



Il 29 novembre a Milano si fa il punto sulla sharing economy in Italia

Cresce la sharing economy in Italia con all'attivo **circa 250 piattaforme collaborative on line**. Lo **afferma una ricerca dell'Università Cattolica del Sacro Cuore** presentata da **Silvia Mazzucotelli Salice** a **Sharitaly, il primo incontro interamente dedicato all'economia collaborativa** che si svolge al mattino in Università Cattolica e al pomeriggio presso la sede della Fondazione Eni Enrico Mattei.

La ricerca rileva circa 160 piattaforme di scambio e condivisione, 40 esperienze di autoproduzione, circa 60 di crowding (di cui 27 quelle di crowdfunding attive e 14 in fase di lancio). Che si tratti di **"sharing"** per la condivisione di beni, servizi, informazioni, spazi, tempo o competenze, di **"bartering"**, ovvero il baratto tra privati ma anche tra aziende o di **"crowding"** con pratiche come il crowdsourcing e crowdfunding ma anche di **"making"** cioè di autoproduzione dall'hobbismo alla fabbricazione digitale (fablab), **dal 2011 a oggi i numeri sono più che triplicati**, in particolare nell'ambito del **turismo, dei trasporti, delle energie, dell'alimentazione e del design**.

Sharitaly, curato da Collaboriamo.org con il contributo scientifico e organizzativo di Università Cattolica del Sacro Cuore e Fondazione Eni Enrico Mattei, è il primo incontro che si propone di riflettere – insieme a **esperti internazionali, start up, imprese, non profit e amministrazioni pubbliche** – sul potenziale di nuovi modelli di produzione e di consumo basati sul riuso e sulla condivisione. Un evento importante secondo **April Rinne**, uno dei massimi esperti internazionali di economia collaborativa, perché «Il consumo collaborativo e l'economia collaborativa stanno cambiando il **modo in cui viviamo, lavoriamo e consumiamo per creare un futuro più sostenibile**. Questi nuovi modelli stanno trasformando interi settori - come i trasporti, il turismo e l'educazione – e sono promettenti per imprese innovative, imprenditori e amministrazioni pubbliche».

Marta Mainieri di collaboriamo.org parla di un **nuovo modello di servizio** che può essere un'opportunità per start up, aziende e amministrazioni ma, anche, per rispondere alle sfide a cui sono chiamate a rispondere le nostre città (più povertà, inquinamento, insicurezza)

Per capire il **panorama delle start UP italiane** da più di un anno la **directory collaboriamo.org** monitora e registra i servizi collaborativi italiani: servizi giovani, nati per la maggior parte tra il 2012 e il 2013, in crescita seppur con qualche difficoltà. E quanto ai risultati? Crescono bene le start up internazionali che arrivano in Italia (Airbnb registra nell'ultimo anno un +354% con 50mila alloggi disponibili e 12mila ospiti al giorno, mentre Blablacar riporta ogni giorno un +150%), ma anche alcune piattaforme italiane. Fubles, per esempio (337mila giocatori per 77mila partite giocate) o Gnammo (12mila iscritti con +4500 gnammers) sono significative per la loro capacità di creare relazioni con l'economia tradizionale. Pesano però alcune criticità e ritardi quali la **scarsa familiarità con internet degli italiani**, la **manca di regolamentazione normativa**, i **pochi fondi di investimento erogati**, nonché la **scarsa preparazione imprenditoriale dei giovani italiani**. Tuttavia questi servizi possono rappresentare un'opportunità per aziende e amministrazioni (alcune delle quali stanno già sperimentando), sia perché offrono nuovi modelli di business, sia perché

possono rafforzare la coesione sociale, salvaguardare l'ambiente, favorire la redistribuzione della ricchezza e trattenere i giovani..

E gli italiani sono pronti a condividere?

A Sharitaly è presentata da **Federico Capeci** la ricerca curata da **Duepuntozero DOXA** che analizza per la prima volta la propensione degli italiani all'utilizzo di questi servizi. Con un 13% della popolazione che ha utilizzato almeno una volta servizi di sharing, l'economia collaborativa in Italia si avvicina al **tipping point per la diffusione di un fenomeno** tra la popolazione (previsto al 15%).

Gli *Early Adopter*, per lo più uomini con livello di istruzione elevato e residenti in grandi centri abitati, hanno utilizzato almeno una volta servizi di Sharing perché propongono soluzioni innovative e rispettose dell'ambiente, favoriscono la socializzazione ma anche il risparmio economico. **Tra i servizi più utilizzati quelli legati alla mobilità (car sharing), alloggio condiviso, scambio e baratto.**

Tra le resistenze di chi non ha provato i servizi di sharing, infatti, le più diffuse riguardano sia la condivisione di beni di proprietà sia alla fiducia verso gli altri.

L'economia collaborativa è un fenomeno estremamente interessante per un **economista**, spiega **Mario A. Maggioni** - professore Ordinario di Politica Economica all'Università Cattolica di Milano - perché ha le caratteristiche delle "grandi innovazioni": un aspetto **tecnologico** (l'utilizzo intensivo dei social media), uno **sociale** (nell'economia collaborativa ci si può fidare degli sconosciuti) ed uno **mediatico** che - come spesso succede - tende a esagerarne il carattere "rivoluzionario". La sua crescita - a partire dal 2008-2009 con la crisi globale - "beneficia" della "scarsità relativa" di risorse insieme a un' "abbondanza relativa" di tecnologie e, soprattutto, di accesso ad esse. **Alcune cifre: l'investimento di venture capital nel settore è cresciuto di otto volte dal 2009 al 2011.**

In presenza di economie sempre più basate sui **servizi**, **Daniela Selloni** - Politecnico del Design Milano - spiega l'importanza di una progettazione che li renda il più possibile efficaci, efficienti e piacevoli, sostenibili dal punto di vista ambientale e sociale. Gli utenti diventano veri e propri *service makers* perché letteralmente **auto-producono i servizi di cui hanno bisogno**, operando in una zona ibrida a metà tra pubblico e privato, mercato e società, amatoriale e professionale, profit e no profit.

Dal punto di vista **normativo** la sharing economy è tanto innovativa quanto complessa: i problemi con i quali si sta confrontando Airbnb in America ed in Canada e quelli che ha incontrato Uber in Italia per l'attività di trasporto, evidenziano la necessità di adeguare il contesto normativo per consentirne lo sviluppo. **Umberto Piattelli e Laura Quintavalla**, Studio Legale Osborne Clarke spiegano, inoltre, il primato dell'Italia, il primo Paese al mondo a dotarsi di una legge e di un regolamento sull'*equity based crowdfunding*, un modello di raccolta di fondi, sotto forma di investimenti di capitale, a sostegno dello sviluppo delle startup innovative.

I WORKSHOP

Momento centrale di Sharitaly è il pomeriggio presso il Palazzo delle Stelline, sede della **Fondazione Eni Enrico Mattei (FEEM)**. Un centinaio di partecipanti, selezionati tra **start-up, grandi imprese, imprese sociali e pubbliche amministrazioni** si confronteranno per definire un modello collaborativo di "fare impresa" che possa fornire risposte concrete alle aziende di fronte ai "nuovi" consumatori e all'esigenza di cambiamenti nei propri processi e prodotti.

Per favorire l'interazione e stimolare la riflessione tra realtà molto differenti, i partecipanti saranno suddivisi in piccoli gruppi che lavoreranno sui temi della **Finanza e crowdfunding, Lavoro e coworking, Turismo, territorio e mobilità, Nuovi consumi e stili di vita e Non profit.**

La discussione sarà condotta dalla facilitazione grafica di Matter Group che renderà dinamico e interattivo il confronto e stimolerà il dialogo.

I workshop saranno un'occasione preziosa per mettere a fattor comune le opinioni ed esperienze delle diverse realtà partecipanti sulla sharing economy. La speranza è che attori così diversi tra loro possano **aprire la strada a nuove sinergie**, a partire da ciò che li accomuna: la volontà di offrire servizi e prodotti sempre più allineati alle esigenze del **nuovo cittadino consumatore** e la consapevolezza che attraverso la collaborazione si possano raggiungere obiettivi più ambiziosi e lontani nel tempo.

La cornice del confronto, tratteggiata dall'intervento di **April Rinne** ospite internazionale di Sharitaly, fornirà alcuni spunti chiave per il tema dell'economia collaborativa e stimolerà il confronto tra i partecipanti. I principali risultati verranno poi portati in plenaria e rielaborati con l'aiuto di April Rinne e della facilitazione grafica a cura di Matter Group.

Sharitaly è un evento curato da **Collaboriamo.org** di **Marta Mainieri** autrice di *Collaboriamo! Come i social media ci aiutano a lavorare e a vivere meglio in tempo di crisi* edito nel 2013 (Hoepli), con il supporto scientifico e organizzativo dell'**Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano** e della **Fondazione Eni Enrico Mattei**, il patrocinio di **Asseprim**. Knowledge partner sono **Duepuntozero DOXA** e **Matter Group**.

EVENTO A CURA DI



PARTNER SCIENTIFICI ED ORGANIZZATIVI



KNOWLEDGE PARTNER



MEDIA PARTNER



CON IL PATROCINIO DI



PROGETTO GRAFICO E REALIZZAZIONE TECNICA



Ufficio stampa: Roberta Dho, KAMI Comunicazione snc -- tel: 339/6076861 • email: info@kamiweb.it



sharitaly.com • facebook.com/sharitaly • twitter #sharitaly

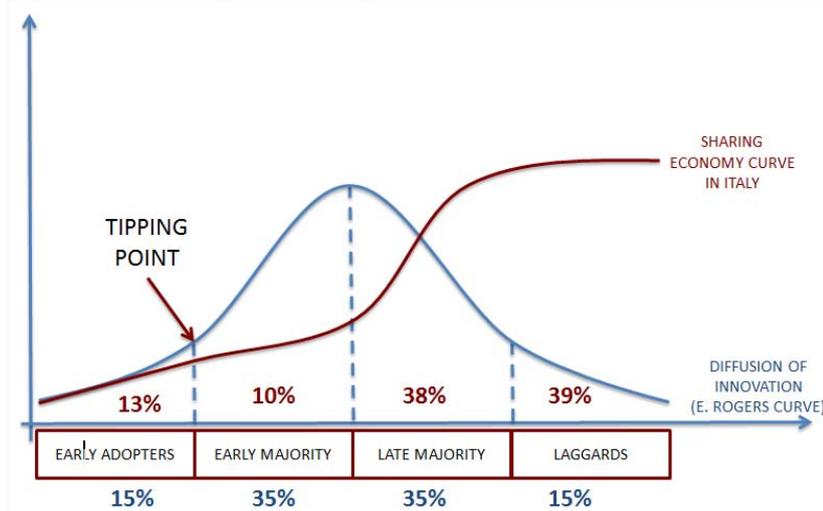
LA SHARING ECONOMY AL PUNTO CRITICO IN ITALIA (a cura di Duepuntozero DOXA)

Il 13% della popolazione ha già utilizzato servizi di sharing: la percentuale degli Early Adopter si avvicina al punto critico di diffusione di un fenomeno.

La ricerca a cura di Duepuntozero DOXA (settembre 2013) si è focalizzata sullo stato dell'arte della *Sharing Economy* in Italia, identificando comportamenti, atteggiamenti e potenzialità del fenomeno.

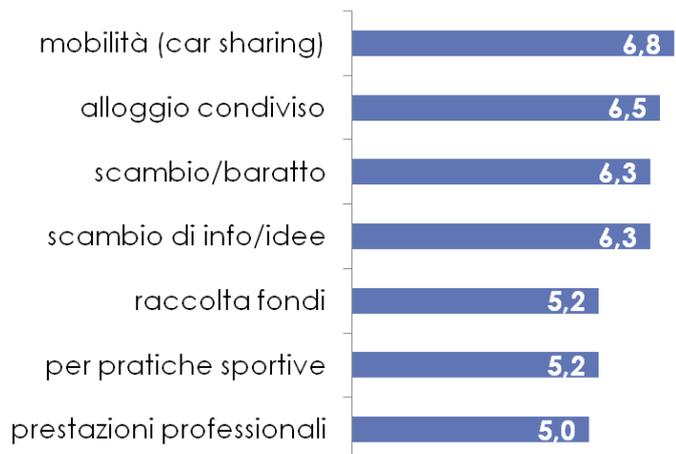
Una prima fase quantitativa ha mappato penetrazione e conoscenza dei servizi di sharing in Italia, intervistando 1500 persone. La seconda fase qualitativa ha, invece, indagato in profondità gli atteggiamenti verso questi servizi nei differenti cluster della popolazione.

La principale evidenza è una diffusione del fenomeno che tende alla curva di adozione dell'innovazione teorizzata da Everett M. Rogers oltre 50 anni fa, avendo coperto oggi quasi per intero la prima fascia degli *Early Adopter*.



In Italia, infatti, il 13% della popolazione (*Early Adopter*) – per lo più uomini con livello di istruzione elevato e residenti in grandi centri abitati – ha utilizzato almeno una volta servizi di Sharing: una percentuale che si avvicina al **punto critico di diffusione di un fenomeno** tra la popolazione (15%). Le motivazioni dell'adozione di questi servizi toccano sia aspetti soft (soluzioni innovative e rispettose dell'ambiente ma valori quali l'altruismo e la socializzazione) sia aspetti più hard (risparmio economico). Tra i servizi più utilizzati quelli legati alla mobilità (car sharing), alloggio condiviso, scambio e baratto.

% di utilizzo dei singoli servizi



Il 10% della popolazione, invece, pur avendo un atteggiamento positivo verso queste soluzioni, ancora non ne ha usufruito (*Aspirational*). Il cluster degli *Aspirational* è composto per lo più da uomini residenti in grandi centri abitati. I benefici percepiti nei servizi di sharing da questo cluster sono allineati con quelli degli *Early Adopter*.

Il 38% della popolazione, infine, pur essendo a conoscenza del fenomeno, è soggetto a resistenze legate sia alla condivisione di beni di proprietà sia alla fiducia verso gli altri. Sono gli *Skeptical*, uomini e donne con più di 45 anni.

La ricerca pone alla community alcuni quesiti fondamentali: dopo la conquista degli *Early Adopter* come conquistare la fascia più prossima degli *Aspirational*? Su quali benefit di servizio è più opportuno puntare? Su che fronti è necessario assicurare?

PRATICHE ITALIANE DI COLLABORAZIONE: UNA MAPPATURA (a cura di Modacult-Università Cattolica del Sacro Cuore)

La crisi, in cui ci troviamo ormai da diversi anni, ha mostrato le debolezze dei modelli tradizionali di scambio e redistribuzione senza tuttavia determinare una profonda inversione di indirizzo nella governance mondiale dell'economia, almeno fino ad oggi.

Risposte alternative non sono tuttavia mancate. I termini "**consumo collaborativo**", "**economia collaborativa**", "**peer economy**", "**economia dell'accesso**" o "**sharing economy**" indicano infatti un ampio insieme di forme d'azione (economica ma non solo) che, grazie ad Internet e ai social media, sembrano istituire nuove forme di scambio e reciprocità e soprattutto determinare una trasformazione dei rapporti tra economia e società.

Ma quali sono i modelli alternativi emergenti? Quale è la consistenza del fenomeno nel nostro Paese? Come e quando si è sviluppato? Si può realmente parlare di nuove forme di integrazione tra economia e società?

Modacult-Università Cattolica - in qualità di capofila del Programma triennale di ricerca "Pratiche sostenibili di vita quotidiana nel contesto della crisi: lavoro, consumi, partecipazione", finanziato dal Miur e che coinvolge l'Università degli Studi di Milano, Bologna, Trieste, Roma "La Sapienza", Napoli "Federico II" e del Molise - avanza alcune risposte.

Le logiche che si stanno imponendo sono quattro. La prima è lo "**sharing**", inteso come l'utilizzo comune di una risorsa (beni fisici, prodotti digitali, servizi, informazioni, spazi, tempo o set di competenze). La seconda è il "**bartering**", ovvero lo scambio multilaterale di beni o servizi in compensazione tra privati ma anche tra aziende. La terza è quella del cosiddetto "**crowding**" che è la pratica dove più persone si uniscono per creare un servizio o un prodotto, tramite idee creative (crowdsourcing) o tramite risorse economiche (crowdfunding). L'ultimo è il "**making**" e comprende tutte le forme di autoproduzione attraverso la rete, dai gruppi informali di hobbisti che si dedicano alla costruzione o alla riparazione di oggetti senza l'aiuto di esperti (DIY) ai più strutturati laboratori di fabbricazione digitale (fablab).

Si tratta di un fenomeno soprattutto internazionale ma che si sta diffondendo anche in Italia.

Sulla base dei risultati conseguiti fino a questo punto, **online si contano circa 250 piattaforme collaborative.** Di queste, circa 160 sono piattaforme di scambio e condivisione, 40 le esperienze di autoproduzione, 60 quelle di crowding, di cui 27 quelle di crowdfunding attive e 14 in fase di lancio. Ma i numeri sono in crescita.

Dal punto di vista dell'**evoluzione storica**, le piattaforme collaborative germogliano timidamente tra il 2006 e il 2007, ma raggiungono massa critica solo di recente. Dal 2011 ad oggi i numeri sono più che triplicati in particolare nell'ambito del turismo, dei trasporti, delle energie, dell'alimentazione e del design. **Oltre il 40% delle piattaforme di sharing, ad esempio, è stato creato tra il 2011 e 2012.** Tra queste si ricordano il particolare blablacar.it, gnammo.com, flotta.com

Ma che cosa ci raccontano della società in cui viviamo?

Tali pratiche sembrano non tendere semplicemente al raggiungimento e/o al mantenimento di livelli di vita e di benessere adeguati. Sono connotate da un'esplicita **assunzione di responsabilità soggettiva** nei confronti del significato e delle conseguenze del proprio agire di mercato e promuovono nuove forme di consumi, di organizzazione del lavoro e di partecipazione civile.

Infine, una caratteristica comune a tutte queste diverse pratiche è che tutte rendono porosi i confini tra "pubblico" e "privato": una pratica diffusa nell'economia della condivisione è, infatti, l'offerta di spazi privati (camere da letto di ricambio, spazio nella propria auto) per il consumo pubblico.

Partner di progetto

SHARITALY è un'iniziativa curata da

Collaboriamo è il titolo del primo libro che porta all'attenzione del pubblico italiano il tema dell'economia della collaborazione (Hoepli, febbraio 2013). E' anche un progetto editoriale - collaboriamo.org che raccoglie tutti i servizi collaborativi italiani. **Collaboriamo** offre contenuti e studi sull'economia della collaborazione ma anche consulenza a start up e aziende che vogliono conoscere e approfondire le opportunità da modelli collaborativi. Nell'ambito di questo progetto nasce Sharitaly con l'obiettivo di creare un format – replicabile ogni anno – per fare il punto sull'economia collaborativa in Italia.

Maggiori informazioni: collaboriamo.org - info@collaboriamo.org

Supporto scientifico e organizzativo

Fondazione Eni Enrico Mattei (FEEM)

L'attività di ricerca Fondazione Eni Enrico Mattei (FEEM), un istituto non profit indipendente attivo dal 1989, ha l'obiettivo di favorire il dialogo fra Accademia, mondo imprenditoriale e istituzioni su grandi questioni economiche e sociali globali, con un focus particolare su sostenibilità ed energia.

L'Area Sustainable Business di FEEM è impegnata in un'attività di ricerca volta a supportare le aziende nel loro percorso di «sostenibilità», intesa come ascolto delle esigenze dei propri stakeholder e ricerca di un comportamento economico volto alla creazione di valore di lungo termine. FEEM ha avviato da qualche tempo un'attività di ricerca sul tema del Valore Condiviso, da cui è nato il working paper *"When Collaboration become value creation: a new relationship between companies and citizens"*, che descrive i fattori di cambiamento della relazione fra azienda e cittadini – consumatori, individuando i tratti di un nuovo modello di creazione di valore sostenibile.

Maggiori informazioni: FEEM,
Corso Magenta 63 - 20123 Milan - feem.it

L'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano

Il Centro per lo Studio della Moda e della Produzione Culturale è capofila del Programma triennale di ricerca di interesse nazionale "Pratiche sostenibili di vita quotidiana nel contesto della crisi: lavoro, consumi, partecipazione", finanziato dal Miur, che coinvolge anche le Università di Milano, Bologna, Trieste, Roma "La Sapienza", Napoli "Federico II" e del Molise.

Tra gli obiettivi della ricerca c'è la mappatura, la selezione e l'analisi attraverso studi di caso di esperienze che propongono modelli di innovazione sociale ed economia collaborativa, in particolare nell'ambito delle energie, dell'alimentazione, dell'housing, dei movimenti politici e dei settori creativi.

Maggiori informazioni: Centro per lo studio della moda e della produzione culturale, Università Cattolica del Sacro Cuore, L.go Gemelli, 1 – 20123 Milano <http://centridiricerca.unicatt.it/modacult>

Knowledge partner

Duepuntozero DOXA

E' l'agenzia di ricerche digitali del Gruppo DOXA, il primo istituto di ricerche nato in Italia e attivo nell'interpretazione della nostra società e nel fornire soluzioni di ricerca affidabili e innovative. Cultura, pensiero e strumenti non convenzionali permettono di trovare soluzioni di ricerca efficaci nel marketing, comunicazione e nella strategia digitale. Leader nel panorama italiano, ha partner in tutto il mondo per supportare i propri clienti attraverso processi di coinvolgimento del consumatore di tipo bottom-up e '2.0'.

Maggiori informazioni: Duepuntozeroresearch s.r.l.
Via Panizza, 7 – 20144 Milano - duepuntozeroresearch.it/



Partner di progetto

Matter Group è parte di un network MGTaylor di professionisti che condividono metodi, processi e un "pattern language". Fornisce soluzioni facilitate, sia attraverso DesignShop®, sessioni intensive di lavoro della durata di 2-5 giorni, che attraverso progetti più estesi, nel cui contesto i metodi di facilitazione favoriscono l'allineamento in situazioni spesso complesse e poco chiare, grazie al coinvolgimento di un elevato numero di persone.

Maggiori informazioni: www.mattergroup.com

Crowdfunding Partner

Sharitaly è un **evento non profit** mirato anche a promuovere l'uso dei servizi collaborativi. Attraverso la campagna di crowdfunding ha proposto di sostenere **l'evento** con una donazione, anche minima, ricevendo in cambio sconti del **valore doppio per l'acquisto** sui servizi dalle principali realtà collaborative italiane.

L'obiettivo della campagna è stato raggiunto grazie al coinvolgimento dei servizi delle principali realtà collaborative italiane **Airbnb, BlaBlaCar, Collaboriamo, Gnammo, Impact Hub Milano, LocLoc, Reoose Sailsquare, Smartika, , Starteed, Timerepublik, Toolbox Torino, Uber.**

Airbnb è un portale grazie al quale si possono pubblicare, scoprire e prenotare alloggi unici in tutto il mondo, online o dal proprio cellulare. Sia che si tratti di un appartamento, di un castello o di una villa, Airbnb mette in contatto le persone con autentiche esperienze di viaggio ed è il modo più facile per condividere il proprio spazio con milioni di viaggiatori provenienti da tutto il mondo.

BlaBlaCar mette in contatto conducenti con posti liberi con passeggeri diretti nella stessa direzione perché possano condividere le spese di viaggio e muoversi risparmiando, con un occhio di riguardo nei confronti dell'ambiente.

Su **Gnammo** è possibile condividere le proprie abilità culinarie e la passione per il cibo. Gnammo offre a tutti - appassionati di cucina e cuochi professionisti - la possibilità di organizzare pranzi, cene ed eventi a casa propria, mettere alla prova la propria bravura ai fornelli e conoscere nuovi amici.

Impact Hub è una rete internazionale di bellissimi spazi fisici e virtuali dove imprenditori, creativi e professionisti possono accedere a risorse, lasciarsi ispirare dal lavoro di altri, avere idee innovative, sviluppare relazioni utili e individuare opportunità di mercato. Impact Hub si rivolge a tutti coloro che vogliono innovare per migliorare il mondo.

Locloc è il primo portale italiano dedicato alla condivisione di beni tra privati, che permette a chiunque, dai consumatori ai professionisti, di affittare e mettere in affitto qualsiasi tipologia di oggetto. La community di Locloc collega i proprietari di case, auto ed articoli vari che vogliono guadagnare soldi dall'affitto delle loro proprietà con le persone che hanno un bisogno temporaneo da soddisfare in modo comodo, sicuro e conveniente.

Reoose è il primo eco-store in Italia che si serve di un nuovo tipo di baratto, detto asincrono, per "riciclare" oggetti non utilizzati e dar loro una "seconda vita", il tutto senza l'utilizzo di denaro. I crediti sono l'unica moneta che regola gli scambi all'interno di questa community. Reoose nasce per promuovere un consumo sostenibile e consapevole, evitando sprechi e salvaguardando al tempo stesso l'ambiente.

Sailsquare è la prima piattaforma di "social travel" per organizzare le tue vacanze in barca! Trova la vacanza più adatta alle tue esigenze o organizzane una nuova, invita i tuoi amici e conosci persone nuove unendoti a un equipaggio.

Smartika è il canale alternativo di credito in cui i privati possono prestarsi denaro direttamente tra loro. Senza banche e finanziarie di mezzo, chi ottiene il prestito ha tassi più bassi (in media -25%), chi presta ha un giusto guadagno. Smartika è un Istituto di Pagamento autorizzato e vigilato da Banca d'Italia.

Starteed è più di una piattaforma di crowdfunding. Su Starteed puoi ricevere un finanziamento per realizzare la tua idea e venderla nell'e-shop di Starteed gratuitamente, con l'aiuto di una community di appassionati.

Timerepublik è una piattaforma social che estende al web le peculiarità delle Banche del Tempo: qui puoi dare o richiedere agli utenti di ogni parte del mondo oltre 300 tipologie di servizi, utilizzando, come moneta, il TEMPO, e non il denaro. Gli scambi comprendono un processo di valutazione e referenza, per costruire fiducia e accurati profili professionali "basati su ciò che sappiamo fare".

In **Toolbox** l'ufficio cambia formula: il lavoro autonomo diventa sociale, dinamico, condiviso. Spazi dedicati alle aziende, ai professionisti e alle nuove generazioni di freelance, per unire autonomia e contaminazione in un ambiente attivo e sostenibile. In puro spirito coworking. Perché lavorare insieme è più bello e produttivo che farlo da soli.

Uber fornisce un'auto di lusso con autista privato tramite una app per smartphone. La flotta Uber é di alta qualità, il prezzo accessibile, e il pagamento avviene con carta di credito tramite la app.

La campagna di crowdfunding su: <http://www.starteed.com/projects/1781/sharitaly>

Laura Bovone è professore ordinario di Sociologia della Comunicazione nella Facoltà di Scienze Politiche e Sociali dell'Università Cattolica del Sacro Cuore. Dirige il "Centro per lo studio della moda e della produzione culturale" e il Master Universitario "Comunicazione per le industrie creative". Si è occupata di professioni della comunicazione, piccole imprese culturali come fattore di sviluppo urbano, moda e consumi. E' stata per quattro volte responsabile di progetti nazionali finanziati dal Ministero dell'Università e della Ricerca oltre all'attuale Prin-cofin 2010-2011 dal titolo "Pratiche sostenibili di vita quotidiana nel contesto della crisi: lavoro, consumi, partecipazione".

Tra le sue pubblicazioni più recenti : (con Ana Marta Gonzalez, cur.) *Identities through fashion*. Berg, Oxford, 2012; (con Lucia Ruggerone, cur.) *Quartieri in bilico. Periferie milanesi a confronto*, Bruno Mondadori, Milano, 2009; (con C. Lunghi, cur.) *Consumi ai margini*, Donzelli, Roma 2009; (con E.Mora, cur.) *La spesa responsabile, Il consumo biologico e solidale*, Donzelli, Roma 2007.

Federico Capeci Fondatore e amministratore delegato di Duepuntozero Research, istituto di ricerche di mercato del gruppo Doxa specializzato nei nuovi media e nell'innovazione.

Simone Cicero Digital Strategist e Social Hacker che ama la cultura aperta e la rivoluzione p2p. Blogger e Co-Designer. Cofondatore di Hopen.it e Ouishare Connector per l'Italia.

Ilaria Lenzi Ricercatrice senior e consulente sui temi dello sviluppo sostenibile.

Dopo la laurea in Comunicazione Sociale presso l'Università di Bologna e il Master in International Studies in Philanthropy (Bologna e Indiana University), nel 2003 inizia la sua carriera presso la Fondazione Eni Enrico Mattei dove diventa responsabile dell'Osservatorio di Comunicazione Ambientale e Sociale.

Nel 2007 entra a far parte dell'Unita' Sostenibilita' di eni come Sustainability Promotion Manager - con responsabilità in materia di comunicazione e formazione interna ed esterna - e poi come Global Partnership Manager. Dal 2011 e' Sustainability e ONG Relations Manager del Gruppo Barilla.

Nel 2013 ritorna alla Fondazione Eni Enrico Mattei, dove ricopre il ruolo di ricercatrice senior, coordina l'Area Sustainable Business ed e' responsabile del Progetto "Eni Sustainability" .

Mario A. Maggioni è professore Ordinario di Politica Economica all'Università Cattolica di Milano. Dirige il CSCC (Centro di Ricerca in Scienze Cognitive e della Comunicazione) e siede nel Consiglio Scientifico del Centro per lo Studio della Moda e della Produzione Culturale (MODACULT) e nel Consiglio Direttivo dell'Centro di ricerca su Media e Comunicazione (OSSCOM). Si occupa principalmente di economia dell'innovazione e di economia territoriale (con particolare riferimento all'utilizzo di metodologie reticolare per l'analisi dei flussi di conoscenza e allo sviluppo di cluster di imprese high-tech). Più recentemente sta esplorando l'utilizzo dell'approccio economico-comportamentale per la valutazione degli interventi di policy.

Marta Mainieri Autrice del libro "Collaboriamo! Come i social media ci aiutano a vivere e lavorare bene in tempo di crisi!". Si occupa di internet e media digitali dal 1998 maturando un'esperienza come Project manager e Digital Marketing Strategist presso conosciute agenzie di comunicazione e marketing digitale. Fondatrice di Collaboriamo.org, un servizio che ha lo scopo di riunire tutti i servizi collaborativi italiani per farli conoscere e utilizzare a un numero crescente di persone, è blogger di Che Futuro per il quale scrive di Sharing economy.

Silvia Mazzucotelli Salice insegna Sociologia Generale nel corso di laurea in Scienze del Turismo dell'Università dell'Insubria di Como. Collabora, presso l'Università Cattolica di Milano, alle attività del centro di ricerca ModaCult ed è membro del consiglio direttivo del master in Comunicazione per le industrie creative. Studia le culture urbane e le comunità professionali – tradizionali e digitali – dei mondi dell'arte e dell'artigianato. Con Isabella Medicina, ha recentemente pubblicato il volume *Maestri del fare. Indagine socio-economica sulla domanda di mestieri d'arte a Milano* (Marsilio 2012).

Relatori conferenza

Nicola Palmarini dopo la laurea in Scienze politiche alla Cattolica di Milano e corsi in Comunicazione di massa e società alla University of Washington di Seattle, ha lavorato per oltre dieci anni nella comunicazione lanciando il brand Tin.it e curando l'intero panorama di comunicazione di Microsoft dal 1998. In IBM dal 2000 ha seguito, a supporto delle HR, del marketing e delle vendite, numerosi progetti di comunicazione digitale interna ed esterna alle organizzazioni, per promuovere la creazione di valore attraverso le emerging technologies, la collaborazione e i social media. Esperto di internet delle cose e dei social-data oggi è Manager Social Digital Marketing & Brand Systems di IBM Italia e direttore europeo dell'IBM Human Centric Solutions Center.

Marialuisa Pezzali Giornalista, lavora nella redazione news di Radio 24 fin dalla sua fondazione, nel 1999. E' autrice e conduttrice di "Essere e Avere", il magazine di Radio 24 dedicato ai consumi, alle nuove tendenze e agli stili di vita in evoluzione, punto d'osservazione straordinario per una lettura "in controluce" della società. Si dice convinta del fatto che web, retail, moda, design, pubblicità e marketing custodiscano molte storie da raccontare e segnali di futuro da intercettare.

Umberto Piattelli, Partner Osborne Clarke

Ha maturato una significativa esperienza svolgendo la propria attività in studi internazionali, per oltre 15 anni, operando nell'ambito del diritto societario e finanziario e assistendo fondi di investimento, istituzioni finanziarie e società multinazionali nella realizzazione di operazioni di finanza straordinaria e nella compliance regolamentare. Ha recentemente pubblicato "Il crowdfunding in Italia: una regolamentazione all'avanguardia o un'occasione mancata?" Giappichelli, Torino, 2013

Laura Quintavalla, Senior Associate Osborne Clarke

Si è prevalentemente occupata di diritto societario, commerciale e M&A. Negli ultimi anni ha maturato una competenza specifica nel diritto finanziario e regolamentare e nei nuovi strumenti di risanamento offerti alle imprese in crisi. Assiste clienti di natura istituzionale, come fondi di investimento immobiliare e fondi di private equity, banche e istituti finanziari. Segue con interesse la tematica dei nuovi strumenti di finanziamento disponibili per le imprese (crowdfunding e mini-bond).

April Rinne Chief Strategy Officer presso **Collaborative Lab**, lavora con le aziende, i governi e gli imprenditori di tutto il mondo che sono interessati a comprendere meglio il consumo collaborativo (noto anche come l'economia di condivisione oppure economia collaborativa). Sfrutta le sue grandi capacità e la sua conoscenza sull'argomento per contribuire a creare un mondo più sostenibile ed efficiente. Gran parte della carriera di April si è svolta attorno alla finanza e microfinanza internazionale, il diritto, la politica, l'acqua e l'impresa sociale. Le lezioni tratte da queste esperienze e che si possono applicare all'economia collaborativa sono molteplici: il ruolo della posizione sociale e della reputazione, la gestione delle risorse comuni e l'importanza di creare un ambiente favorevole in cui nuove forme di business possono prosperare.

Nell'ambito dell'economia collaborativa, April è particolarmente interessata alle questioni giuridiche e politiche e alle opportunità di sviluppo del business internazionale. April parla e scrive regolarmente su una varietà di argomenti, tra cui l'accesso ai finanziamenti, le donne e la leadership e il "rapporto con l'economia" che stiamo vivendo. Tra i suoi interessi c'è anche la strategia di sostenibilità aziendale, le monete alternative, la governance responsabile dei beni comuni e modi alternativi per coltivare i talenti. Fa anche parte del consiglio della Wide Web World Foundation ed è membro del Rapporto Economia spedizione (REX).

Testo tratto da: <http://www.shareable.net/users/aprilrinne>

Relatori conferenza

Daniela Selloni, Politecnico del Design Milano

Svolge un dottorato di ricerca al Politecnico di Milano, su design dei servizi e innovazione sociale, con un focus sui servizi collaborativi. La sua ricerca applicata ha portato alla sperimentazione di Cittadini Creativi, un formato inedito di agenzia di service design per la città, dalla quale sono nati alcuni servizi co-progettati e co-prodotti insieme ai cittadini di un quartiere di Milano. Insegna al "Master Progettare Cultura" dell'Università Cattolica del Sacro Cuore e al "Master in Design Strategico" del Politecnico di Milano. Svolge inoltre attività di consulenza nel campo del design dei servizi e della comunicazione presso aziende pubbliche e private, nonché attività di mentorship per incubazioni di start up. E' autrice del blog Microsuper, una raccolta di casi di innovazione sociale e design dei servizi.

Gli interventi

INTRODUZIONE AL CONTESTO ITALIANO

Marta Mainieri, Collaboriamo

Oggi in Italia, come all'estero si scambia e si condivide di tutto: dal trapano alla cena, dalla bicicletta, all'auto, dalla casa ai vestiti, fino al tempo e alle competenze. La directory collaboriamo.org che raccoglie molti servizi collaborativi italiani registra nuove piattaforme in continuazione. Servizi giovani, nati per la maggior parte tra il 2012 e il 2013, che in alcuni casi riprendono piattaforme già presenti in altri paesi, ma che, per la maggior parte, propongono modelli originali. Sono servizi in crescita sebbene con numeri molto diversi tra loro. Crescono bene le start up internazionali che arrivano in Italia (Airbnb registra nell'ultimo anno un +354% con 50mila alloggi disponibili e 12mila ospiti al giorno, mentre Blablacar riporta ogni giorno un +150%), ma anche alcune piattaforme italiane (Fubles, per esempio, registra 337mila giocatori per 77mila partite giocate; Gnammo 12mila iscritti con +4500 gnammers). Rimangono però molte difficoltà per la maggior parte delle piattaforme italiane che scontano la scarsa familiarità con internet degli italiani e la poca fiducia nelle garanzie sulla sicurezza online, la mancanza di regolamentazione normativa, i pochi fondi di investimento erogati, nonché la scarsa preparazione dei nostri giovani che non sono formati per fare gli imprenditori.

Sostenere queste start up e questa nuova economia può invece aprire scenari futuri molto interessanti. Quello che si sta affermando, infatti, è un **nuovo modello di servizio** che può aiutare, per esempio, a sostenere le sfide a cui sono chiamate le nostre città in questi anni. Più povertà, insicurezza, inquinamento si possono combattere anche con la diffusione di nuovi servizi di condivisione e di scambio che favoriscano il risparmio, la redistribuzione delle ricchezze, la valorizzazione di alcune zone, la salvaguardia dell'ambiente, la coesione sociale.

Questi servizi possono inoltre offrire nuove opportunità di mercato (si pensi per esempio alla valorizzazione delle aree meno raggiungibili dal turismo), e, infine, possono contribuire alla formazione dei nostri giovani e a evitare così la fuga irreversibile di "cervelli".

Per tutti questi motivi abbiamo pensato a Sharitaly, una giornata per diffondere l'economia collaborativa, e portare i servizi collaborativi italiani a contatto con un pubblico più ampio per valutare insieme a start up, grandi aziende, amministrazioni pubbliche e imprese sociali le potenzialità e le difficoltà di questo nuovo modello di servizio.

Ulteriori informazioni: www.collaboriamo.org

Marta Mainieri: 348/8564378

Gli interventi

COLLABORATIVE CONSUMPTION AND THE SHARING ECONOMY: BUILDING A SUSTAINABLE FUTURE / "UNO SGUARDO INTERNAZIONALE SULLA SHARING ECONOMY"

April Rinne Chief Strategy Officer presso *Collaborative Lab*

[Collaborative consumption](#) and the sharing economy are changing the way we live, work and consume to create a more sustainable future. These new models are transforming entire sectors – such as transportation, tourism and education – and hold promise for innovative companies, entrepreneurs and governments alike.

The sharing economy in Italy is part of a growing global ecosystem and community. Using a wide array of innovative examples, we'll explore what is happening around the world – from the United States to Asia, South America and across Europe – and show how collaborative consumption has the potential to transform the way we design products and services, create [Shareable Cities](#), and reimagine public services.

Together in this session, we will offer insights for future growth and opportunities in Italy and beyond, and we'll also discuss some of the challenges and hurdles to overcome if the sharing economy is to reach its full potential. Thanks to technology, human ingenuity and convenings like Sharitaly, we can discover new ways to unlock the wealth that exists in people, places and resources – and develop scalable solutions to many of our pressing challenges.

Ulteriori

informazioni:

<http://colabsummit.com/>

DAL DESIGN DEI SERVIZI TRADIZIONALI AL DESIGN DEI SERVIZI COLLABORATIVI

Daniela Selloni Politecnico del Design Milano

I designer non progettano più solo oggetti: le economie contemporanee sono basate sui servizi, perciò è necessario progettarli e renderli il più possibile efficaci, efficienti e piacevoli, sostenibili sia dal punto di vista ambientale che sociale. Di questo si occupa il service designer: la sua figura professionale si inserisce proprio in quella transizione che l'economista Jeremy Rifkin, già dal 2000, aveva definito come il passaggio dal possesso all'accesso, dal prodotto al servizio, dall'automobile al car sharing.

Questa transizione è in continuo movimento: dalla service economy alla sharing economy, dal design dei servizi tradizionali al design dei servizi collaborativi, dalla dialettica fornitore-utente a quella utenti-utenti, dallo user centered design al community centered design.

Il service designer non progetta più soltanto i classici servizi come lo sportello bancario, ma progetta insieme alle comunità di utenti-cittadini che hanno incominciato a risolvere i loro problemi quotidiani in maniera autonoma, mettendo in piedi dei veri e propri servizi basati su scambio, affitto, prestito, condivisione.

In questo scenario di progettazione diffusa e di co-produzione dal basso, si rendono necessari cambiamenti nelle metodologie di progettazione, nel modello del servizio, nel sistema degli attori, nell'identificazione dei ruoli, nella definizione di linee guida, nello stabilire dei criteri di valutazione.

Il cantiere è aperto. Progettare un servizio collaborativo significa quindi partecipare a un processo sperimentale, nel quale "gli utenti finali sono coinvolti attivamente e assumono ruoli di co-designer e co-produttori" (Manzini 2008). Tali utenti sono dei veri e propri *service makers* (Selloni 2013) perché letteralmente auto-producono i servizi di cui hanno bisogno, operando in una zona ibrida a metà tra pubblico e privato, mercato e società, amatoriale e professionale, profit e no profit.

L'autoproduzione di servizi che si manifesta nella sharing economy, similmente all'autoproduzione di prodotti nel fenomeno dei *makers*, sta portando alla nascita di nuovi luoghi di partecipazione e condivisione nelle nostre città, dove cittadini e designer progettano insieme, luoghi che potrebbero diventare veri e propri *fab-lab di servizi* (Selloni 2013) e non solo di prodotti, favorendo sinergie e connessioni fra i vari servizi collaborativi, mettendo insieme risorse, conoscenze, esperienze. Luoghi di "engagement" e di "empowerment", che potrebbero aiutare a preservare il carattere più speciale dei servizi collaborativi: il loro valore sociale e relazionale. Tale valore non può essere progettato di per sé, si possono innescare e predisporre le condizioni che favoriscono.

Gli interventi

L'ECONOMIA COLLABORATIVA: INNOVAZIONE O RIVOLUZIONE?

IL PUNTO DI VISTA DELL'ECONOMISTA

Mario A. Maggioni professore Ordinario di Politica Economica all'Università Cattolica di Milano

L'economia collaborativa - nata ufficialmente nel 2005 - è un fenomeno estremamente interessante per un economista.

Come molte delle "grandi innovazioni" essa presenta un lato tecnologico (in questo caso l'utilizzo intensivo dei social media), uno sociale (nell'economia collaborativa, secondo alcuni, ci si può fidare degli sconosciuti) ed uno mediatico, che - come spesso succede - tende a esagerarne il carattere "rivoluzionario".

La prospettiva dell'economista è dunque in grado di restituire realismo, descrivendo il fenomeno e il suo sviluppo impetuoso (due cifre per tutte: l'investimento di venture capital nel settore è cresciuto di otto volte dal 2009 al 2011, mentre "gli ospiti" di Airbnb sono cresciuti da 0 a 5 milioni nel giro di 5 anni) secondo la categoria Schumpeteriana della "distruzione creatrice" che è determinata dal connubio di una innovazione tecnologica radicale con la generazione di nuovi modelli di business (o l'ibridazione di modelli pre-esistenti), senza lasciarsi abbagliare da chi parla della "nascita di una nuova economia" o, ancor più radicalmente, di una "nuova antropologia".

È infine utile notare come la crescita di questo fenomeno (a partire dal 2008-2009) sia coincisa con il nascere ed il dilagare della crisi globale e come la *sharing economy* abbia "beneficiato" della contemporanea presenza di "scarsità relative" di risorse insieme ad un "abbondanza relativa" di tecnologie e, soprattutto, di accesso ad esse.

Gli interventi

“SHARING ECONOMY – IL CONTESTO NORMATIVO È ADEGUATO?”

Umberto Piattelli e Laura Quintavalla, Studio Legale Osborne Clarke

Per una volta l'Italia è arrivata prima. Il nostro, infatti, è il primo Paese al mondo che si è dotato di una legge e di un regolamento avente per oggetto l'*equity based crowdfunding*, un modello di raccolta di fondi, sotto forma di investimenti di capitale, a sostegno dello sviluppo delle startup innovative.

Ma nell'economia collaborativa sono presenti altri modelli che operano in settori differenti, quali ad esempio il *carsharing* e l'*hostsharing*, con la conseguenza che l'individuazione della regolamentazione applicabile dipenderà dai servizi proposti e da come vengono offerti.

Nel settore del crowdfunding, l'*equity crowdfunding* è anche l'unico modello di raccolta di fondi che il legislatore italiano ha voluto regolamentare nell'ambito delle raccolte realizzate con il *crowdfunding*, in considerazione della prossimità di questo sistema di raccolta al mondo degli investimenti finanziari, da sempre estremamente regolamentato.

Chi decide di approcciarsi a questa forma di investimento, o anche solo di capirne di più, vuole risposte a diversi quesiti:

- quali soggetti possono operare come portali di *equity based crowdfunding*?
- quale impatto ha determinato sui gestori dei portali online la pubblicazione della Legge 221 e del Regolamento CONSOB 18592 con il quale è stata attuata?
- a quali soggetti è consentito raccogliere fondi attraverso una campagna di *equity based crowdfunding*?
- quale è il limite massimo di fondi che si possono raccogliere attraverso l'*equity based crowdfunding*?

Esistono poi altre tipologie di *crowdfunding* (*donation based, reward based, etc*) come il *lending crowdfunding*, grazie al quale si possono ottenere finanziamenti dalla folla: a seconda del modello operativo, varia la tipologia di operatività nel settore finanziario e il regime autorizzativo applicabile.

Quindi la sharing economy è tanto innovativa quanto complessa: i problemi con i quali si sta confrontando Airbnb in America ed in Canada, in relazione all'affitto di case o stanze da parte di privati, così come quelli che ha incontrato Uber in Italia in relazione all'attività di trasporto, evidenziano la necessità dell'adeguatezza del contesto normativo per consentire e non ostacolare lo sviluppo della *sharing economy*.

Link per approfondimenti: confronto sulla legislazione sul crowdfunding nei principali Paesi europei e non

<http://www.europecrowdfunding.org/2013/10/review-crowdfunding-regulation-2013>