

**INFORAMA**

**BIBLIOTECA**

a cura della Redazione

**La condivisione in quanto nuovo modello di consumo in ascesa**



Rachel Botsman, Roo Rogers

**Il consumo collaborativo**

*Ovvero quello che è mio è anche tuo*

**FrancoAngeli**

www.francoangeli.it

Prezzo di copertina: 25 euro

Edizione: 2017

**Il consumo collaborativo.** *Ovvero quello che è mio è anche tuo.* La cosiddetta sharing economy è frutto di un ripensamento generalizzato e collettivo degli stili di vita per gran parte del secolo scorso improntati a forme di consumismo sfrenato e a un approccio di tipo iper-individualistico e persino egoistico nei riguardi del possesso e utilizzo dei beni. Il punto di partenza di questo libro scritto a 2 mani da Rachel Botsman e Roo Rogers è la riflessione critica che ha portato la nostra società a ribaltare questa concezione di fondo facendo emergere, oltre a un nuovo modo di concepire mezzi, oggetti, spazi e di usufruirli, anche potenzialità di business precedentemente inimmaginabili. Car e bike sharing, car pooling, co-working e co-housing, lavoro sociale in rete, social community, sono alcuni degli aspetti di questa "rivoluzione" in corso all'insegna della condivisione favorita dallo sviluppo di Internet quanto, per esempio, dall'affermarsi di modelli di mobilità "smart" che tendono a ripartire i costi su un insieme di

soggetti anziché lasciarli addossati a carico del singolo. Esempi come quello di Airbnb dimostrano il successo di questa impostazione: avere a disposizione una camera libera dove ospitare temporaneamente delle persone diventa un'opportunità per sentirsi meno soli e per realizzare piccoli guadagni extra da investire o mettere da parte. La vicenda della nascita del sito di booking di bad & breakfast, dalle esigenze di alloggio degli industrial designer di tutto il mondo riuniti a San Francisco nel 2007, è di per sé emblematica, a titolo introduttivo, delle origini del fenomeno di cui il saggio illustra la progressiva ascesa fino ad assumere, nel giro di pochi anni, dimensioni impressionanti, con milioni di oggetti, libri, giochi, cd e dvd venduti o scambiati su siti come eBay, Freecycle o ReUseIt e un numero crescente di rinunciari all'auto personale per diventare Zipsters, ovvero clienti del servizio di car sharing Zipcar.

«Quanto più studiavamo questa tendenza – scrivono gli autori nell'introduzione –, tanto più ci convincevamo che questa massa di comportamenti, storie per-

sonali, teorie sociali e casi di business fosse il segno di una rivoluzione socioeconomica emergente.

Le vecchie e disprezzate "c" dell'unione e della condivisione – cooperativo, collettivo e comunitario – oggi vengono rinnovate e reinventate come forme accattivanti e vantaggiose di collaborazione e comunità. A questa rivoluzione noi diamo il nome di "consumo collaborativo". In questa cornice, in cui anche il localismo, il fatto di appartenere a gruppi di vicinato o di acquisto solidale, il chilometro zero, acquisiscono una funzione attiva e propositiva, il web diventa lo strumento per connettere e moltiplicare le esperienze comuni, per creare interazioni utili e di reciproco interesse: in altre parole per far rivivere un senso di comunità. Tutto questo peraltro si unisce alla crescente consapevolezza che si fa strada nel pubblico dell'importanza di valori quali la riduzione degli sprechi, il rispetto per l'ambiente e la sostenibilità delle risorse, l'importanza del riuso e del riciclo: elementi portanti di una nuova filosofia del consumo basata su modalità in grado di assicurare vantaggi economici e al

tempo stesso di reindirizzare la stessa produzione e il design industriali in rapporto a ulteriori possibili destinazioni del bene d'uso una volta giunto a fine vita; input fondamentali per arrivare a progettare, produrre e commercializzare prodotti migliori, più duraturi e non più realizzati all'insegna del superfluo. Il volume, come spiegano Botsman e Rogers, raccoglie migliaia di esempi di consumo collaborativo osservati in tutto il mondo in tre grandi gruppi: sistemi di prodotti di servizi, mercati di redistribuzione e stili di vita collaborativi.

«Congiuntamente, questi sistemi stanno reinventando non solo *quello* che consumiamo, ma anche e soprattutto *i modi* in cui consumiamo», affermano, portando a sostegno delle loro tesi la crescita galoppante di alcune delle forme più note di economia condivisa, prima fra tutte il bike sharing, «il tipo di trasporto con i tassi di crescita più elevati al mondo», mentre, tra i casi menzionati, «Zilok, società leader nel mercato del noleggio tra privati, da quando è stata fondata, nell'ottobre del 2007, è cresciuta approssimativamente del 25 per cento all'anno. Tramite Bartercard, la rete di baratto B2B più grande del mondo, sono stati scambiati nel 2009 beni e servizi per due miliardi di dollari, con un aumento del 20 per cento rispetto al 2008». Al di là dei numeri o delle specifiche commerciali, è l'intero mondo dei servizi che si sta adattando alla mutata mentalità: da quelli legati all'offerta dei beni come al welfare aziendale, a quelli di pagamento che aprono un ulteriore capitolo tra le modalità di condivisione e scambio.

**Gli autori**

Sono entrambi studiosi, imprenditori, genitori, ambientalisti e cittadini ottimisti. Rachel Botsman insegna nei più importanti MBA a livello internazionale ed è una firma costante e nota di una serie di riviste economiche, quotidiani e altre prestigiose pubblicazioni: *Harvard Business Review Press, The Economist, The New York Times, Wall Street Journal, Fast Company* e *Wired*. I suoi TED sono stati visti da 3 milioni di persone e inoltre ha partecipato al World Business Forum 2017. Roo Rogers è presidente di Redscout Venture, società statunitense di venture capitalist, cofondatore di OZOLab, è inoltre chief executive officer di OZOcar.