In conclusione, la crisi economica porta ad un cambiamento di mentalità e del modo in cui si mettono in relazione il punto di vista sociale e quello economico.

ECONOMIA CONDIVISA COME RISPOSTA ALLA FRUSTRAZIONE SOCIALE

Altre interpretazioni vedono nell'Economia Condivisa una risposta al senso di frustrazione, una lotta contro un sistema capitalista incontrollato che ha prodotto delusione e disuguaglianze sociali. Cioè è necessario trovare nuove risposte e nuove modalità che diano senso alla nostra vita.

In questa visione, il Consumo Collaborativo è visto come *il cavallo di Troia* che introduce una boccata d'aria fresca all'interno di un sistema che ha prodotto molti fallimenti e situazioni negative, un sistema in cui, ci sono, contestualmente, più di 500.000 oggetti inutilizzati del valore di milioni di dollari e milioni di persone che patiscono la fame.

Questa visione va oltre il concetto di domanda e offerta, rappresenta una risposta all'inegua-

glianza e all'ingiustizia di un mondo in cui: il 40% del cibo viene buttato; il 95% delle macchine private non viene utilizzato; 80 milioni di trapani sono stati utilizzati in media per 13 minuti. Si consideri poi che nel 2050 ci saranno più di 9 miliardi di persone e la disoccupazione potrebbe diventare una pandemia.

Nei Paesi dell'Europa Meridionale, colpiti dalla recente crisi economica, i cittadini sarebbero disposti a condividere o affittare un immobile in una situazione di economia condivisa, come ad es. in Spagna il 53%, ovvero 9 punti in più rispetto alla media europea, in Grecia e Portogallo la media è, rispettivamente, del 60 e 61%.

STUDIO ING

L'Economia della Condivisione crescerà di un terzo nei prossimi 12 mesi



Secondo alcuni, l'Economia Condivisa offre diverse opportunità, sia nello scenario dell'economia tradizionale che in quello di una economia emergente, sotto il profilo dell'ottimizzazione delle risorse, della creazione di lavoro, di sviluppo e diffusione di nuove tecnologie.

LE OPPORTUNITÀ DELL'ECONOMIA CONDIVISA

Le prime grandi aziende collaborative sono diventate grandi piattaforme tecnologiche, che sviluppano un gigantesco volume d'affari e affrontano e risolvono i potenziali problemi dei mercati fortemente regolati.

Alcune grandi aziende hanno mostrato le opportunità del modello collaborativo all'interno di settori dominanti. Uber (un servizio che connette guidatori e passeggeri) è attivo da oltre 4 anni, è diffuso in 132 paesi ed ha un valore stimato in 18.000 miliardi di dollari. Airbnb (ricerca e condivisione di alloggi in tutto il mondo) ha iniziato l'attività nel 2007 e offre soluzioni di alloggio a più di 100.000 milioni di persone.

Più in generale, a determinate condizioni e in un

contesto appropriato, l'economia condivisa ha il potenziale per generare occupazione e ricchezza attraverso la mobilitazione di risorse sottoutilizzate, tenendo conto sia della componente sociale e comunitaria sia della propensione al controllato utilizzo delle risorse.

I modelli di condivisione, prestito, noleggio si stanno espandendo con molta rapidità come mai prima nell'economia mondiale.

Gli esperti indicano il Brasile come il mercato più sviluppato per avviare iniziative locali. Le start-up imitano i modelli di successo più noti, ma l'aspetto più importante è che l'economia condivisa potrebbe spianare la strada ad un rapido sviluppo di questo sistema sul territorio.



Qualità delle relazioni

Impatto economico

Impatto ambientale

Innovazione sociale

LE CRITICITÀ DELL'ECONOMIA CONDIVISA

L'eterogeneità delle esperienze legate alla Sharing Economy e i cambiamenti introdotti dalla sua crescita hanno sollevato numerose questioni in merito alle opportunità, ma anche alle sue ambiguità.

In primo luogo, la semplice esistenza di rapporti sociali non dice nulla circa la qualità delle relazioni stesse.

In molti casi, i presunti rapporti sociali sono in realtà relazioni socio-economiche che nulla han-

no a che fare con la reciprocità e la mutualità e la capacità di promuovere pienamente una maggiore coesione sociale. Inoltre, i circuiti della Sharing Economy, anche quelli del no profit, seppure non intenzionalmente, sono esposti al paradosso di creare discriminazioni di genere e di razza e di rafforzare le disuguaglianze: ciò si lega da un lato alle ridotte capacità di accesso dei gruppi sociali a basso reddito o a bassa qualificazione, dall'altro, alle dinamiche sottese alle pratiche dell'economia condivisa.

Il riferimento è ai meccanismi di creazione e trasmissione delle informazioni che, pur seguendo il principio di uguaglianza – parità, corrono il rischio di riprodurre discriminazione e pregiudizio.

Un secondo aspetto riguarda l'impatto economico della Sharing Economy. Se le opportunità offerte sono indubbie (es. l'ottimizzazione di beni e servizi, l'espansione del mercato, la riduzione dei costi di transazione, la riduzione delle barriere all'entrata della concorrenza), vanno anche ricordati i possibili effetti negativi legati al rafforzamento delle pratiche di concorrenza (in particolare nei settori altamente regolati) a causa della riduzione del ruolo nell'intermediazione.

Alcuni osservatori, invece, ritengono che le piattaforme sottostanti il funzionamento della economia condivisa tendono a portare a posizioni monopolistiche.

Il loro successo dipende, infatti, dall'enorme numero di partecipanti, che vendono e comprano. Cosa che in realtà riduce la concorrenza e, dunque, il raggiungimento del vero obiettivo della Sharing Economy.

Alcuni effetti ambigui riguardano anche il mondo del lavoro. Con l'offerta di servizi diversi da quelli tradizionali, l'economia condivisa tende ad attivare nuove competenze, capacità sottoutilizzate, ma anche ad incentivare microimprese e attività di volontariato che spesso alimentano il lavoro occasionale o non professionale. Si tratta, in molti casi, di attività malpagate e prestazioni non protette. Tuttavia, in termini generali, grazie all'utilizzo di tecnologie innovative, la SE tende ad attrarre lavoratori altamente qualificati con competenze avanzate e condizioni economiche positive.

Un altro effetto controverso legato alla SE riguarda l'impatto ambientale. La necessità di considerare con più attenzione il comportamento dei consumatori gioca un ruolo decisivo nella scelta di partecipare alle attività di condivisione e collaborazione. In generale, la condivisione di metodi di produzione e di consumo dovrebbe portare ad una riduzione nello spreco di risorse naturali. Questa percezione, tuttavia, non sempre è confortata dai dati. In realtà, l'impatto ambientale appare complesso da misurare: i benefici sembrano essere temporanei e potrebbero essere insufficienti nel lungo termine.

Il contributo della SE in termini di innovazione sociale è enorme, pur alla luce delle sue incongruenze. In questo senso è imperativo non bloccare le esperienze che si stanno diffondendo rapidamente, anche attraverso meccanismi di governance innovativi. Il riferimento è ai modelli collaborativi dei beni comuni e della partecipazione diretta, intesi come strumenti che possono apportare benefici alla comunità. Al fine di cogliere le nuove esigenze, anche quelle inesprese, le istituzioni, ai diversi livelli, possono svolgere un nuovo ruolo nel coinvolgere direttamente i propri cittadini sia nel processo decisionale che in quello attuativo. Nelle città sono in corso molti esperimenti, in cui l'attenzione è focalizzata sulla gestione condivisa dei beni comuni e nell'area del benessere.

Per esempio, in Italia, il Comune di Bologna ha emanato un regolamento per la cura dei beni comuni urbani, con l'obiettivo di creare pratiche di collaborazione tra cittadini e amministrazione. A livello internazionale possiamo citare il caso di Seul, che ha finanziato una serie di attività e progetti di economia condivisa. Anche Amsterdam, che non si oppone a questa modalità, ha emanato norme per regolamentare le attività di noleggio. Questi sono solo alcuni esempi in cui le istituzioni hanno un ruolo proattivo nella direzione del cambiamento.



Le istituzioni possono creare strategie di sostegno che aiutino a: diffonderne il funzionamento, sostenere l'economia e la conoscenza locale, costruire la fiducia in un contesto di collaborazione.

LE SFIDE DELL'ECONOMIA DELLA CONDIVISIONE

Le istituzioni potrebbero:

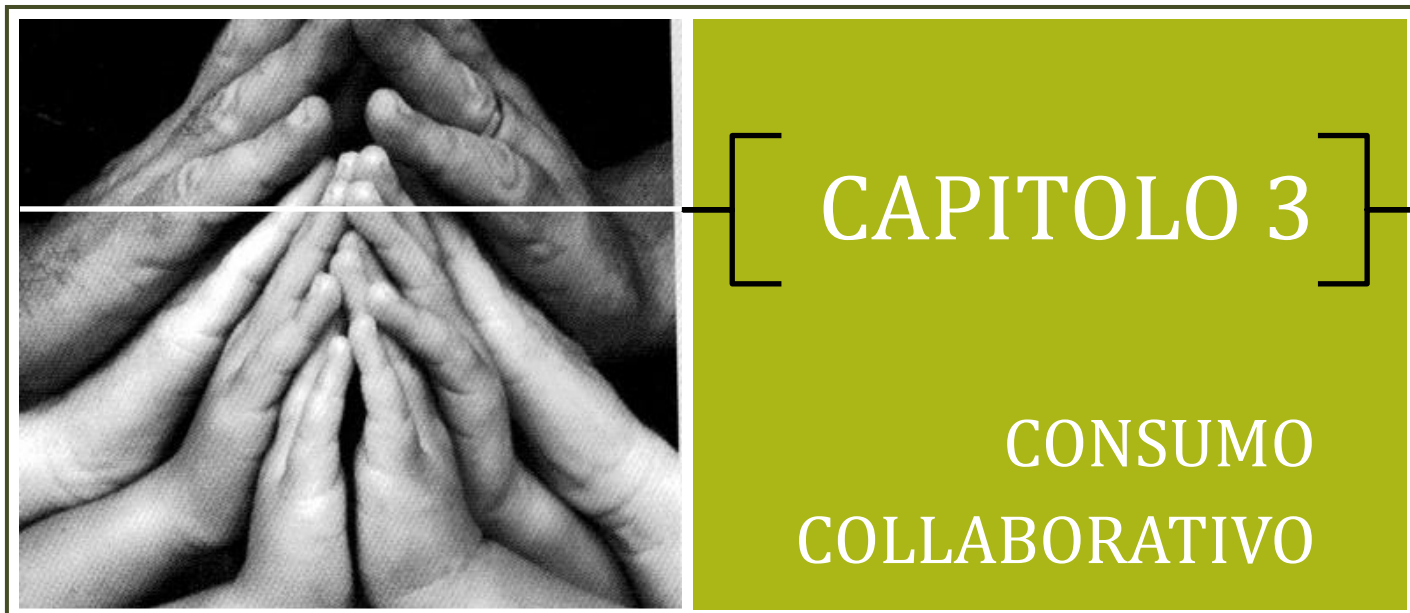
- sviluppare il quadro giuridico;
- migliorare e rafforzare la fiducia in attività che generano un impatto reale e cambiamenti nelle comunità, in cui al centro dell'attenzione si pone la dimensione sociale;
- aiutare la SE ad espandersi.

L'economia della condivisione rimette nel circuito economico beni e servizi sottoutilizzati, generando occupazione in settori dell'economia alternativi e non sfruttati. Enorme, infatti, è il suo potenziale per gli altri settori economici.

In particolare, l'impatto della economia della condivisione nella creazione di reti di piccole im-

prese, nelle modalità di collaborazione e nel miglioramento delle condizioni economiche nelle piccole comunità, nello sviluppo delle capacità legate ad internet e alle tecnologie mobili, la rende un importante mezzo di trasformazione sociale.

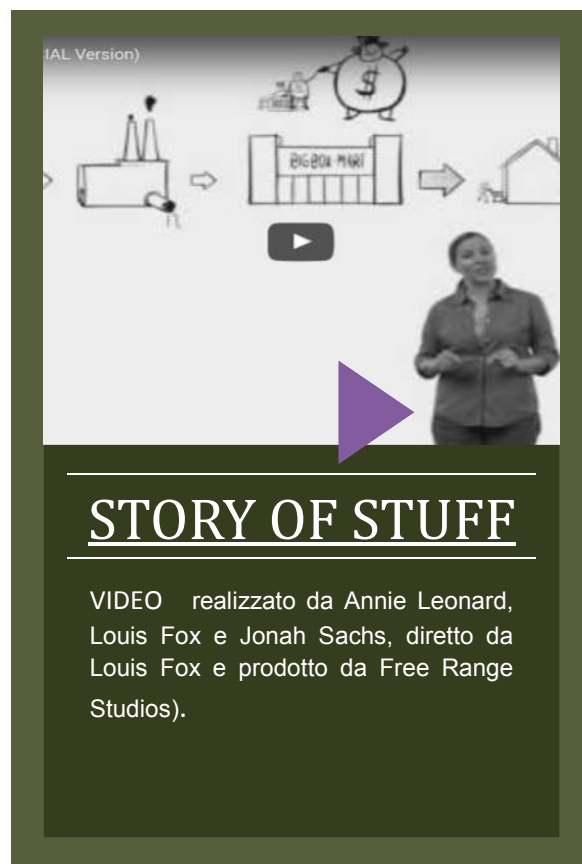
La regolamentazione è uno degli elementi fondamentali, specialmente nelle iniziative locali e dove mercati devono essere più flessibili. Con particolare riferimento alle iniziative locali, esse hanno maggiori opportunità di crescita e la regolamentazione è meno rilevante rispetto a contesti in cui l'economia si basa su settori quali la formazione, i servizi, la produzione o l'ambiente.



PERCHÉ IL CONSUMO COLLABORATIVO (CC)

Nelle società moderne, le persone sono spesso giudicate in base a ciò che possiedono. Il loro status sociale e la felicità sembrano dipendere sostanzialmente da questo. In questo quadro, non ci si dovrebbe sorprendere se il consumismo e l'obsolescenza programmata stiano diventando problematiche serie dal punto di vista sociale.

Il breve ciclo di vita dei beni, come ad esempio il design e i gadget elettronici, ha un effetto negativo sull'ambiente. D'altra parte il possesso di beni forse ci può rendere più felici, ma solo per breve tempo, data la rapidità dell'obsolescenza tecnologica.



Di conseguenza, è sempre più diffusa la convinzione per cui si dovrebbe iniziare a cambiare la nostra mentalità in relazione a ciò che consumiamo e a come lo facciamo.

Il riciclo e il riutilizzo dei beni, infatti, possono ridurre l'utilizzo di nuovi materiali, il consumo di energia necessaria per realizzare nuovi prodotti e le emissioni di CO². In relazione a quanto esposto, il CC potrebbe avere un notevole impatto nel contribuire a cambiare l'atteggiamento delle persone verso il consumismo e nell'incoraggiare modalità differenti di fare impresa.

Il Consumo Collaborativo produce, infatti, una serie di benefici diretti per la società, tra cui:

- la riduzione delle emissioni di CO²;
- la riduzione dei rifiuti;
- il sostegno/l'avvio a stili di vita sostenibili;
- il consumo responsabile, che favorisce la libera scelta e la responsabilità morale;
- la protezione dell'ambiente;
- il risparmio di risorse e di denaro.

Ma anche alcuni, e più importanti, benefici indiretti sulla società, come:

- il possibile ritorno ai valori universali quali le tradizioni, il rispetto, l'amicizia, il senso di responsabilità, il godersi la vita, la moderazione, l'onestà e l'umanità;
- il cambio di focus dal "me" al "noi" – la costruzione di una comunità, il valore di uno scopo sociale ed il benessere;
- rendere le persone capaci di prendere il controllo della propria vita (es. con la creazione di una propria impresa), incoraggiando la cittadinanza attiva e il volontariato.





DEFINIZIONE E MODELLI

Grazie alla tecnologia (es. gli smartphones) e ai social media, la condivisione di interessi (Pinterest), di ciò che stiamo facendo (Twitter) o delle nostre relazioni (Facebook) diventa parte del nostro stile di vita. L'espressione di se stessi attraverso degli oggetti è diventata, invece, meno importante e di vecchio stampo.

"Stiamo trasformando i prodotti in servizi".⁽¹⁾

Più in generale, possiamo affermare che i consumatori collaborativi sono persone che, pur rimanendo all'interno dei principi del capitalismo, credono in un mondo miglio-

re, un mondo che potrebbe favorire il benessere delle comunità più grandi.

In pratica ci sono diversi modi per partecipare al Consumo Collaborativo.

E' possibile svolgere:

il ruolo di 'fornitore tra pari', quando cioè si forniscono i propri beni in affitto, condivisione o prestito;

il ruolo di 'utente tra pari', quando si consumano i prodotti e i servizi disponibili;

si può scegliere di svolgere entrambi i ruoli.



Si vedano alcune definizioni:

The sharing economy lacks a shared definition: giving meaning to the terms.



“Alcuni consumatori collaborativi hanno una mentalità aperta e innovativa, socialmente ottimista, mentre altri sono individui motivati dall'urgenza pratica di trovare un modo nuovo e migliore di fare le cose”.⁽¹⁾

Il motivo potrebbe essere legato all'urgenza di risparmiare denaro, tempo o di sviluppare servizi migliori, per essere più sostenibili o per costruire relazioni più solide con le persone piuttosto che semplicemente per mero consumismo.

Il baratto, i sistemi locali di scambio commercia-

le, la valuta peer-to-peer, le banche del tempo, il prestito sociale (social lending), la condivisione e lo scambio di beni, la condivisione dei terreni agricoli, il coworking e il cohousing, il couchsurfing, il bike e car sharing, il noleggio peer-to-peer, le cooperative alimentari sono tutti esempi di CC.

Tutti questi esempi potrebbero essere catalogati secondo tre diverse tipologie: i Sistemi prodotti-servizi, i Mercati di redistribuzione e lo Stile di vita collaborativo.



Sistemi Prodotti-Servizi (SPS)

L'idea chiave dietro i SPS è che i consumatori pagano per beneficiare del prodotto senza necessità di possederlo.

“ Un SPS è un sistema competitivo di prodotti, servizi, reti e infrastrutture di supporto. Il sistema include la manutenzione del prodotto, il riciclo delle parti e l'eventuale sostituzione, in modo da soddisfare le esigenze dei clienti in modo più competitivo e con un minore impatto ambientale durante l'intero ciclo di vita del prodotto. I SPS richiedono un approccio coordinato da parte di diversi stakeholders: industria, governo, società civile.

Se utilizzati a livello globale, i SPS potrebbero contribuire a ridurre il consumo delle risorse e la produzione di rifiuti, dal momento che si riduce anche la produzione di nuovi beni.

L'incremento delle vendite di servizi è in grado di compensare la riduzione iniziale delle vendite di beni materiali; mentre la perdita di occupazione nel settore manifatturiero potrebbe essere bilanciata dalla creazione di posti di lavoro nel settore dei servizi.

Come idea imprenditoriale, i SPS potrebbero migliorare in generale gli standard di vita.

Tuttavia, questo cambiamento richiede una trasformazione culturale verso nuovi valori che si fondano su qualità e utilità.

Con i SPS, i consumatori avvertono di meno la necessità di acquistare, conservare, smaltire ed eventualmente sostituire un prodotto. Infatti, la qualità del servizio, e quindi la soddisfazione del consumatore, può migliorare con i SPS, perché il fornitore di servizi è incentivato ad utilizzare e gestire le attrezzature in modo corretto, aumentandone l'efficienza e l'efficacia.

Anche i produttori sono incentivati a progettare sistemi a ciclo chiuso per attrezzature progettate dall'origine con la finalità di avere una maggiore durata e una più ampia riciclabilità".⁽²⁵⁾

In pratica, per un consumatore questo significa risparmiare denaro e proteggere l'ambiente.

Mercati di redistribuzione

"Attraverso i social network i beni usati o pre-posseduti possono essere redistribuiti, spostandoli da dove non sono necessari verso dove o verso coloro per cui lo sono, alimentando il secondo tipo di CC: i **Mercati di redistribuzione**".

“ La redistribuzione è la quinta 'R': ridurre, riciclare, riutilizzare, riparare e redistribuire".⁽⁴⁾ Questo approccio consente di liberare spazio nelle discariche e di ridurre la necessità di produrre nuovi beni. In tutto il mondo si stanno costituendo migliaia di gruppi di persone che vogliono regalare qualcosa a persone che ne hanno bisogno.

Tali reti funzionano meglio quando i membri del gruppo vivono in prossimità geografica, perché



lo scambio degli oggetti risulta ovviamente più conveniente e si consuma meno energia.

Le merci sono redistribuite:

- gratuitamente - quando si passa da un oggetto indesiderato ad uno gratuito;
- quando le persone ne hanno bisogno (es. Freecycle, UNISwap, Around Again);
- quando vengono vendute con un sistema a punti e senza moneta (es. BarterQuest);
- quando vengono vendute attraverso flussi finanziari (eBay);
- quando vengono scambiate con merci analoghe o di valore simile;
- in alcuni mercati misti come Gumtree, SCoodle.

Lo stile di vita collaborativo

La condivisione di beni e risorse è un fenomeno ben noto da molto tempo, come ad esempio il baratto, lo scambio di cibo o di oggetti in cambio di servizi e strumenti.

Le persone l'hanno sempre praticata per ottenere benefici o per mancanza di risorse. La condivisione è stata una realtà in alcune società socialiste ed è ancora praticata in molte culture.

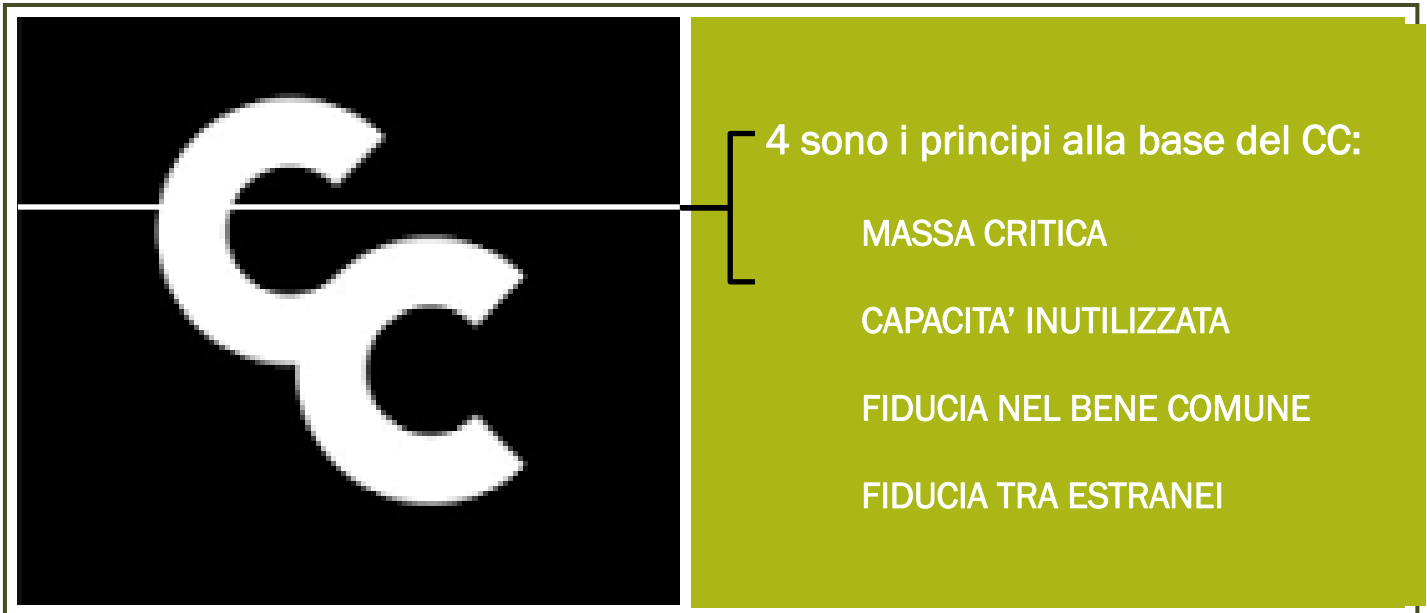
Nella società consumista, invece, questo concetto è stato spesso considerato come sinonimo di povertà. Per considerarlo CC, in realtà, deve verificarsi un cambiamento significativo nelle nostre culture ed economie. In sostanza, le persone dovrebbero spingersi verso pratiche socialmente orientate e più collaborative. Le comunità potrebbero aiutare le persone a trasformarsi in qualcosa di più di quello che sono a livello individuale. In altre parole le nostre comunità benefi-

cerebbero di un "individualismo collaborativo" con lo scambio di attività meno tangibili come il tempo, lo spazio, le competenze.⁽¹⁾

Tali scambi avvengono sia:

- a livello locale, includendo la condivisione di spazi di lavoro e di cittadinanza, spazi culturali, giardini urbani e di terreni agricoli (fattorie sui tetti, proprietà pubbliche incolte), beni di quartiere (scambio di tempo, mansioni, mestieri, competenze, cibo e posti auto);
- a livello globale, in particolare tramite internet (condivisione di risorse come quelle finanziarie (prestito sociale tra pari), comunità di viaggiatori ed ospiti in tutto il mondo (Airbnb, Couch Surfing).





I PRINCIPI DEL CONSUMO COLLABORATIVO (CC)

“ Massa critica è un'espressione usata per descrivere un numero sufficiente di utilizzatori di un'innovazione in un dato sistema sociale, tale che il tasso di utilizzo possa creare ulteriore crescita. Si tratta di un aspetto della teoria della diffusione delle innovazioni" cruciale anche per il CC (cit. Wikipedia).

Applicato al CC, questo significa che il servizio di scambio deve offrire una quantità di beni tale che tutti possano trovare qualcosa, cui sono interessati, ed essere soddisfatti dello scambio e conseguentemente di riutilizzare il servizio. Il

sistema, cioè, funziona se gli "utenti sono soddisfatti per la scelta e la convenienza dell'offerta".⁽¹⁾ Il CC implica azione e reazione, il fare qualcosa per gli altri, cambiando le proprie abitudini.

Ma come motivare le persone a superare le barriere psicologiche e culturali, il retaggio di decenni creato da un modello economico dominante?

Secondo Robert Cialdini ⁽³³⁾ è più efficace il messaggio 'tutti gli altri lo stanno facendo' piuttosto che cercare di richiamare le persone al senso di responsabilità sociale o anche alla volontà di salvaguardare le risorse per le generazioni future".

LA MASSA CRITICA

LA CAPACITÀ INUTILIZZATA

La nostra società è circondata da cose che o non sono utilizzate o lo sono raramente: possediamo una o più autovetture per famiglia - non utilizzate per la maggior parte del loro ciclo di vita - o macchinari, strumenti o anche spazi e attrezzature per uffici, abiti utilizzati solo per occasioni speciali.

"Il CC è il mezzo con cui si consente ad altri di usufruire di questa capacità inutilizzata degli oggetti redistribuendola".⁽¹⁾

La condivisione di beni e risorse è diventata più facile, grazie alle moderne tecnologie, tra cui le reti sociali, il peer-to-peer ed i servizi business-to-peer.

Questi, infatti, rendono possibile la condivisione di un parcheggio, di un'auto, o l'utilizzo della propria bicicletta/auto per offrire servizi di trasporto e di logistica. Grazie alla pratica del CC è possibile prendere in prestito e scambiare beni secondo lo slogan 'tu ce li hai, io ne ho bisogno'.

LA FIDUCIA NEL BENE COMUNE

Il valore dei beni comuni rappresenta la base per l'applicazione del CC ed è uno dei principi della democrazia moderna. Gli antichi romani consideravano beni comuni gli spazi pubblici e risorse come la cultura, la lingua e la conoscenza.

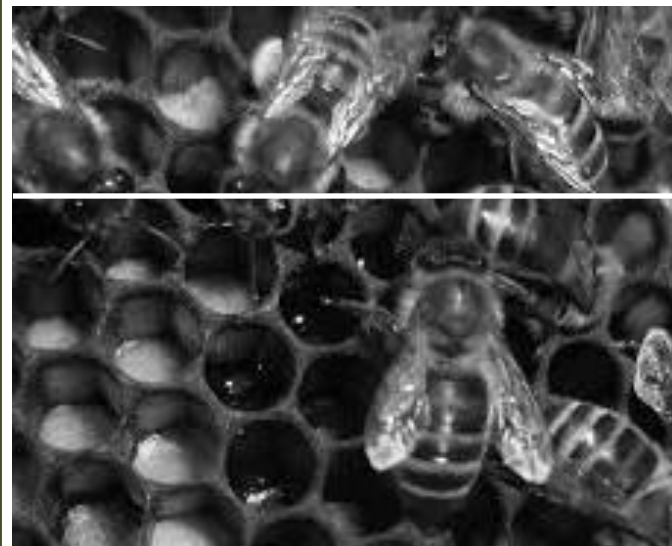
L'idea moderna dei Creative Commons sembra ripercorrere quegli antichi valori e, grazie alle nuove tecnologie, renderli disponibili al pubblico.

Il CC si basa sulla comunità e conferisce un valore aggiunto alla costruzione della stessa.

LA FIDUCIA TRA ESTRANEI

Utilizzando i servizi peer-to-peer (come eBay o Airbnb) è possibile agire senza intermediari e avere relazioni con estranei. Questa nuova situazione può comportare molti rischi sia per i fornitori di servizi che per i consumatori. Tuttavia, grazie ad una serie di piattaforme, che aiutano le persone a gestire autonomamente scambi e servizi, a sistemi di

reputazione ben progettati e grazie all'anonimato delle operazioni, è possibile prendere le proprie decisioni con una migliore consapevolezza e una maggiore serenità. I nuovi mercati online costituiscono una parte dei villaggi globali dove "chi abusa può essere facilmente individuato e marginalizzato, mentre l'apertura, la fiducia e la reciprocità sono incoraggiati e ricompensati.



CAPITOLO 4

L'IMPRENDITORIALITA' NEL CONSUMO

CONDIVISO E COLLABORATIVO

L'ambito dell'economia della condivisione e della collaborazione sta rapidamente diventando uno dei settori più importanti e influenti del 21° secolo sotto il profilo della comunicazione, degli affari e della società.

In tale ambito è possibile trovare esempi di attività imprenditoriali eque, sostenibili e socialmente orientate. L'uso dell'innovazione tecnologica ha massimizzato questo processo. Anzi, considerando i cambiamenti che si sono susseguiti, possiamo rilevare che:

- è più facile effettuare transazioni mediante interfacce digitali (acquistare prodotti, condividere files, ecc.);
- la tecnologia viene creata per i consumatori che l'adatteranno agli affari, mentre alcuni anni fa le tecnologie venivano create per gli affari e poi adattate ai consumatori;
- è stata creata una rete, una rete digitale, che

rappresenta un'infrastruttura della fiducia.

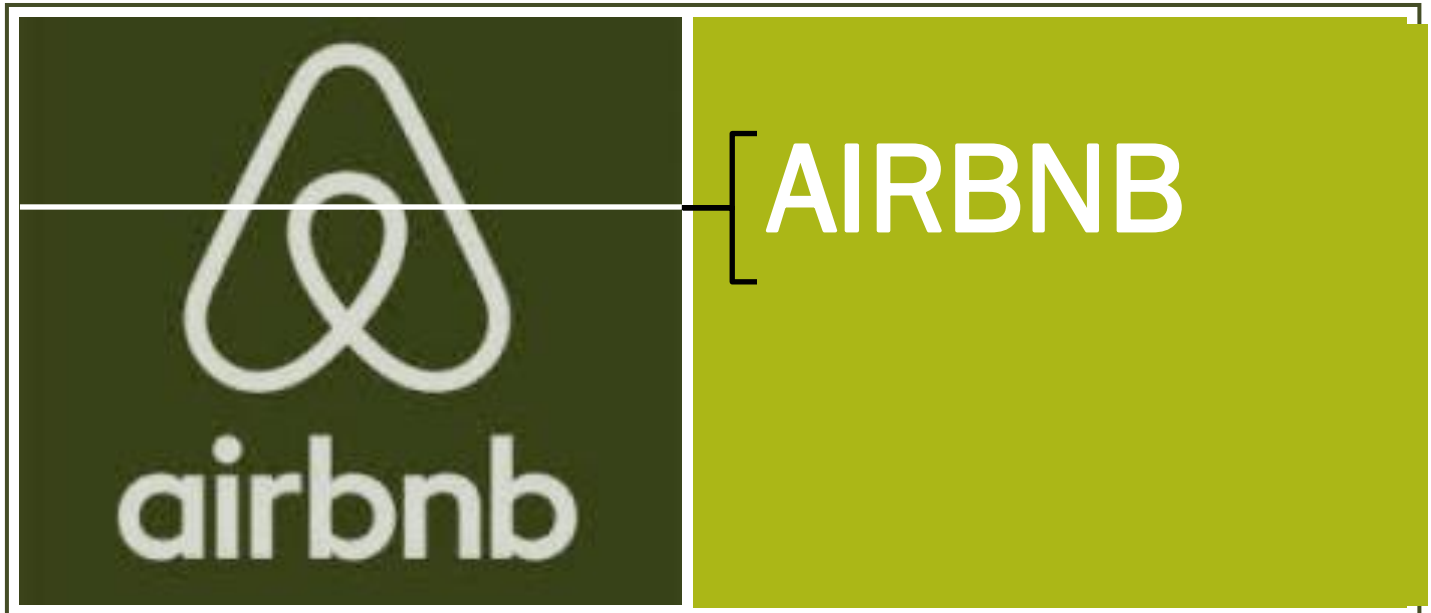
Le imprese si stanno trasformando da aziende in piattaforme, e ciò ha un forte impatto a livello economico⁽¹⁴⁾.

É possibile che questo stimoli nuovi consumi, incrementi la produttività e catalizzi l'innovazione e favorisce l'imprenditorialità individuale.

A questo proposito sarebbe opportuno avere degli strumenti per misurarne l'impatto, soprattutto a livello di piccole imprese, ma anche modificare la regolamentazione delle imprese per permettere ai nuovi imprenditori di affermarsi nel mercato con le loro idee (vedi le proteste dei tassisti contro Uber).

In questo capitolo verrà presentata in dettaglio un esempio di imprenditorialità di grande successo, Airbnb.

Presenteremo, inoltre, alcune altre buone prassi di imprenditorialità collaborativa, fra le quali al-



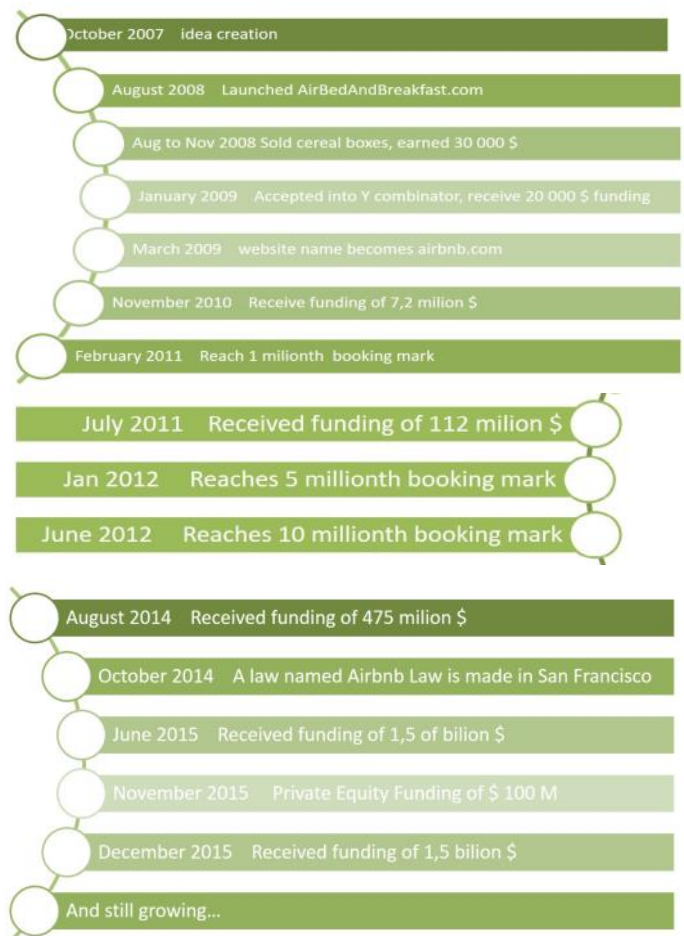
Le basi di questo sostanziale cambiamento nel settore della ricettività turistica sono state gettate nel 2007 con tre materassi ad aria posti sul pavimento di un appartamento di San Francisco (18), quando la città ospitava un'importante conferenza.

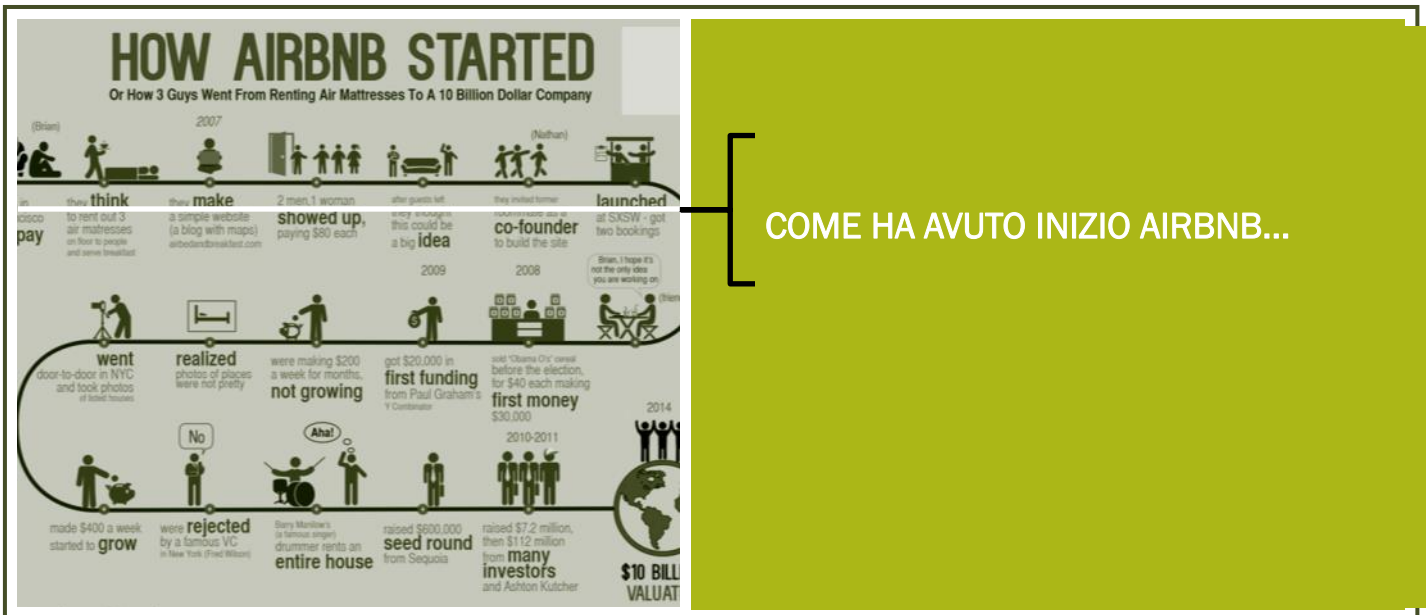
Due neolaureati pubblicizzarono con successo, attraverso un semplice sito web, il loro appartamento come un AirBed&Breakfast per quei partecipanti alla conferenza, che cercavano di risparmiare sui prezzi elevati del pernottamento in città. Credendo nella loro idea, i due compagni di stanza reclutarono un amico e trasformarono il sito in un servizio dedicato ad altre persone che, analogamente, volevano promuovere le loro case e condividerle con i turisti, inizialmente in relazione a grandi eventi.

Dopo un primo moderato successo, nel 2009 il sito è stato rilanciato con il nome www.airbnb.com e il servizio è stato ampliato fino ad includere, oltre alla condivisione delle case, anche l'affitto di interi appartamenti. Da allora Airbnb è cresciuto in modo esponenziale

ed attualmente registra milioni di stanze destinate ai turisti in tutto il mondo.

Timeline of Airbnb





COME HA AVUTO INIZIO AIRBNB...

FUNZIONAMENTO DELL'IDEA IMPRENDITORIALE

Le persone che vogliono condividere la loro casa pubblicizzano i loro spazi on line su Airbnb. I proprietari elencano sul sito i dettagli della loro struttura insieme ad altri elementi come prezzo, servizi offerti, località per consentire alla clientela di personalizzare la loro ricerca. Ove possibile, le proprietà vengono fotografate da professionisti inviati da Airbnb al fine di fornire uno standard elevato nel pubblicizzare le proprietà.

Sia il sito di Airbnb che la App consentono ai viaggiatori di cercare le strutture nelle città in cui desiderano andare, passando in rassegna le opzioni disponibili in base ai prezzi, ai servizi o altri criteri di ricerca per selezionare quelle più adatte alle proprie esigenze. Il proprietario fissa l'importo per tutta la durata del soggiorno. La transazione avviene online attraverso Airbnb, per eliminare lo scambio fisico di denaro in modo da creare la sensazione che si stia soggiornando a casa di un amico.

All'importo per il soggiorno, che va al locatore, si aggiunge una cifra supplementare, che va direttamente ad Airbnb e che rappresenta il costo della transazione.

Solo dopo la transazione il proprietario conferma la prenotazione al viaggiatore.

IL MODELLO AZIENDALE

Airbnb è una piattaforma online che consente principalmente la locazione di strutture come alternativa al tradizionale settore alberghiero. Aiuta i viaggiatori a trovare alloggi, appartamenti, case, camere private, barche, castelli, case sugli alberi, manieri, igloo e addirittura isole private.

Il modello di business di Airbnb non si basa sui sistemi tradizionali di produzione. Esso utilizza l'esistente creando nuovi servizi. Cioè utilizza un modello di mercato nel fornire servizi ai suoi utenti, ma agendo come un facilitatore. Ciò significa che non possiede stanze o proprietà, ma mette in connessione il "proprietario", che vuole affittare le sue proprietà, con gli "ospiti", che sono alla ricerca di un alloggio da affittare.

Il modello Airbnb funziona perché garantisce gli interessi di tutti quelli che ne sono direttamente coinvolti: i proprietari hanno la possibilità di guadagnare somme aggiuntive dall'affitto degli spazi inutilizzati delle loro abitazioni e gli ospiti possono scegliere l'alloggio che preferiscono a prezzi accessibili e convenienti.

Inoltre, Airbnb offre la possibilità ai proprietari di sottoscrivere un'assicurazione nel caso in cui gli ospiti danneggino le loro proprietà. Ed è

in grado di attivare un buon sistema di supporto per la soluzione di controversie con gli ospiti.

Airbnb, per promuovere il business e per garantire un flusso costante nella valutazione, chiede agli utenti di fornire recensioni sul soggiorno e sull'intero processo. Questo consente agli utenti di attingere a fonti credibili di informazione al momento della prenotazione della proprietà e all'azienda di valutare i propri servizi e di conoscere l'opinione degli utenti.

L'attività di Airbnb si basa sulle entrate dalle transazioni che vengono applicate ad ogni prenotazione. La commissione sul proprietario varia dal 6 al 12% in relazione al prezzo della prenotazione. Inoltre, Airbnb addebita anche all'ospite una commissione del 3% per ciascuna prenotazione.

La società ha anche avuto un grande copertura mediatica grazie ad una serie di investimenti che è stato in grado di garantire attraverso vari cicli di finanziamento, in particolare nel 2011 e 2014. Nel marzo 2015 Airbnb ha ottenuto un nuovo finanziamento che ha portato alla stima attuale della società di oltre 20 milioni di dollari.

IL MODELLO AZIENDALE

SEGMENTAZIONE DELLA CLIENTELA

Airbnb si rivolge a tutti i tipi di viaggiatori: dai giramondo, ai pendolari, ai turisti occasionali.

I clienti chiave sono i proprietari di casa che cercano un reddito aggiuntivo derivante dall'affitto dei loro spazi.

RELAZIONI CON LA CLIENTELA

Il servizio specificamente rivolto ai clienti ha fatto aumentare la reputazione dell'azienda.

Essa, infatti, offre ai clienti un servizio attivo 24 ore al giorno, consigli personalizzati e una costante presenza sui social media.

VALORE DELLA PROPOSTA

I clienti possono scegliere di usare i servizi stimolati dalle opportunità di viaggio personalizzate pubblicizzate dall'azienda.

Airbnb promuove, unica nel suo genere, soggiorni più convenienti per gli ospiti, entrate extra per i proprietari ed altre opzioni flessibili.

CANALI

I principali canali di comunicazione per l'azienda sono i domini online quali: piattaforme, app, social media.

In effetti Airbnb riesce ad utilizzare al meglio tutti gli strumenti messi a disposizione dall'era digitale, ma uno dei fattori chiave del suo successo è il "passaparola", che ha notevolmente incrementato la base della sua clientela.

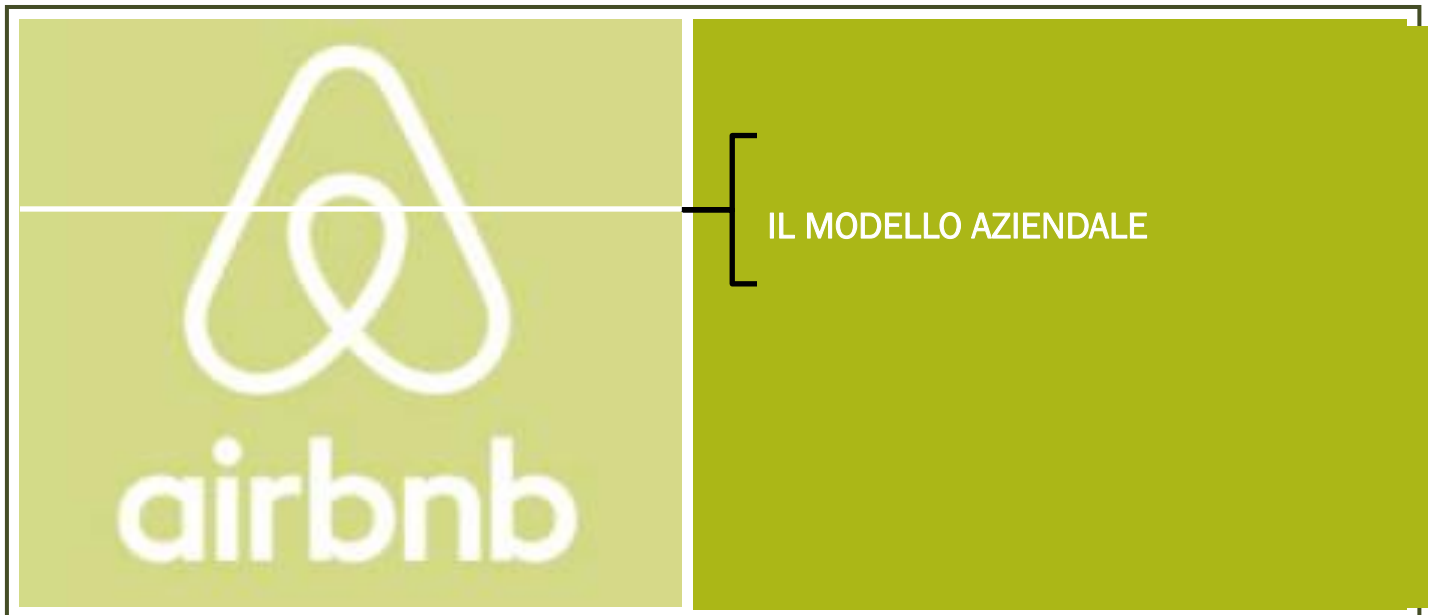
ENTRATE

Su ogni transazione, Airbnb applica delle commissioni.

Considerato il notevole numero di transazioni "proprietario-ospite", questo si traduce in livelli di introiti estremamente elevati.

ATTIVITÀ PRINCIPALI

Le attività principali dell'azienda includono: acquisizione di nuovi proprietari, pubblicità e marketing intensivi, sponsorizzazione di eventi, mantenimento della piattaforma, incremento della presenza sul web e creazione di nuovi partneri.



RISORSE PRINCIPALI

Molte delle risorse riguardano il capitale umano e includono: professionalità tecniche, gruppi creativi e reti di proprietari.

Altre risorse sono rappresentate dai marchi, dalla propria banca dati e da un'immagine/marchio redditizio.

PARTNER PRINCIPALI

Il successo di Airbnb ruota attorno ai suoi partner, cioè i proprietari e gli ospiti.

Inoltre, l'azienda ha rapporti costanti con esperti di tecnologie, arredatori, agenti immobiliari, fotografi, consulenti governativi e fornitori di mezzi di pagamento elettronici.

COSTI DI STRUTTURA

Sebbene il 100% delle transazioni tra clienti avvenga online, Airbnb è, comunque, impegnata in campagne di sponsorizzazione, contratti per l'assicurazione e manutenzione online.

PROBLEMATICHE

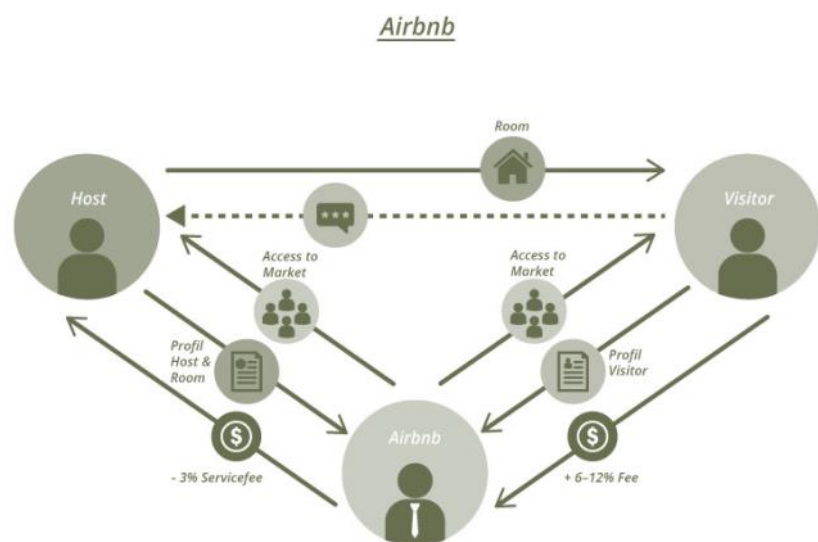
P roblemi di fiducia

Il più grande problema affrontato dai viaggiatori e dai proprietari che utilizzano Airbnb è il fattore “fiducia”. Da una parte il proprietario apre la sua casa ad uno sconosciuto, dall'altra il viaggiatore deve convivere con degli estranei. Per questo, Airbnb ha creato sulla sua piattaforma un processo di verifica di ogni proprietario e viaggiatore. Inoltre, Airbnb spinge i suoi potenziali fruitori ad accedere con il proprio account Facebook o a collegarsi tramite l'account di Airbnb per garantire una maggiore trasparenza. E non è tutto. Nel caso in cui qualcosa vada storto, si può attivare una polizza assicurativa.

M antenimento della clientela

Un altro problema è rappresentato dal fatto che gli utenti sono liberi di aggirare le piattaforme di Airbnb nei viaggi successivi. Una volta che ospite e viaggiatore si sono incontrati, nulla può evitare che si organizzino autonomamente. Questo sarebbe, infatti, più conveniente per entrambi, in quanto non ci sarebbero più i costi di transazione imposti dalla società.

È poiché Airbnb ha bisogno che i suoi utenti evitino gli alberghi tradizionali e continuino ad usare i suoi servizi, cerca di ovviare a questi ostacoli, offrendo incentivi ai clienti fedeli sotto forma di sconti e offerte speciali.



Business Model Toolbox

DISTRIBUZIONE DELLA PRODUZIONE

Lo sviluppo dell'economia condivisa permette alle aziende interessate di operare secondo modalità non convenzionali. Si sta assistendo ad una riduzione dell'entrata sul mercato di aziende produttrici con metodi industriali classici.

Se la produzione di nuovi prodotti è divenuta più onerosa a causa del costo delle materie prime, dei costi di produzione e di fabbrica, dei costi del personale e delle altre spese connesse, aziende come Airbnb e Uber sono esempi di organizzazioni che traggono il loro vantaggio dall'appalto esterno e dall'utilizzo esclusivo di risorse altrui. Queste strutture aziendali informali e semplificate fondate su questo nuovo modello economico sono in grado di prosperare. Si pone, quindi, enfasi su un modello economico a basso costo, che fa perno sulla condivisione delle materie.

L'IMPRENDITORIALITÀ NELL'ECONOMIA CONDIVISA

BARRIERE PIÙ BASSE IN ENTRATA

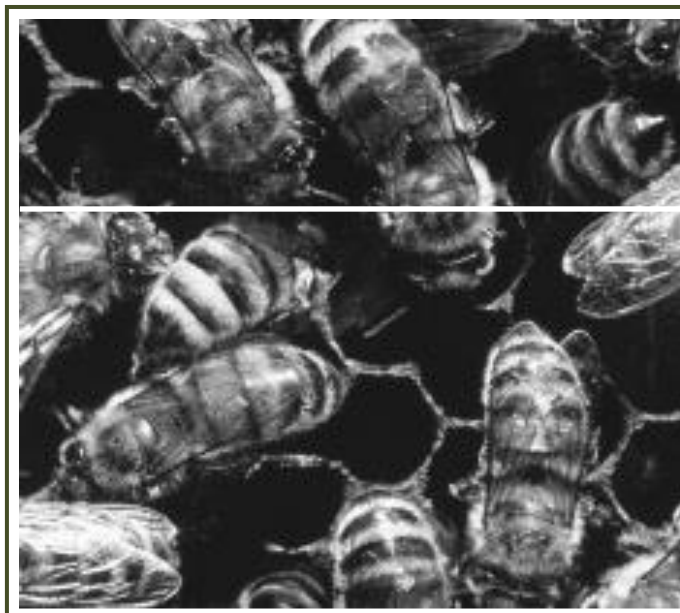
Gli ostacoli all'imprenditoria, affrontati dalle start-up, sono meno rilevanti quando le aziende entrano nel campo del CC, così come sono significativamente ridotti i costi iniziali. Le reti su cui si basano possono essere, inoltre, costruite più rapidamente. I costi di avvio ridotti consentono a delle grandi idee innovative di prosperare laddove un tempo sarebbero state abbandonate. La crescita delle imprese fondate sulla condivisione dovrebbe determinare un cambiamento nelle pratiche di consumo e di profitto portando, lentamente, a riequilibrare i rapporti tra piccole e grandi aziende. Invece di sforzarsi di contenere i costi di produzione per non andare "in rosso", le aziende possono impegnare più risorse per la

crescita e la redditività nel più precario periodo di avvio.

MENO PROPRIETÀ, PIÙ MANUTENZIONE

Il CC si allontana dalla modalità della proprietà passiva per concentrarsi sul servizio di manutenzione attivo. Di conseguenza, per le aziende, si sviluppano meno costi. I clienti sostengono i costi iniziali e l'azienda semplicemente connette i proprietari ai consumatori. Ciò comporta meno responsabilità, meno spese e una struttura aziendale più agile.

L'idea Airbnb consente ai clienti di generare un reddito extra con il minimo sforzo, ricavando fondi da risorse inutilizzate.



Alcuni esempi

Di seguito alcuni esempi di economia condivisa e consumo collaborativo

SCOPI SOCIALI

SISTEMI PRODOTTI - SERVIZI

MERCATI DI REDISTRIBUZIONE

STILE DI VITA COLLABORATIVO



BANCA DEL TEMPO

SCOPI SOCIALI

Chi non si lamenta della mancanza di tempo per risolvere i problemi giornalieri? Chi non vorrebbe aiutare di più gli altri e partecipare più attivamente alla vita della comunità? Più o meno tutti.

Ma poi si torna alla solita questione: non c'è tempo. O meglio, ora c'è perché c'è un modo per sfruttare la buona volontà e lo spirito di solidarietà. Basta aprire un conto presso la Banca del Tempo. Un conto individuale con guadagni collettivi. Si tratta di un servizio paritario in cui un'ora di lavoro ha il valore di un'altra ora di lavoro, non importa di quale tipo.

La moneta è il tempo: 1 ora della banca del tempo equivale ad 1 ora di lavoro. La banca consente di condividere le proprie abilità, talenti e conoscenze con altre persone che fanno la stessa cosa. E nel farlo, è possibile incontrare altre persone, al di fuori della propria cerchia di amici e colleghi.



The image shows a screenshot of the Global FoodBanking Network website. The website header includes the logo 'Global FoodBanking Network' and navigation links: 'Hunger & Food Banking', 'About GFN', 'Start A Food Bank', 'Food Bank Resources', and 'Get'. Below the header, there is a section titled 'Your Donation Will Help Food Banks Around the World' with a 'Donate' button. The main content area features a welcome message: 'Welcome To The Global FoodBanking Network®' and a paragraph stating: 'Global FoodBanking Network® (GFN) is an international nonprofit organization that fights world hunger by creating food banks around the world, in countries outside the US. We currently work in more than 30 countries, serving the world's nearly 800 million undernourished people.' Below this text are three images: 'FOOD BANKS' (people at a food bank), 'OUR MISSION' (volunteers serving), and 'MAKE A DONATION' (a smiling child). A large green overlay on the right side of the screenshot contains the text 'BANCA DEL CIBO' in white, underlined letters.

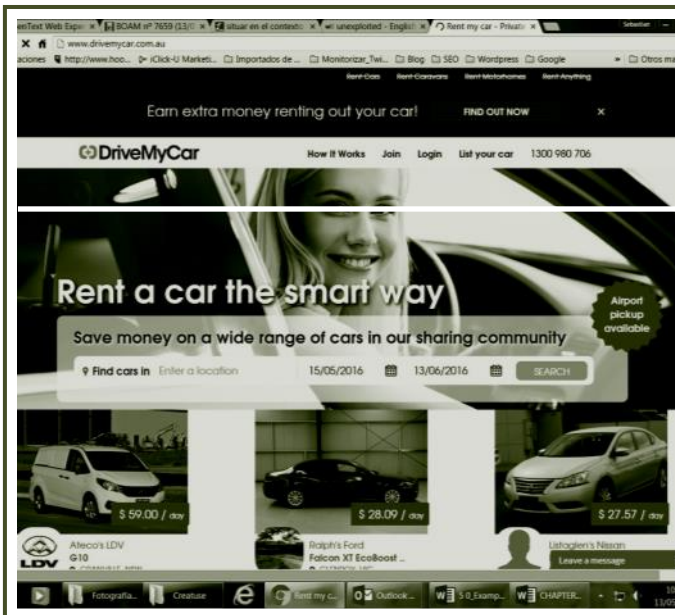
SCOPI SOCIALI

La prima banca del cibo al mondo è stata il St. Mary Food Bank Alliance in Arizona, fondata da John van Hengel nel 1967. Mentre fa volontariato in una mensa comunitaria, van Hengel constata che spesso i negozi buttano il cibo in scadenza o con un imballaggio danneggiato. Per cui decide di raccogliere questo cibo per la mensa, ma ben presto ne raccoglie troppo. Così utilizza un edificio per contenerlo: una Banca del cibo.

La Banca funziona in questo modo: si riceve del cibo donato da organizzazioni o persone e lo si distribuisce alle organizzazioni di volontariato riconosciute: si tratta, quindi, un modello business-to-peer.

Le banche alimentari ben presto si sono diffuse in tutti gli Stati Uniti e anche in Canada. Il primo banco alimentare in Europa è stato fondato nel 1984 in Francia.

Dopo la crisi economica del 2007, in realtà, il Banco alimentare si è diffuso in tutto il mondo.



DRIVE MY CAR

SISTEMI PRODOTTI-SERVIZI

Drivemycar è il primo e il più grande servizio di noleggio auto peer-to-peer in Australia. È possibile dare in noleggio la propria auto o prenderla in noleggio. Il tutto è realizzato attraverso un 'mercato di fiducia', in cui i proprietari registrano i loro veicoli gratuitamente e gli affittuari possono cercare e prenotare i veicoli dopo aver essere stati sottoposti a particolare processi di verifica.

Fiducia e sicurezza

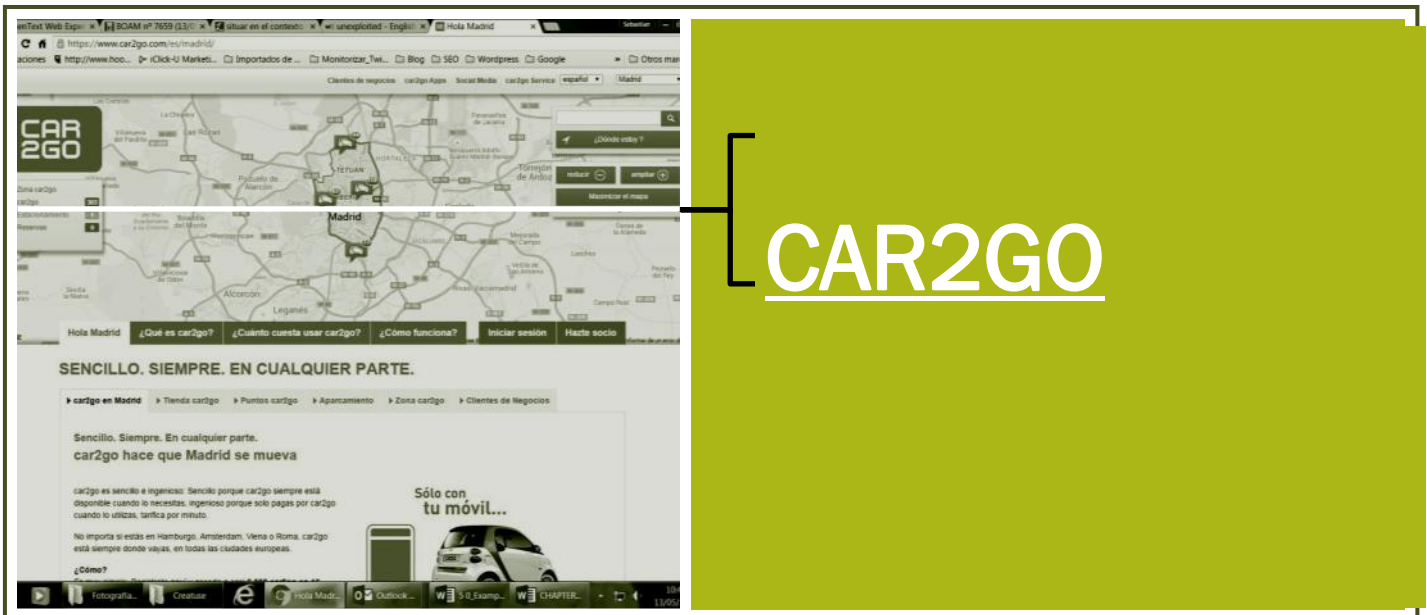
E' stata creata una gamma di funzioni per assicurare che l'esperienza di noleggio auto sia quanto più possibile affidabile e sicura. Fiducia e sicurezza sono importanti quando sono coinvolte altre persone. Viene verificata l'identità dell'affittuario, il suo credito, viene addebitato il primo pagamento prima che il noleggio venga confermato.

Assicurazione

La copertura per danni accidentali e furto è inclusa nel canone di locazione. Tutti i veicoli sono coperti da un'assicurazione e da un'assistenza stradale per 24 ore al giorno.

Noleggio a lungo termine

Gli utenti possono ottenere un risparmio maggiore per il noleggio superiore a sei mesi. L'impatto è notevole: i proprietari guadagnano dall'affitto della loro auto e gli affittuari hanno accesso ad una più ampia gamma di veicoli, risparmiando denaro rispetto al noleggio di auto tradizionali, soprattutto per il noleggio a lungo termine.



SISTEMI PRODOTTI-SERVIZI

E' riconosciuta come l'azienda di veicoli pubblici di maggior successo in tutto il mondo.

In Italia, Car2go funziona in diverse città: 700 veicoli a Milano, 600 a Roma, 200 a Firenze e 450 a Torino e il suo successo ha superato le più ottimistiche previsioni. Nella sola Milano ci sono ben 200.000 iscritti e sono complessivamente 17 milioni i chilometri percorsi nei quasi tre anni di presenza all'ombra della Madonnina, con un tempo medio, relativo a ciascun noleggio, di 25 minuti.

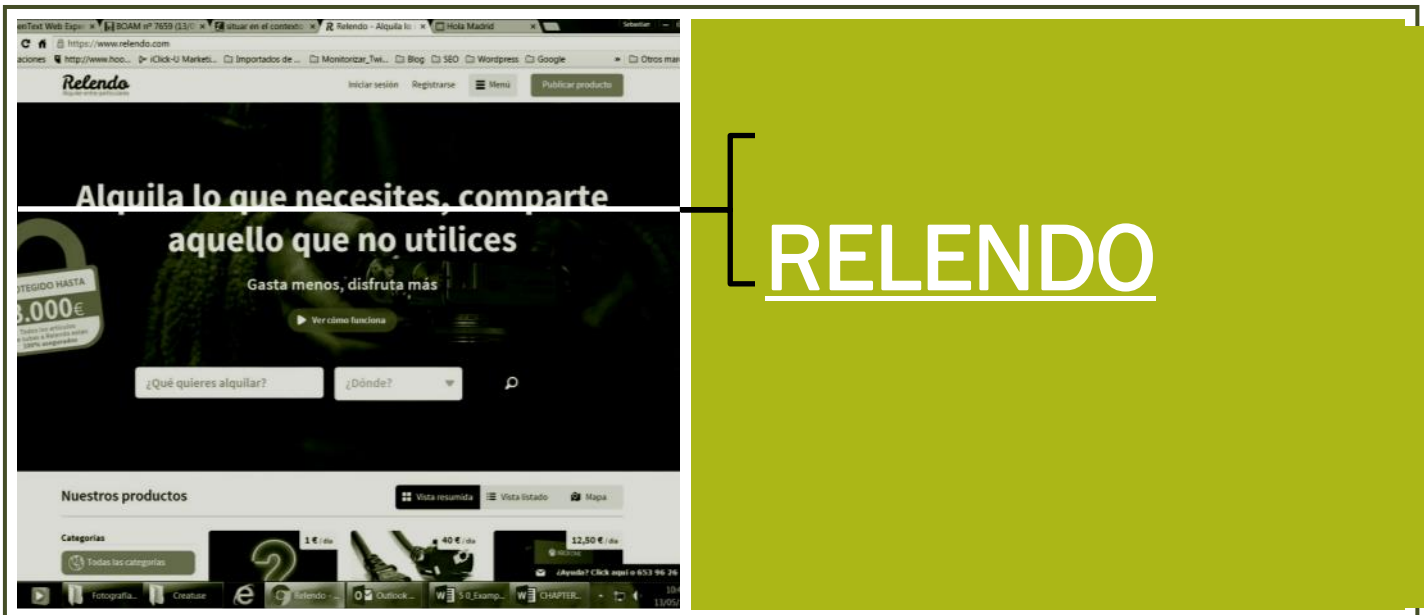
Gli utenti devono solo registrarsi per accedere a quasi 8.000 Car2go in 8 Paesi e 23 città nel mondo.

E' facile da usare: si prenota, si guida e si parcheggia. Semplice e diretto.

C'è sempre un veicolo disponibile nella varie zone. Le vetture sono dotate di speciali sistemi di posizionamento GPS per poterle trovare facilmente.

L'auto si apre con una tessera che si ottiene all'iscrizione attraverso il sito web o un'applicazione mobile.

Si va da A a B, si parcheggia il Car2go e questo è tutto. È divertente ed aiuta a risparmiare denaro.



SISTEMI PRODOTTI-SERVIZI

Relendo è la prima piattaforma collaborativa online che consente agli utenti di noleggiare merci tra utenti della stessa area. Relendo mette in contatto gli utenti che hanno bisogno di un particolare prodotto con coloro che sono disposti a fornirlo in cambio di un piccolo compenso, condividendone così i costi, in una ottica di consumo responsabile.

Come funziona?

Attraverso una piattaforma, si può scoprire che le persone che vivono nel proprio vicinato possiedono dei beni che vorremmo avere in prestito. È possibile contattarle immediatamente. L'utente deve solo specificare la data per ritirare la merce ed comunicare alcune condizioni specifiche, come le spese di spedizione, il pagamento del deposito, ecc...

Il rapporto si basa sulla trasparenza e l'affidabilità.

Relendo non solo unisce le persone, ma rende anche il consumo veramente collaborativo ed efficace.



MERCATI DI REDISTRIBUZIONE

A febbraio 2015 è stata presentata in Spagna Yonodesperdicio, la prima applicazione web-mobile per il consumo collaborativo. L'obiettivo è ridurre lo spreco di cibo e aiutare le persone svantaggiate a mangiare in modo sano evitando situazioni estreme.

La ONG Prosalus, la cui missione è quella di promuovere il rispetto, la protezione e la tutela dei diritti umani, ha sviluppato questa piattaforma di scambio e donazione di cibo, alla quale le persone possono accedere attraverso il sito web o utilizzando l'applicazione mobile.

Sulla base di questa piattaforma di consumo collaborativo, si crea una comunità per condividere, scambiare e donare cibo e ridurre lo spreco. Il funzionamento è molto semplice e si basa su quello di altre piattaforme per lo scambio o la vendita di beni di seconda mano.

E' necessaria la registrazione. Dopo la registrazione è possibile pubblicizzare il cibo che si desidera donare o condividere, o cercare il cibo che ci interessa contattando la controparte. La piattaforma funziona come una rete sociale per la comunità degli utenti. Il luogo di scambio viene concordato dagli utenti.



MERCATI DI REDISTRIBUZIONE

Etsy è un mercato in cui le persone di tutto il mondo si collegano, sia online che offline, per vendere e comprare prodotti unici.

Il cuore e l'anima di Etsy è la comunità globale: imprenditori creativi che fanno uso di Etsy per vendere quello che hanno curato o creato; gli acquirenti alla ricerca di cose che non possono trovare altrove, i produttori che collaborano con i venditori Etsy per aiutarli a crescere e i dipendenti Etsy che mantengono e alimentano il mercato.

La strategia è quella di re-immaginare il commercio in modo da costruire un mondo più appagante e duraturo.

Etsy punta alla costruzione di un mercato globale e locale autentico e comunicentrico.

Esso si basa sull'impegno ad utilizzare la potenza del business per creare un mondo migliore attraverso la piattaforma, i membri, i dipendenti e le comunità in cui operano.



STILE DI VITA COLLABORATIVO

Busuu è un social network per l'apprendimento delle lingue. Il sito fornisce unità di apprendimento per 12 lingue: inglese, spagnolo, francese, tedesco, italiano, portoghese, polacco, russo, turco, arabo, giapponese e cinese. Gli utenti possono selezionare una o più lingue e lavorare attraverso unità di autoapprendimento. Busuu è il più grande social network al mondo per l'apprendimento delle lingue. Attraverso le applicazioni on-line, l'azienda offre servizi gratuiti e a pagamento per l'accesso ai corsi audiovisivi nelle 12 lingue.

Busuu offre anche la certificazione ai livelli A1, A2, B1 e B2. Gli utenti si iscrivono per studiare una o più lingue. Il materiale di studio di una lingua è di solito suddiviso in circa 150 unità. Le unità sono costituite da domande a scelta multipla, sia audio che scritte. Alcune sezioni all'interno delle unità includono materiali multimediali, come ad esempio domande a scelta multipla. Gli utenti possono intervenire sia come studenti che insegnanti, correggere il lavoro degli altri, conversare via chat, attraverso una connessione audio o webcam.

Ci sono due tipologie di membri: i soci ordinari e quelli premium. Le unità grammaticali e alcune delle funzioni multimediali, come ad esempio le unità video, la registrazione vocale e i podcast, sono disponibili solo per utenti premium. Inoltre, il sito vende i materiali dei suoi partner commerciali, come i libri di riferimento per la grammatica della Collins.

La piattaforma favorisce l'apprendimento collaborativo offrendo agli utenti l'opportunità di imparare la lingua e praticare l'ascolto, la scrittura, la lettura e di parlare con l'assistenza di una comunità madrelingua. In questo modo, ogni utente Busuu è allo stesso tempo studente di una lingua straniera e tutore della propria 'lingua madre'.

Busuu offre anche applicazioni mobili per iOS e Android in 11 lingue. Tutte le applicazioni possono essere scaricate gratuitamente, con un insieme di unità di apprendimento di base. Unità e contenuti aggiuntivi possono essere acquistati. L'applicazione mobile è gratuita per i membri Premium.

Busuu. Nel 2013, l'azienda ha lanciato due applicazioni iPad per i bambini - "I bambini imparano l'inglese" e "I bambini imparano lo spagnolo".



COUCH SURFING

STILE DI VITA COLLABORATIVO

Come funziona il couchsurfing?

Si tratta di una comunità di persone sparse nel mondo che non si sono mai incontrate tra loro. È un servizio che collega i membri di una comunità globale di viaggiatori. Tramite Couchsurfing si può trovare un posto dove stare o condividere la propria casa con altri viaggiatori. I Couchsurfers organizzano eventi regolari in 200.000 città di tutto il mondo. C'è sempre qualcosa da fare e nuovi amici da incontrare.

Essere un grande Couchsurfer

Sia che si viaggi, che si ospiti o che si stringano amicizie, essere un generoso e coscienzioso Couchsurfer consente di arricchire i contatti con le persone che si incontrano.

Condividere qualcosa

Che si tratti di storie, di canzoni, di cibo o del vostro negozio di caffè preferito, CouchSurfing è condivisione e collegamento. Bisogna essere aperti a dare, ricevere e scoprire l'inaspettato.

Rispetto delle differenze

Contribuisce a rendere il mondo più piccolo e più amichevole. La diversità delle persone provenienti da tutto il mondo diventa positiva, di qualunque natura siano le diversità. È richiesto, infatti, il rispetto e la tutela delle differenze, siano esse culturali o di altro genere.



Partecipazione

È bello trascorrere del tempo con l'ospite o il navigatore. Fare nuove amicizie aiuta a scoprire nuove cose del mondo. Per i novizi del Couchsurfing, è opportuno scoprire prima la comunità locale, conoscere le persone vicine ed incontrare i Couchsurfers nella propria zona mediante gruppi ed eventi.

Pulizia

Come proprietario, bisogna riordinare il proprio spazio prima che arrivino i Couchsurfers. Come ospite, bisogna lasciare l'alloggio meglio di come si è trovato arrivando. Riordinare e ripulire sempre.

Connessione

Trovare un posto dove stare è solo una parte dell'esperienza Couchsurfing. La cosa più importante è il contatto umano. Quando si scrive una richiesta, è opportuno far sapere perché si vuole stare in compagnia e cosa si può fare per renderla piacevole.

Sul posto è opportuno impegnarsi per conoscere l'ospite e il suo modo di vivere.

Affidabilità

Se cambiano i piani è opportuno farlo sapere tempestivamente all'ospite.

Fidarsi dell'istinto

Quando si è alla ricerca di altri Couchsurfers si deve procedere con l'esame attento dei loro profili e soprattutto delle indicazioni e dei commenti presenti sulla piattaforma. È opportuno comunicare attraverso la piattaforma Couchsurfing per una migliore conoscenza degli altri Couchsurfers.

Lasciare commenti

Assicurarsi di lasciare dei commenti o consigli dopo avere dato o ricevuto ospitalità. Questi aiuteranno gli altri nel prendere decisioni informate.

BIBLIOGRAFIA

1. Rachel Botsman and Roo Rogers, *What's Mine is Yours*, 2010
2. Lisa Gansky, *The Mesh*, 2010
3. Clay Shirky, *Cognitive surplus: creativity and generosity in a connected age*, 2010
4. Malcolm Harris and Neal Gorenflo, *Share od Die: Voices of the get lost generation in the age of crisis*, 2012
5. Jay Walljasper, *All that we share: a field guide to the Commons*, 2010
6. Kathleen Stokes, Emma Clarence, Lauren Anderson and April Rinne, *Making Sense of the UK Collaborative Economy*, 2014
7. Janelle Orsi, Yassi Eskandari-Qajar, Eve Weissman, Molly Hall, Ali Mann, Mira Luna, *Policies for Shareable Cities: a sharing economy policy primer for urban leaders*, Shareable 2013
8. Wikipedia, *Hyper-consumption definition*
9. M. Joseph Sirgy, *Handbook of Quality-of-Life Research: An Ethical Marketing Perspective*, 2013
10. Global Investor 2.15, *The sharing economy: New opportunities, new questions*, 2015
11. Bart Cammaerts and Nick Anstead, *Sharing, collaborative consumption and Web 2.0*, MEDIA@LSE n. 26, 2013
12. Daniel Todd, *You Are What You Buy: Postmodern Consumerism and the Construction of Self*, 2012
13. National League of Cities, *Cities, the sharing economy and what's next*, 2015
14. Arun Sundararajan, *Peer-to-Peer Business and the Sharing (Collaborative) Economy: Overview, Economic Effects and Regulatory Issues*, Written testimony for the hearing titled *The Power of Connection: Peer-to-Peer Business*, held by the Committee on Small Business of the United States House of Representatives, 2014
15. Arthur Lyon Dahl, *Alternatives to the Consumer Society*, Paper presented at the PERL 2nd International Conference, Berlin, 19-20 March 2012
16. PwC, *The Sharing Economy*, Consumer Intelligence Series, 2015
17. Anabella Palacios, *La Economia Colaborativa y su Capacidad para Transformar el Desarrollo en America Latina*, 2016
18. Daniel Guttentag, *Airbnb: disruptive innovation and the rise of an informal tourism accommodation sector*, *Current Issues in Tourism*, 2015
19. Jessi Hempel, *Airbnb: More than a place to crash*, *Fortune*, 2012 www.fortune.com/2012/05/03/airbnb-more-than-a-place-to-crash
20. Jessica Salter, *Airbnb: The story behind the \$1.3bn room-letting website*. *The Telegraph*, 2012 www.telegraph.co.uk/technology/news/9525267/Airbnb-The-story-behind-the-1.3bn-room-letting-website.html
21. Elinor Ostrom, *Governare i beni collettivi*, 2006
22. Clément Levallois, *Can de-growth be considered a policy option? A historical note on Nicholas Georgescu-Roegen and the Club of Rome*, *Ecological Economics*, 2010
23. Mauro Bonaiuti, *La teoria bioeconomica*, in *La nuova economia di Nicholas Georgescu-Roegen*, 2001
24. Serge Latouche, *La megamacchina. Ragione tecnoscientifica, ragione economica e mito del progresso*, 1995
25. UNEP, *The Role of Product Service Systems*, www.unep.org/resourceefficiency/Portals/24147/scp/design/pdf/pss-brochure-final.pdf
26. Thomas Friedman, *The World is Flat*, 2005 in www.labeee.ufsc.br/~luis/egcec/livros/globaliz/TheWorldIsFlat.pdf
27. Paul Mason, *Postcapitalism: a guide to our future*, 2015
28. Juliet Schor and Connor Fitzmaurice, *Collaborating and Connecting: the emergence of the sharing economy*, in *Handbook on Research on sustainable consumption*, 2015
29. Guido Smorto, *Sharing economy e modelli di organizzazione*, Paper presentato in *Colloquio scientifico sull'impresa sociale*, 22-23 maggio 2015
30. Leena Rao, *Y Combinator's Airbed And Breakfast Casts A Wider Net For Housing Rentals As AirBnB*, 2009
31. *Airbnb's business model* in www.emptyengine.com/business-model-of-airbnb

BIBLIOGRAFIA

Videografia:

- TED Talk - Lisa Gansky: [The future of business is the "mesh"](#)
- TED Talk - Rachel Botsman: [The case for collaborative consumption](#)
- TED Talk - Rachel Botsman: [The currency of the new economy is trust](#)
- TED Talk - Joe Gebbia: [Joe Gebbia: How Airbnb designs for trust](#)
- TEDxSacramentoSalon: [Creating Opportunity Through the Sharing Economy | Emily Castor |](#)
- NESTA: www.nesta.org.uk/collaborative-consumption-animation
- OECD Forum 2014: www.youtube.com/watch?v=3P2ygLU1JWc
- CASAMERICA: www.casamerica.es/economia/economia-colaborativa-en-america-latina
- THE STORY OF STUFF: <http://storyofstuff.org/movies/story-of-stuff>
- THE STORY OF SOLUTIONS: <http://storyofstuff.org/movies/the-story-of-solutions>
- UNISWAP: www.youtube.com/watch?v=kWOpzYgXcOQ

Articoli:

- TIME Magazine: <http://time.com/4169532/sharing-economy-poll>
- TIME Magazine: <http://time.com/3686877/uber-lyft-sharing-economy>
- TIME Magazine: <http://time.com/3687305/testing-the-sharing-economy>
- Forbes: www.forbes.com/sites/jacobmorgan/2015/12/17/are-uber-airbnb-and-other-sharing-economy-businesses-good-for-america/#1de0c8c2f696
- The Economist: www.economist.com/news/leaders/21573104-internet-everything-hire-rise-sharing-economy
- The Economist: www.economist.com/news/technology-quarterly/21572914-collaborative-consumption-technology-makes-it-easier-people-rent-items
- The Economist: www.economistinsights.com/sustainability-resources/opinion/sharing-economy-sustainable
- The Guardian: www.theguardian.com/books/2015/jul/17/postcapitalism-end-of-capitalism-begun
- WIRED Italia: www.wired.it/economia/start-up/2015/12/09/2016-come-vita-tempi-sharing-economy
- The People who share: www.thepeoplewhoshare.com/blog/what-is-the-sharing-economy
- Big Think: <http://bigthink.com/in-their-own-words/in-a-changing-world-you-need-to-know-which-way-the-knowledge-flows>
- Post-Carbon Institute: www.postcarbon.org/the-brief-tragic-reign-of-consumerism-and-the-birth-of-a-happy-alternative

Slide di presentazione:

- [Evolution of Theories](#)
- [Collaborative consumption the 7 key business models](#)
- [Collaborative Logistics: Ripe for Disruption](#)
- [Collaborative economy services: changing the way we travel](#)
- [Collaborative Finance: Democratizing Finance, Money and Banking](#)

Link a siti web:

- www.shareable.net
- www.nesta.org.uk
- www.collaborativeconsumption.com
- <http://rachelbotsman.com>
- <http://ouishare.net>
- <http://changethis.com>
- www.degrowth.org
- www.weforum.org/agenda/archive/creative-economy



YOUTH EUROPE SERVICE

vico G.Lapenna, snc

85100 Potenza - Italia

Sito web: yespotenza.wordpress.com

UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI BARI "Aldo Moro"

Dipartimento di Scienze Politiche - Europe Direct Puglia

Via Giuseppe Suppa, 9—70121 Bari Italy

Sito web: www.europedirectpuglia.eu



CREATIVE Urban Sharing in Europe

KA2 Strategic Partnership for Adult Education

Project no. 2015-1-IT02-KA204-014775

Maggiori informazioni sul progetto sono disponibili sul sito: www.creatuse.eu



Questo progetto è finanziato dalla Commissione europea.

L'autore è il solo responsabile di questa pubblicazione e la Commissione/ Agenzie Nazionali declinano ogni responsabilità sull'uso che potrà essere fatto delle informazioni in essa contenute.



La Guida "*Introduzione alla Sharing Economy ed al Consumo Collaborativo*" è stata realizzata nell'ambito del progetto Erasmus+ KA2 Partenariati Strategici per l'Apprendimento degli Adulti **CREATUSE** ed è sottoposta a licenza Creative Commons – Attribuzione - Non commerciale - Condividi allo stesso modo 4.0 Internazionale (CC BY-NC-SA 4.0).