

Sharing Economy: crescita rallentata ma futuro roseo in Italia

Lo studio TNS : solo il 5% di Italiani non interessato ai servizi in condivisione

18 Maggio 2016 – Come si presenta il fenomeno dell'economia della condivisione in Italia? Quali evoluzioni ci si possono e devono attendere per una costruzione di valore nella nostra economia?

Se ne è discusso oggi al **Ferrara Sharing Festival**, nella tavola Rotonda dedicata a "**Le nuove piattaforme: servizi, prodotti, processi**" che ha visto il confronto di protagonisti di rilievo in quest'ambito: [Federico Capeci](#), CDO & CEO Italia, [TNS](#), Aldo Bonomi, Sociologo, Istituto di ricerca Aaster, Gea Scancarello, Giornalista, autrice di Mi fido di te, Guglielmo Apolloni, Co-founder School Raising, Social Seed (Italia), Carlo De Los Rios, progetto Vesta, tecnologo, moderati da Elena Comelli, Giornalista del Sole 24 Ore.

"La crescita della sharing economy in Italia è una **crescita con il freno a mano** – ha aperto Federico Capeci. Da un lato vi è un'alta propensione del cittadino a provare ed usare servizi in condivisione, dall'alto - sia dal fronte dell'offerta e sia da quello delle istituzioni - gli attori del sistema sono però un po' al palo. Il consumatore è ben più avanti delle imprese e delle istituzioni, ancora una volta, in quanto ci mostra un insieme di possibili utilizzi e di motivazioni della sharing economy molto vasti, solo in parte colte dagli attori attuali".

Certamente, uno dei motivi sottostanti a queste pratiche è in effetti il risparmio economico (lo studio effettuato da TNS segnala che il saving è una motivazione per il 41% degli utilizzatori), ma non è l'unico motivo per dare e chiedere servizi in sharing: ci sono utenti mossi da desiderio di condivisione, oppure per motivi di solidarietà; utenti mossi dalla volontà di fare un'esperienza di uso (viaggi, ma non solo) più ricca, più coinvolta emotivamente; utenti mossi dalla voglia di fare impresa; utenti mossi dalla voglia di sperimentare nuove pratiche e essere al centro delle novità sociali.

In Italia, la sharing economy è **conosciuta dal 70%** della popolazione. **Un Italiano su 4 la utilizza** e la prospettiva è di ulteriore crescita: la maggior parte dei non utilizzatori sono propensi all'uso futuro (22%) o necessitano di maggiori informazioni (18%). L'elemento non è di poco interesse: anche fra gli utilizzatori, un 10% di intervistati dichiara di usare alcuni dei servizi suggeriti, ma non li associa spontaneamente al mondo "sharing". Una Comunicazione più efficace e specifica sarà dunque necessaria a queste realtà se vogliono attrarre un maggior numero di utenti.

Fra i servizi utilizzati, gli Italiani fruiscono di **Servizi di mobilità** (26% varie tipologie dalla mobilità collettiva alla condivisione costi di viaggio, a servizi forniti da aziende in abbonamento), **Servizi organizzati di scambio e baratto** di oggetti di vario tipo (10%), **Servizi di alloggio** di una camera o casa private (9%), Servizi culturali (8%), Servizi di Social lending, prestiti fra privati (4%).

L'esperienza di utilizzo dei servizi di sharing porterà ad una intensificazione dell'uso: chi lo prova, dichiara che lo userà di più in futuro! Nell'ambito della **mobilità** il 47% aumenterà l'utilizzo di questo tipo di servizi, nei Servizi di Alloggio, un 40%: segno comunque di soddisfazione nella fruizione.

Ma quali sono le **barriere**? La difficoltà a fidarsi e la mancanza di regole chiare e garanzie nell'utilizzo, penalizzano purtroppo ancora lo sviluppo.

"Quello che vediamo da un punto di vista delle tutele e degli inquadramenti fiscali, assicurativi e sociali – dice Capeci - è che le istituzioni sono al palo di fronte a questa crescente complessità e come risultato, stanno frenando l'esplosione di quella che potrebbe essere una leva di crescita di assoluto rispetto per il nostro paese."

La disintermediazione digitale ha supportato una prima fase di sviluppo, ma il consolidamento, come in tutti i mercati che si rispettino vede oggi la competizione, da un lato, e la necessità di benefit chiari ed esperienze soddisfacenti, dall'altro, mettere sotto pressione le giovani realtà operative.

"Dal lato dell'offerta – ha continuato Capeci – le proposte non sono in grado di seguire l'ampia gamma di opportunità, segmenti e servizi con chiari posizionamenti e benefit concreti per l'utente. La visione da parte dei Player dovrebbe mettere al centro l'utente, "ascoltarlo" per valutarne aspettative ed esperienze concrete, in un continuo processo di finetuning ed ottimizzazione della proposta e della comunicazione. Gli **utenti sono aperti** all'utilizzo di nuovi modelli di business, come testimonia l'elevato livello di conoscenza dei servizi in condivisione ed anche la propensione all'uso in futuro, considerando che solo il 5% degli intervistati si dichiara non interessato a questa tipologia di servizi*." "

E quale può essere l'impatto sull'economia tradizionale? In ambito di "**servizi di mobilità**", uno dei settori in cui la Sharing Economy ha avuto diverse espressioni concrete, più o meno "disruptive", il consumatore ha le idee chiare: utilizza prevalentemente i servizi di Sharing Economy in sostituzione dell'auto privata (circa 4 italiani su 10), ma sia taxi che mezzi pubblici sono interessati dalla sostituzione, indubbiamente. E' interessante sapere che più di metà degli utilizzatori, che hanno auto propria, potrebbero essere propensi a sostituire la seconda auto con un servizio di sharing.

Note per la stampa

Contatti: **Gabriella Bergaglio** - Marketing Manager - TNS Italia
Cell.+39.334.60.91.720 - @: gabriella.bergaglio@tnsglobal.com

***TNS Sharing Economy** è lo studio effettuato da [TNS Italia](http://www.tns.it) per indagare conoscenza e utilizzo delle varie forme di sharing economy tra gli italiani. Ha voluto individuare driver di utilizzo e barriere allo sviluppo, così come l'impatto sui settori tradizionali di business. L'indagine, che ha ascoltato 1000 individui maggiorenni utilizzatori di Internet, con accesso giornaliero 90% e accesso settimanale 10%, è stata effettuata online fra il 14-19 Ottobre 2015. Il campione è rappresentativo della popolazione internet italiana.

[Federico Capeci](http://www.tns.it) - Autore di diversi studi specifici sull'Economia della Condivisione, ha partecipato ad eventi e dibattiti sulla Sharing Economy. E' Responsabile dello Sviluppo Digital e guida il Board di TNS Italia dal 2015, come Chief Digital Officer e CEO di TNS Italia. Laurea in Economia, dopo una lunga esperienza nelle ricerche in Area Brand & Communication, in Istituti leader (GfK, Millward Brown), ha ricoperto il ruolo di Research Manager in CocaCola Italia. Ha poi seguito il rilancio di OTO Research (Fullsix Group) guidando il processo di internazionalizzazione in Francia e Spagna. Nel 2008 ha fondato Duepuntozero Research (DOXA Group) con risultati sempre in crescita e Clienti di alto profilo. Ha scritto "[#Generazione 2.0](https://www.tns.it/it/Generazione-2.0)" sui millennials italiani ed è frequent speaker di convegni su tematiche inerenti il consumer insights, il digitale e i giovani. E' docente di ricerche di mercato all'Università Cattolica del Sacro Cuore e alla Business School del Sole 24 Ore.

TNS offre consulenza specifica su strategie di crescita per innovare il posizionamento dei brand, sviluppare prodotti e servizi, entrare in nuovi mercati, gestire gli stakeholder, grazie alla lunga tradizione ed expertise e ai modelli d'analisi proprietari. Presente in 80 Paesi, TNS fa tesoro della grande esperienza d'ascolto del consumatore globale: uno strumento indispensabile e prezioso per conoscere e comprendere i comportamenti degli individui e le loro attitudini, nelle diverse regioni culturali, economiche e politiche del mondo. TNS è parte di Kantar, uno dei maggiori network al mondo, nell'informazione, nella ricerca e nella consulenza strategica. Per ulteriori informazioni: www.tns-global.it