

Informarsi

L'impresa nell'era del consumo collaborativo

Si apre l'era di quello che viene chiamato il "consumo collaborativo": acquisti di gruppo, canale corto, condivisione, prestito e baratto stanno avanzando quali nuove modalità di consumo, rese possibili dalla diffusione di innovazioni tecnologiche e di nuovi stili di vita.

? di cosa si parla?

In un mercato in grande cambiamento, dove i consumatori non sono più inquadrabili in categorie socio-economiche precise e definite, è importante per qualsiasi organizzazione saper innovare rinnovando rapidamente l'offerta di beni e servizi.

Uno dei mutamenti più significativi degli ultimi tempi è il **consumo collaborativo**, una forma di **innovazione sociale** che cerca soluzioni efficaci, efficienti, sostenibili ed eque. Si tratta di un nuovo modo di pensare e di fare, di **pratiche organizzative** in cui si facilitano **collaborazione e partecipazione** per promuovere lo sviluppo, anche economico, con logiche diverse e complementari rispetto a quelle tradizionali. Tale cambiamento tocca diversi ambiti: dagli **acquisti di gruppo** (che, partiti dall'agroalimentare, si stanno diffondendo anche ad altri settori), alla **condivisione di beni** (ad esempio il bike o il car sharing, che tracciano nuove strade per una mobilità sostenibile), dal **co-housing**, nuovo modo per condividere spazi abitativi e iniziative di tempo libero, al **co-working**, nuovo modo di pensare il luogo di lavoro per risparmiare ma anche per favorire scambi di esperienze e sinergie. Oltre a nuovi modelli di consumo, si aprono nuove modalità di **collaborazione tra imprese**. Si afferma anche in Italia il **Corporate Barter**, uno strumento finanziario a disposizione delle aziende per incrementare la loro produttività e redditività, utile soprattutto in tempi di crisi. Il Corporate Barter prevede uno scambio reciproco di beni o servizi con la possibilità di un eventuale conguaglio in denaro e, come il contratto di permuta, è regolato da specifiche leggi. Per realizzare iniziative di Corporate Barter sono necessari alcuni presupposti che rappresentano fattori importanti per le imprese socialmente responsabili: disponibilità alla collaborazione, fiducia negli altri, volontà di sperimentare una gestione innovativa del proprio business.

👍 quali vantaggi



L'innovazione sociale richiede idee, creatività, coraggio, metodologie innovative per trasformare principi teorici in prodotti e servizi da offrire a un mercato sempre più esigente in termini di sostenibilità. Anche se i vantaggi per le organizzazioni che si muovono su questo terreno dipendono dall'ambito di intervento dell'impresa, è possibile identificarne alcuni di carattere generale:

- **accedere a nuovi mercati:** in molti casi si aprono opportunità diverse, come è accaduto per la filiera corta, che ha spalancato nuove possibilità di business per il mondo dell'agroalimentare;
- **fidelizzare ulteriormente i clienti:** nel caso di soluzioni o di prodotti innovativi rispetto a quelli precedentemente offerti, l'impresa dimostra concretamente la propria dinamicità e la capacità di rinnovarsi;



Informarsi

- **migliorare i rapporti con i dipendenti:** sostenere la diffusione dei consumi collaborativi all'interno dell'impresa può, ad esempio, essere utile per migliorare il clima aziendale. La creazione di Gruppi di acquisto stimola i collaboratori ad agire con logica imprenditoriale, incoraggiandone la creatività e offrendo un servizio in grado di aumentare la soddisfazione sul posto di lavoro.

Inoltre, un ulteriore vantaggio è entrare in rete con altre organizzazioni (imprese, Enti locali, associazioni non profit) con le quali sviluppare iniziative e progetti congiunti a beneficio di tutti.

da dove cominciare?

Per capire come inserirsi in queste nuove dinamiche di consumo, è importante immaginare soluzioni diverse rispetto a quelle esistenti: questo il primo passo verso un percorso di innovazione sociale. Ecco alcuni suggerimenti:

- **ripensare prodotti e servizi** attraverso l'ascolto di chi li utilizza, un processo utile per mettere a punto nuove soluzioni proprio grazie alla sinergia con gli users, che consente di trovare soluzioni a volte inaspettate;
- **condividere in rete idee e progetti**, utilizzando gli strumenti offerti dalle nuove tecnologie; soluzioni innovative possono nascere anche attraverso il benchmarking: analizzare un'idea funzionata già sperimentata con successo in un campo adattandola ad un altro contesto e/o settore, ottenendo così risultati interessanti in breve tempo.

Per avviare il cambiamento è possibile **utilizzare i talenti presenti in azienda**, dal management ai collaboratori, con l'obiettivo di far emergere le potenzialità delle persone e individuare nuovi traguardi da raggiungere.

per approfondire

www.csr.unioncamere.it

(per scaricare la pubblicazione "Dalla CSR alla Corporate Social Innovation", che fa il punto su questi temi)

www.csrpiemonte.it

(per consultare la sezione dedicata all'innovazione sociale, e trovare informazioni su bandi e facilitazioni dedicati alle start-up che intraprendono questa strada)

www.ted.com

(è il sito delle Ted Conference: per trovare interessanti interventi sul tema dei consumi collaborativi digitando "Rachel Botsman" nel motore di ricerca)

www.societing.org

(digitando nel motore di ricerca "Il libro bianco dell'innovazione sociale" si arriva in una pagina da cui si può scaricare il volume di R. Murray, J. Caulier Grice e G. Mulgan, curato per l'edizione italiana da A. Giordano e A. Arvidsson)

AlpCoRe è un progetto cofinanziato dall'Unione europea attraverso il Fondo europeo di sviluppo regionale, che coinvolge i territori transfrontalieri di Piemonte, Savoia e Alta Savoia.