



Sharing economy in Italia: Il punto di vista dell'utente





Federico Capeci
CEO and Chief Digital
Officer, TNS Italia

Che cos'è oggi in Italia la Sharing Economy? Come impatta sul sistema economico e quali sono le **prospettive future**?

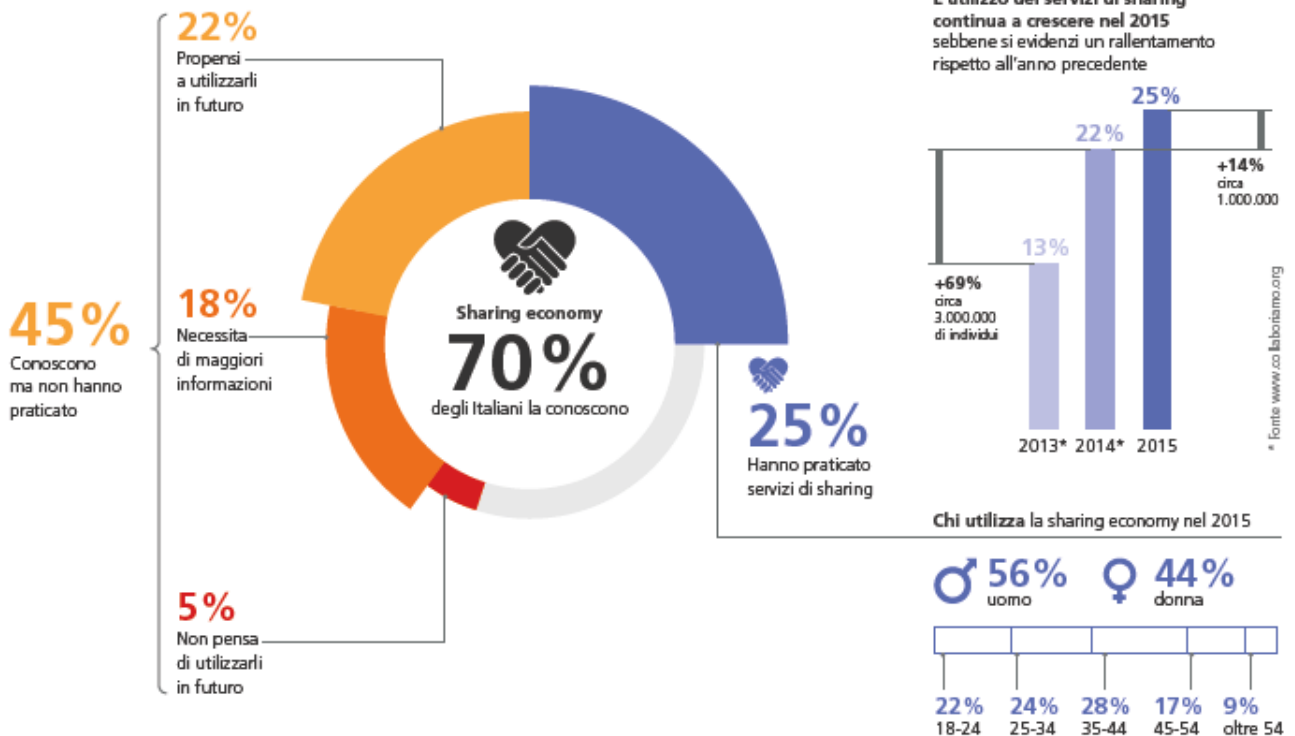
In Italia, i Servizi di condivisione sono conosciuti dal 70% degli intervistati ed utilizzati dal 25%: circa 1 milione di individui in più dell'anno precedente. La crescita è sempre sostenuta, ma sicuramente più timida. Un mondo eterogeneo di beni e servizi, usati in condivisione, che raccontano un profondo cambiamento sociale, l'emergere di motivazioni diverse sottostanti l'utilizzo di questi nuovi modelli di business. La crisi ha sicuramente sostenuto e dato visibilità ai nuovi modelli di business in condivisione e la motivazione di "**saving**",

menzionata dal 41%, resta la principale. E' seguita da quella "**esperienziale**", che si sostanzia come innovatrice ed intelligente (39%), oltre che apprezzata risposta al consumismo (33%).

La ricerca TNS fa emergere chiaramente un **tema di definizioni**: la sharing economy, intesa come economia dello scambio peer to peer, sta mutando forma e, anzi, si mostra oggi come parte di un ben più vasto trend che poggia su alcune motivazioni di base del consumatore-cittadino.

Dobbiamo comprendere le diverse realtà e focalizzare una singola **motivazione** su cui ingaggiare l'utente, unico grande giudice sul futuro dello sharing.

L'utilizzo dei servizi di sharing continua a crescere nel 2015



La metodologia utilizzata da TNS per comprendere l'evoluzione della Sharing economy in Italia, fa riferimento ad un campione di **1000 casi** rappresentativi della popolazione italiana maggiorenne, utilizzatrice di Internet. Sebbene si evidenzia un rallentamento rispetto all'anno precedente, la prospettiva

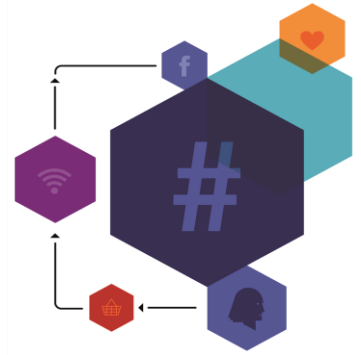
nel 2015 è ancora di **crescita**: 4 intervistati su 10 che oggi non sono ancora utilizzatori dei servizi di sharing (45% degli intervistati) sono **propensi all'uso in futuro** o necessitano di maggiori informazioni per farlo, ma sono comunque aperti a queste nuove forme di business. Solo il 5% degli intervistati non pensa di utilizzarli in futuro.



Sharing economy in Italia: Il punto di vista dell'utente

Utilizzatori

In Italia, l'utilizzo di queste tipologie di servizi di condivisione è abbastanza trasversale, con punte fra i più giovani: i **Millennials**. Hanno una forte sensibilità ai fenomeni di **peer-economy** e sono molto vicini e confident verso l'online ed i pari: all'interno degli utilizzatori, il **46%** è costituito da **italiani fra i 18-34 anni**. Sono vicini al digitale ed hanno valorizzato da subito i nuovi servizi disponibili.



Valori %	2014	2015
Utilizzano almeno un servizio	33	39
Gap: utilizzano ma non considerano sharing	11	14

Sono valori importanti i legami sociali, il valore della fiducia verificata, il **"feedback"** ed i commenti che danno affidabilità al servizio/all'utente in sharing, come succede per le piattaforme di **condivisione della mobilità** o dell'**accomodation**.

Emerge uno **scenario molto frammentato** tra chi utilizza i servizi di sharing attraverso una piattaforma online dedicata o un'App. Gli utenti dichiarano di aver usato le piattaforme di scambio e baratto di oggetti vari (10%), di accomodation (10%), di mobilità collettiva e condivisione di costi di viaggio (9%), di mobilità con servizi forniti

da aziende/enti in abbonamento/compenso (9%), di mobilità con servizi forniti da altre persone dietro compenso (8%). Emergono anche i servizi di **crowdfunding**, raccolta collettiva di fondi, con un 7% di utilizzo, così come il **social lending**, peer-to-peer lending (4%), realtà concrete che iniziano a farsi vedere. Il **risparmio** sia sulla spesa che sui costi di manutenzione è il principale **driver** di utilizzo.

La motivazione di **"saving"**, menzionata dal 41%, resta la principale, seguita da quella **"esperienziale"**, che si sostanzia come innovatrice ed intelligente (39%), oltre che apprezzata risposta al consumismo (33%).

Valori % TOP BOX (1-4)	Saving		2014*
Sono servizi che consentono risparmio di soldi	41		41%
Riducono i costi connessi alla manutenzione della proprietà	33		31%
Sono servizi che consentono un risparmio di tempo	26		na



Sharing economy in Italia: Il punto di vista dell'utente

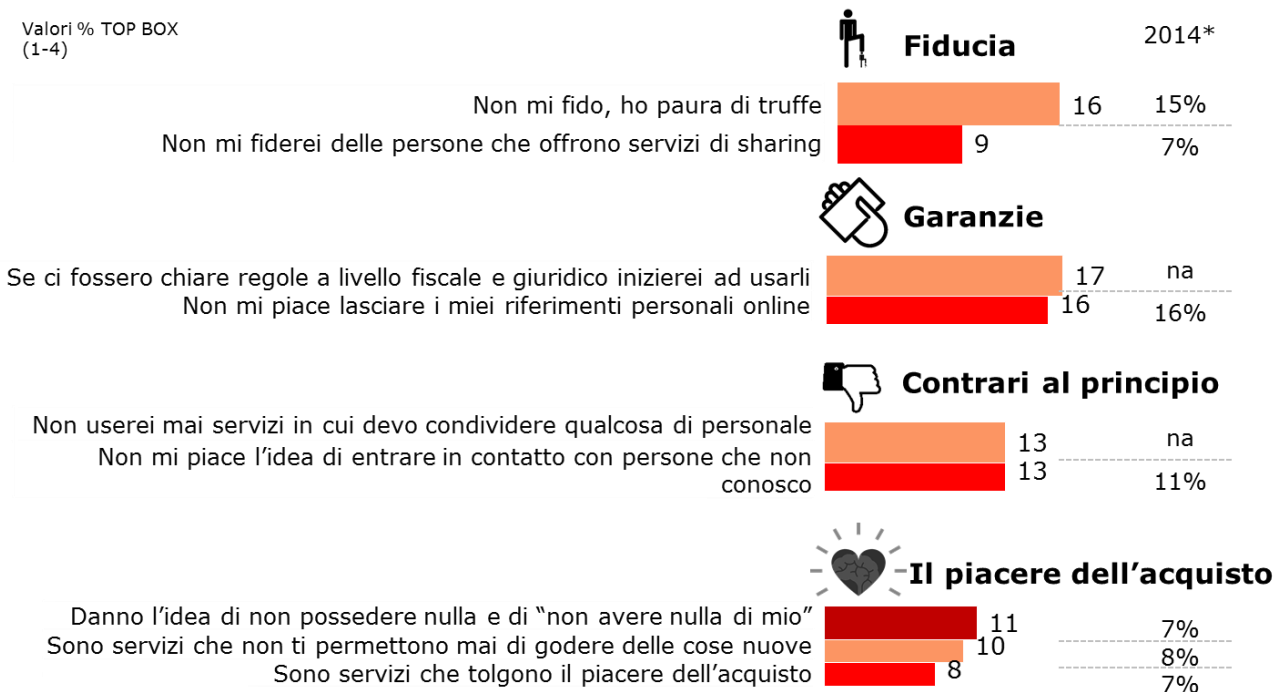
Conoscitori della Sharing Economy

Non user

L'esperienza di utilizzo dei servizi di sharing porterà ad una intensificazione dell'uso. Tuttavia, la **regolamentazione dei servizi** resta un elemento critico: a gran voce si chiedono maggiori informazioni, garanzie e tutele che permettano un avvicinamento al modello in maggiore sicurezza e tranquillità. La **fiducia** - che spesso manca - è alla base dello sharing, la mancanza di regole chiare e il timore di lasciare dati sensibili online ostacolano una maggiore diffusione.



Valori % TOP BOX
(1-4)



Source: collaboriamo.org



Sharing economy in Italia: Il punto di vista dell'utente

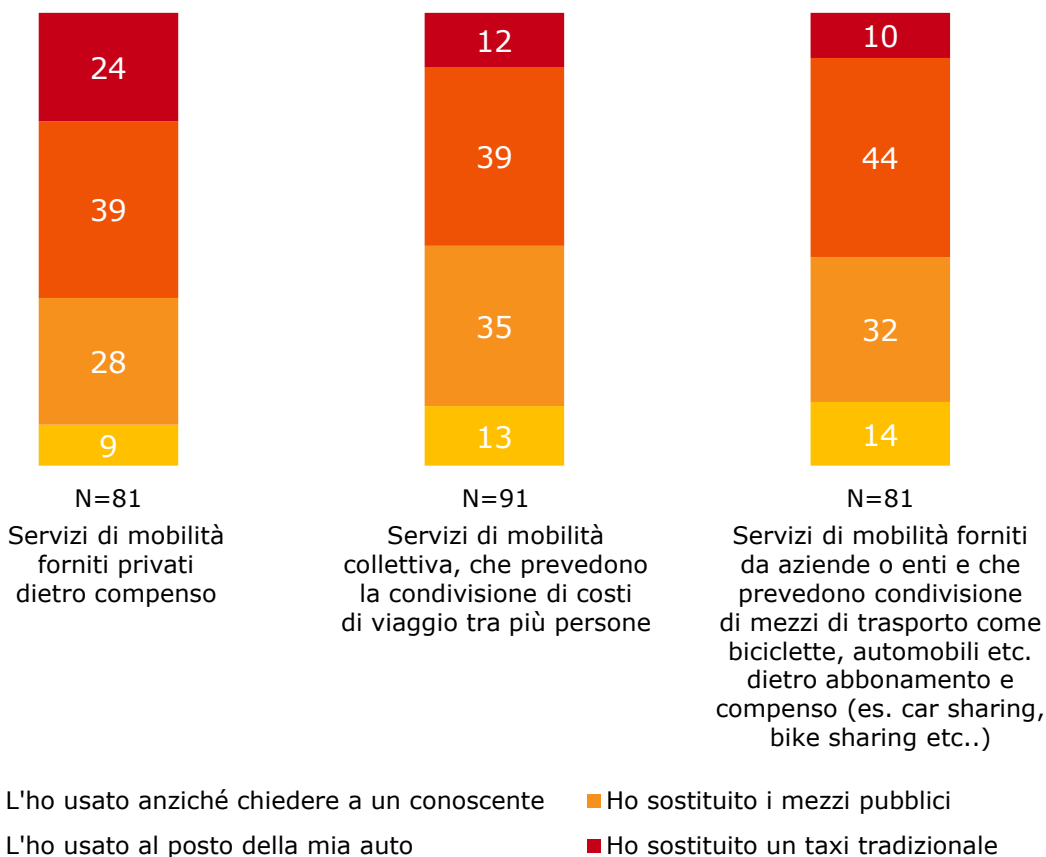
© TNS 2016

Impatto sui comparti

I servizi di mobilità prevalentemente sostituiscono l'auto privata, sebbene sia taxi che mezzi pubblici ne vengano coinvolti in maniera rilevante. I **servizi di mobilità collettiva**, che prevedono la condivisione di costi di viaggio tra più persone (es. car pooling) sono utilizzati dal 9% degli intervistati e il 20% dichiara che proverà a utilizzarli in futuro, stesso risultato per i **servizi di mobilità forniti da aziende o enti** e che prevedono la condivisione di mezzi di trasporto come biciclette,

automobili etc dietro abbonamento e compenso (es. car sharing, bike sharing etc). I **servizi di mobilità forniti da altre persone dietro compenso** (es. car sharing tra privati, uber, etc) hanno invece già conquistato l'8% del campione e il 18% pensa che proverà a utilizzarlo in futuro. E' emerso inoltre che oltre la metà dei possessori di auto e utilizzatori di almeno un servizio di sharing, sarebbero propensi a **sostituire la seconda auto con servizi di car sharing**.

Valori %



Sharing economy in Italia: Il punto di vista dell'utente

Utilizzo attuale e futuro dei servizi legati al leisure

Le aree con maggiore potenzialità di sviluppo futuro sono la **mobilità**, il **baratto** (servizi organizzati di scambio e baratto di oggetti di vario tipo), gli **alloggi** (no affitto standard di una camera o casa privata; es. couchsurfing, airbnb) e i **servizi culturali** (spettacoli teatrali o concerti musicali organizzati in abitazioni private, scambio di libri, corsi universitari online).

In questo scenario, le **strutture alberghiere** sono quelle maggiormente colpite dal diffondersi di questo tipo di servizio con il 55% degli intervistati che dichiara la sua intenzione iniziale di andare in albergo, ma che alla fine preferisce utilizzare un servizio di sharing.



Base: N=1000
Valori %



Sharing economy in Italia: Il punto di vista dell'utente

Il concetto di sharing economy in continua evoluzione e ricerca di definizione

E' importante sottolineare la necessità di **ridefinizione di tutto il fenomeno**. Stiamo parlando di beni o di servizi? Ci stiamo focalizzando su nuovi approcci sociali, nuovi modi di fare business fra pari, o ricomprendiamo anche i business model delle aziende che "affittano" beni per brevi periodi di tempo (un'ora o anche meno, come bike sharing o car sharing)?

Il punto di vista cambia drasticamente, come cambiano le **motivazioni sottese**, siano esse, la solidarietà, il collaborativismo, l'approccio green, la scelta economica,

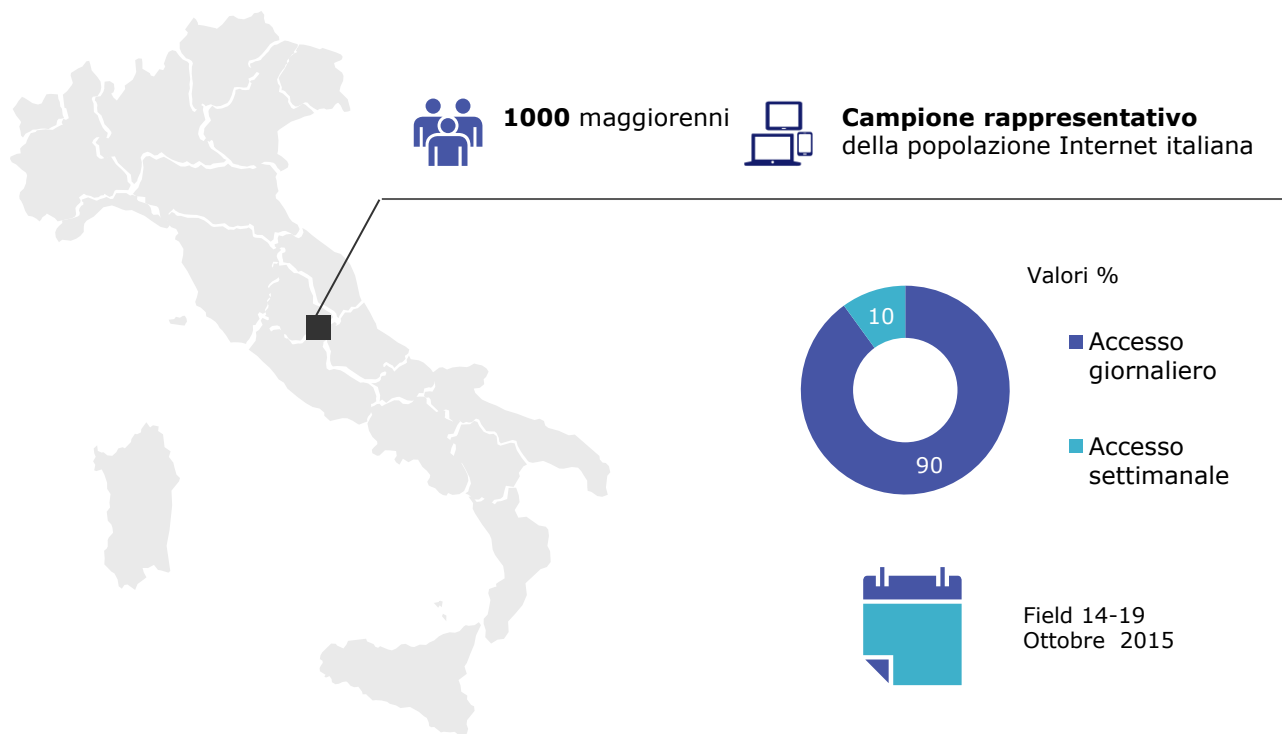
la rete relazionale e social; bisogna quindi comprendere le diverse realtà e focalizzare una singola motivazione su cui ingaggiare l'utente, unico grande giudice sul futuro dello sharing.

Solo quando i differenti stakeholders e player comprenderanno la vera articolazione del fenomeno potremo iniziare il cammino verso una reale nuova economia: prima di allora, ogni buon proposito, iniziativa economica, startup o nuovo prodotto sarà più slogan che ricchezza supplementare verso il sistema.



Sharing economy in Italia: Il punto di vista dell'utente

TNS Sharing Economy



TNS Sharing Economy è lo studio effettuato da TNS Italia 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.

Vuoi approfondire la conoscenza di questi temi e l’impatto sul tuo business?

Contattaci:



Federico Capeci
Chief Digital Officer & CEO
TNS Italia
federico.capeci@tnsglobal.com



Gabriella Bergaglio
Marketing & Biz Devel. Manager
TNS Italia
Cell. +39.334.60.91.720
gabriella.bergaglio@tnsglobal.com

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



Sharing economy in Italia: Il punto di vista dell’utente

