

Nota stampa



La sharing economy ai tempi di Expo 2015: Milano come territorio di sperimentazione di una realtà sempre più condivisa

Shareexpo: Milano città condivisa per Expo 2015 ha l'obiettivo di stimolare una tempestiva riflessione culturale nelle istituzioni, nella società civile, nel terzo settore e nel mondo economico, su un tema emergente a livello globale quale è la sharing economy per costruire una progettualità ben strutturata e inclusiva a favore di Expo 2015 Milano e della nascente città metropolitana.

Milano, e in generale il nostro Paese, stanno infatti dimostrando di essere contesti particolarmente fertili per la condivisione. Secondo la ricerca di Duepuntozero Doxa *"Sharing economy per Expo 2015: le propensioni degli abitanti"* **3 italiani su 4 e 2 lombardi su 3 dichiarano di essere aperti alla sharing economy** e di voler essere "visit-attori" attraverso un modello di partecipazione attivo all'evento. Secondo invece un'analisi delle conversazioni su blog, forum, news online e dai principali social network raccolte dal 21 marzo al 20 giugno 2014, si registrano **22.750 mention totali**, con una reach potenziale di **73,3 milioni di utenti**.

Stima della domanda di sharing economy durante Expo 2015

A partire dalla stima di **20 milioni di visitatori**¹ attesi durante Expo Milano 2015, è stata svolta un'analisi sulla potenziale domanda di sharing economy durante Expo 2015: risulta che **il 10,4 milioni di visitatori possono potenzialmente essere interessati ai servizi di sharing economy. Il 23%, pari a 4,6 milioni, compone invece la quota di soggetti con una più forte propensione al consumo di servizi condivisi innovativi**². Per settore, si ottiene: **accoglienza**, domanda potenziale di 1,3 milioni pari a circa 7,000 fruitori al giorno (29% del totale); **mobilità**, domanda potenziale di 800,000 visitatori utenti potenziali pari a circa 4,500 fruitori al giorno (18% del totale); **lavoro**, domanda potenziale stimata sui soli business visitors (circa il 10% del totale) propensi all'utilizzo di servizi di Sharing Economy ovvero 460,000 si ottengono circa 50,000 visitatori utenti potenziali, pari a circa 300 fruitori al giorno (12% del totale); **servizi alla persona**, domanda potenziale di 1,6 milioni di visitatori utenti potenziali pari a circa 9,000 fruitori al giorno (35% del totale).

¹ Studio GfK Eurisko, EXPO 2015, Dicembre 2013

² Per identificare la numerosità di visitatori di EXPO 2015 potenzialmente interessati alla Sharing Economy ci si è riferiti allo studio pubblicato nel 2014 "Sharing is the new buying".

I servizi di sharing economy a Milano

Sono stati quindi analizzati i servizi collaborativi già attivi nei settori più direttamente coinvolti da Expo, prendendo in considerazione due criteri specifici: la dimensione relazionale come costitutiva nello scambio di beni e servizi e l'ottimizzazione delle risorse. **Accoglienza:** le due polarità di offerta rispetto agli indicatori presi in esame sono, da un lato, i servizi di affitto a breve termine che non implicano necessariamente relazione tra le parti e, dall'altro, l'ospitalità in coabitazione e lo scambio casa. **Mobilità:** i servizi possono essere collocati rispetto a due polarità in relazione alla dimensione relazionale: il car/bike sharing, in cui non c'è relazione peer-to-peer e, al polo opposto, il car pooling o ride sharing e relative varianti. *Milano con 192 stazioni e 3462 biciclette è la 4° città in Europa e 12° nel mondo per numero di biciclette disponibili.* Nella città di Milano sono presenti inoltre cinque operatori che mettono a disposizione complessivamente *circa 1500 vetture per il car sharing.* **Lavoro:** per i visitatori che hanno necessità di lavorare – anche per poche ore – durante il soggiorno, la città di Milano offre un'ampia disponibilità di spazi di coworking (di cui *26 accreditati da Comune e Camera di Commercio*). **Servizi alla persona:** sono disponibili piattaforme specializzate nell'assistenza ai bambini, agli anziani e nell'accudimento di animali domestici, particolarmente utili a fronte del divieto di ingresso di animali nell'area espositiva. A queste si aggiungono le piattaforme di learning peer to peer – oggi ancora poco diffuse – attraverso cui è possibile offrire corsi di formazione tra pari (per esempio, di cucina tradizionale). **Ristorazione:** “Nutrire il pianeta” mette il cibo al centro di Expo. Una centralità che può trovare corrispondenza nell'offerta, già esistente ma implementabile, di servizi di social eating attraverso cui privati cittadini ospitano i visitatori per un pasto a casa propria. La piattaforma più diffusa oggi registra 12mila iscritti – di cui 4500 attivi – a livello nazionale. Stanno nascendo anche servizi di delivery di cibo tra pari. **Cultura e tempo libero:** Expo può essere un'opportunità per mettere a valore le competenze dei cittadini milanesi nell'accogliere i visitatori, valorizzando mestieri e tradizioni locali. Questo può accadere attraverso una “narrazione dal basso” come nelle esperienze di crowdsourcing oppure attraverso piattaforme per incontrare altre persone per praticare sport di squadra oppure piattaforme di noleggio e baratto che possono consentire l'accesso a oggetti e attrezzature utili per godere al meglio del tempo libero durante la visita ad Expo.

Le shareable cities in Italia e nel mondo

L'Italia è molto attiva sia in termini di startup attive nel settore, sia per la sperimentazione di iniziative di avanguardia, soprattutto in termini di politiche pubbliche. L'esperienza italiana più interessante è il “**Regolamento sulla collaborazione tra cittadini e amministrazione per la cura e la rigenerazione dei beni comuni urbani**” approvato il 19 maggio 2014 dal Consiglio comunale di Bologna nell'ambito del progetto “Le città come beni comuni”. Il regolamento di Bologna appresta la cornice regolatoria idonea a favorire la nascita di un “ecosistema istituzionale collaborativo”. A questa iniziativa di sistema si aggiungono accordi e regolamenti specifici, tra cui si segnala – come esempio – **l'accordo del Comune di Messina con la banca del tempo digitale Timerepublik**. Con la delibera della Giunta Comunale del 13 dicembre 2013, hanno avviato un percorso mirato alla effettiva presenza attiva della istituzione pubblica come catalizzatore di sensibilità presenti sul territorio. Una specificità italiana è poi la rapida diffusione negli ultimi mesi delle **Social Street**, gruppi locali su base territoriale che facilitano pratiche di collaborazione e condivisione tra i residenti nella stessa via.

A livello mondiale, invece, si segnala **Seoul**, che si candida a diventare un modello di “città condivisa”, grazie al progetto «Sharing city, Seoul». **A livello europeo** una delle città più attive è **Amsterdam**, dove è in corso di elaborazione un protocollo sulla sharing economy.

Criticità e aree di intervento

Il Documento presenta le opportunità della sharing economy, ma anche criticità e aree di miglioramento affinché esse possano essere colte. **Da un punto di vista normativo**, gran parte dei servizi di cui si è parlato precedentemente agisce oggi in Italia, così come nel mondo, in una zona grigia dal punto di vista sia normativo che fiscale. *Come garantire, per esempio, che un autista di un servizio di ride-sharing non lavori 10 ore al giorno e non rispetti le regole di sicurezza? Come esser sicuri che chi affitta la propria casa paghi regolarmente le tasse sugli introiti generati in eccesso alle soglie esistenti? Come garantire che il cibo offerto in casa da privati cittadini sia sano e controllato?* Queste sono solo alcune delle questioni che vengono poste ai regolatori e ai legislatori dai servizi collaborativi. L'amministrazione di Amsterdam, per esempio, dopo mesi in cui aveva dato la caccia ai privati cittadini che affittavano stanze o interi appartamenti ai turisti, ha approvato un nuovo regolamento che concede ai suoi residenti di affittare le loro stanze, fino a due mesi l'anno e solo in casa di residenza, regolarizzando così in modo definitivo gli affitti a breve termine. Un'altra possibile soluzione al conflitto è stata proposta da un'azienda stessa: a Londra è appena stata lanciata UberTaxi, un'applicazione sviluppata dalla compagnia californiana che permette ai clienti di chiamare il Taxi con lo stesso sistema con cui si chiama un privato. Entrambe le soluzioni, in maniera differente, lasciano intravedere diverse modalità per essere inclusivi e costruttivi rispetto alle innovazioni generate dalla collaborazione e dall'economia condivisa. **Da un punto di vista organizzativo**, uno studio pubblicato dall'Università di Pittsburgh e dall'Università della Carolina del Sud afferma che il rischio percepito di scarsità è il principale deterrente alla condivisione. Se l'offerta di un servizio è povera e non riesce a soddisfare la richiesta è difficile che stimoli le persone a tornare sul sito. A oggi, molti dei servizi collaborativi italiani – ma non solo – hanno ancora un'offerta non sufficiente e di conseguenza poche transazioni, e fanno fatica a scalare verso un pubblico più ampio. **Da un punto di vista culturale**, le maggiori criticità sono che le piattaforme collaborative fanno fatica a raggiungere alcune fasce di popolazione concentrandosi, per linguaggio e tipologia di comunicazione, solo verso l'utenza internet capace di frequentare e di muoversi con dimestichezza sui media digitali, lasciando così da parte una grande quantità di persone che invece potrebbero beneficiare di questi servizi. Un incontro con gli enti che lavorano nel terzo settore faciliterebbe questo legame fra digitale e territorio portando ai servizi quella massa critica necessaria per decollare e al terzo settore nuove opportunità di crescita e di cambiamento.

Design delle istituzioni della condivisione

Alla base del modello tradizionale di amministrazione vi è un potente schema teorico, definito paradigma “bipolare”, che consta di due poli, il polo dell'interesse privato e quello dell'interesse pubblico. Secondo tale schema i soggetti pubblici sono gli unici legittimati ad operare nell'interesse generale, mentre i cittadini si trovano in una posizione passiva, meri destinatari dell'intervento dei pubblici poteri. Ma a questo paradigma è necessario oggi affiancare **un altro paradigma, quello della sussidiarietà**, l'unico in grado di costituire una base teorica adeguata per il nuovo modello di amministrazione condivisa. In questo

paradigma il rapporto tra cittadini e amministrazione non è basato sulla diffidenza ma sulla collaborazione, sull'unità d'intenti. Le fratture all'interno delle quali si è innestato il cambio di paradigma sono state principalmente la **legge sul procedimento amministrativo 241 del 1990 e la riforma Costituzionale del 2001**. Con la legge 241 del 1990 cambia l'esercizio del potere amministrativo, che si apre, e si accetta l'idea che i privati destinatari del procedimento partecipino al processo decisionale che li riguarda. Questo è l'inizio della messa in crisi del paradigma bipolare. **Il regolamento approvato dal Comune di Bologna** sulla collaborazione tra cittadini e amministrazione per la cura e rigenerazione dei beni comuni urbani nasce su questa premessa concettuale e intende fornire a un'amministrazione locale gli strumenti per affrontare questo cambio di paradigma. I cittadini non sono solo portatori di bisogni. Essi possono trasformarsi in portatori di soluzioni.

Processi e azioni

Alcune delle principali procedure organizzative auspicabili per valorizzare e far crescere i servizi collaborativi esistenti e per crearne di nuovi.

- 1) Mappare i servizi esistenti integrandoli fra loro in maniera programmatica.
- 2) Agevolare la crescita dei servizi esistenti e la nascita di nuovi.
- 3) Facilitare i rapporti fra servizi collaborativi e servizi "tradizionali" al fine di promuovere la complementarietà e non l'antagonismo fra i diversi servizi:
- 4) Facilitare il coinvolgimento di aziende "tradizionali" affinché possano comprendere i benefici dell'economia della collaborazione e possano stringere partnership con i diversi servizi o attivare nuovi prodotti per far crescere l'offerta e offrire maggiore credibilità ai servizi stessi.
- 5) Facilitare i rapporti fra servizi collaborativi e imprese non profit affinché quest'ultimi possano diventare utenti attivi delle diverse piattaforme e mettere a sistema i diversi servizi che già stanno preparando in vista di Expo.
- 6) Valorizzare le esperienze delle social street al fine di capitalizzare le loro conoscenze di quartiere e il loro desiderio di promuovere e migliorare i luoghi in cui vivono

Alcune delle principali procedure promozionali e culturali al fine di stimolare i cittadini a partecipare e rendere il processo sempre più inclusivo.

- 1) Diventare attore delle diverse piattaforme come esempio per i cittadini ma anche e soprattutto per sperimentare opportunità e difficoltà
- 2) Favorire l'intero processo con una campagna di comunicazione capace di trasferire i valori della collaborazione e di mostrare l'impegno del Comune nel promuoverli
- 3) Stabilire precise linee guida su come rispettare la legge e pagare le tasse per incoraggiare i cittadini ad affittare a breve termine i loro spazi in vista di Expo e migliorare considerevolmente l'offerta di accoglienza durante la manifestazione
- 4) Costruire una piattaforma web che abbia la funzione di punto di ingresso per tutti i servizi che aderiscono al processo dove è possibile consultare e prenotare i diversi servizi. La piattaforma dovrà essere in italiano e in inglese in modo che possa essere consultata anche a livello internazionale.

Prototipi

Alcuni prototipi di sharing economy sul territorio:

- Knowledge sharing

La Sharing Knowledge va intesa nell'ottica di capitalizzare l'esperienza dei cittadini residenti e dei visitatori di Expo, in uno scambio di conoscenze ed esperienze che determinano un coinvolgimento qualificato del visitatore. *Proposta progettuale, una app per la sharing opinion:* creando una piattaforma che aggrega le esperienze di visita e le sistematizza, assemblando tutti i canali social dei visitatori di Expo Milano 2015 e gestendo l'associazione di dati, è possibile studiare e raccogliere le tematiche e le problematiche assimilabili che sono state riscontrate durante i sei mesi di ExpoMilano 2015. Questo strumento consente non solo il monitoraggio e la rendicontazione di quanto è successo durante Expo Milano 2015, ma anche una "narrazione" dal basso, che dia un riscontro qualitativo dell'evento.

- Sharing economy e welfare

Si stima che durante l'Esposizione Universale del 2015 l'area metropolitana milanese ospiterà 20 milioni di visitatori e in quei 184 giorni al picco di domanda di servizi tradizionali e indifferenziati si affiancherà la richiesta di servizi dedicati a gruppi sociali specifici, soprattutto nei settori della mobilità, della salute e dell'accoglienza. I visitatori di Expo saranno in prevalenza famiglie e, solo tra i visitatori italiani saranno oltre 800 mila i bambini tra i 0 e i 5 anni (quasi 2 milioni se la fascia si allarga fino ai 13 anni); più di 2 milioni gli anziani. Il numero complessivo di visitatori disabili sarà invece superiore a 200.000. Con la sharing economy l'esperienza di Expo Milano 2015 potrà costituire uno spazio di sperimentazione e di innovazione permanente, le cui parole chiave devono essere partecipazione, condivisione e protagonismo della comunità.

- Monete complementari

Le monete complementari come Sardex (ce ne sono circa una decina solo in Italia), nascono per ispirazione dalla più importante al mondo, il WIR nato a Zurigo negli anni trenta (proprio a seguito del crollo di Wall Street) ad opera di sedici imprenditori. Banca WIR conta oggi oltre 70 mila aziende ed eroga 5 miliardi di euro di credito l'anno, dimostrandoci come questo processo sia solido e scalabile.

E' quindi un formidabile motore di sviluppo, essendo un sistema che - riattivando il credito - riesce rimettere in moto le energie di una società.

Design dei servizi collaborativi

I servizi collaborativi parte di Sharexpo dovrebbero rappresentare delle buone pratiche interpreti di una serie di **principi** di progettazione e produzione: **inclusione, sostenibilità, sinergia, disintermediazione, accesso, riproducibilità e fiducia.**

Accanto ai "design principles", vi sono delle definizioni più specifiche che riguardano le caratteristiche che i servizi in questione dovrebbero avere per meglio aderire al progetto di Sharexpo e che si propongono quindi come dei criteri di selezione: **originalità, identità, privacy, consistenza dell'interazione, multicanalità, adeguamento tecnologico, adeguamento del business model, tempo, reputazione e valutazione peer to peer, personalizzazione.**

Info: info@sharexpo.it