

A network diagram background consisting of a grid of dashed grey lines. At various intersections, there are small, solid-colored circles in blue, cyan, green, orange, red, purple, black, and yellow.

sharitaly

SHARING e ITALIA: LA MAPPATURA DELLE PIATTAFORME ITALIANE 2016



Ivana Pais
Università Cattolica del Sacro Cuore

collaboriamo
Consulenze e servizi per un'economia della società

Marta Manieri
Collaboriamo

sharitaly

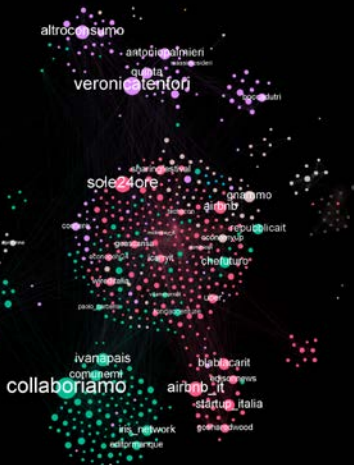
42.390 Twitter
mentions

14.438 users

8 Nov 2015 to 7 Nov 2016

"sharing economy" OR
"#sharingeconomy" OR
("economia" AND
"collaborazione")

country it



Credits

www.socioviz.net

Che cosa è sharing? I criteri

- Piattaforme p2p
- Piattaforme che permettono lo scambio o la condivisione di beni, oggetti, denaro, spazi
- Le piattaforme non stabiliscono il prezzo delle transazioni
- Le piattaforme non selezionano il personale
- Le piattaforme abilitano le transazioni attraverso un sistema reputazionale

Cosa non è sharing?

	On demand/Gig	Sharing
Forma di integrazione	Mercato	Reciprocità e sue varianti
Identità degli individui	Anonimato	Conoscenza generica
Motivazioni	Estrinseche	Anche intrinseche
Relazione	Asimmetrica	Simmetrica
Principio di allocazione	Equivalenza	Quasi equivalenza/mutualità
Mezzo di scambio	Denaro	Denaro/Crediti/Tempo + reputazione/status
Forma di controllo (es prezzo, selezione...)	Piattaforma	Pari

Due ricerche, un unico questionario

Le piattaforme di sharing economy in Italia

3a edizione

Hanno risposto
64 piattaforme (46%)

Le piattaforme di crowdfunding in Italia

4a edizione

Hanno risposto
41 piattaforme (60%)

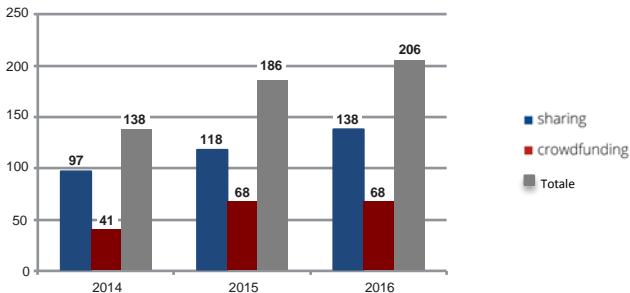


IMPATTO SHARING



IMPATTO SULLA CRESCITA

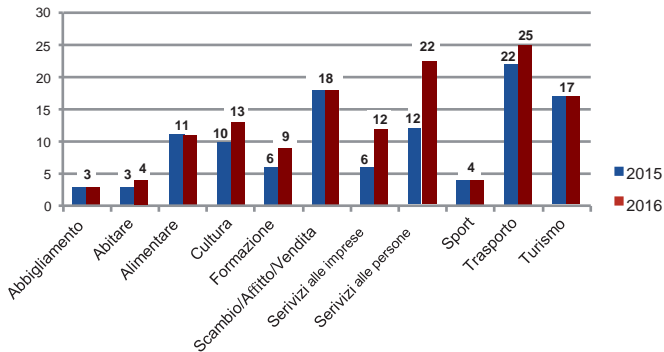
Piattaforme in crescita (+10%) ma alta mortalità



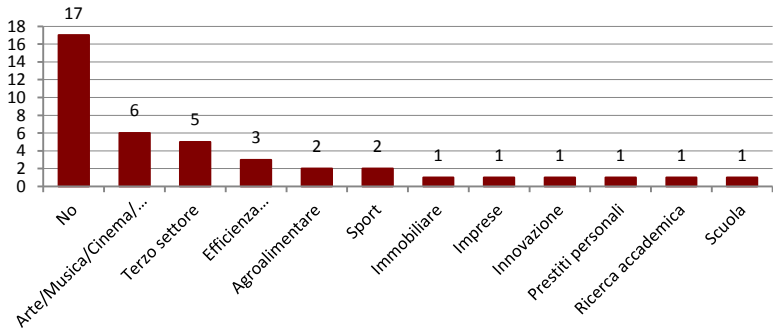
Delle 118 piattaforme di sharing censite nel 2015, 13 (l'11%) risultano ad oggi inattive

Delle 68 piattaforme crowdfunding del 2015, 17 (il 25%) risultano ad oggi inattive.

Sharing: crescono servizi alle imprese e alle persone, cultura e trasporti



Crowdfunding: tendenza alla verticalizzazione

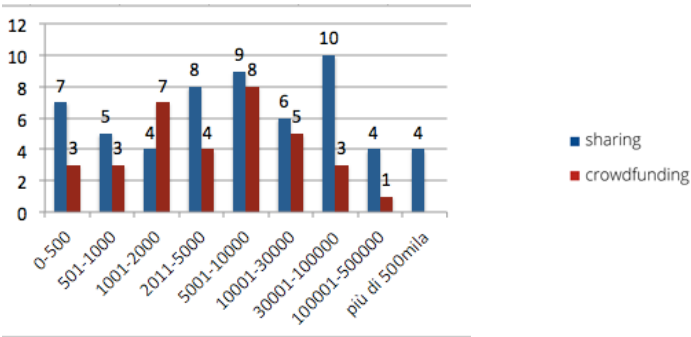


Crowdfunding: diminuiscono le piattaforme Reward (da 31 a 23) e crescono le piattaforme Equity (da 13 a 18).

Il crowdfunding italiano: sociale, culturale e civico

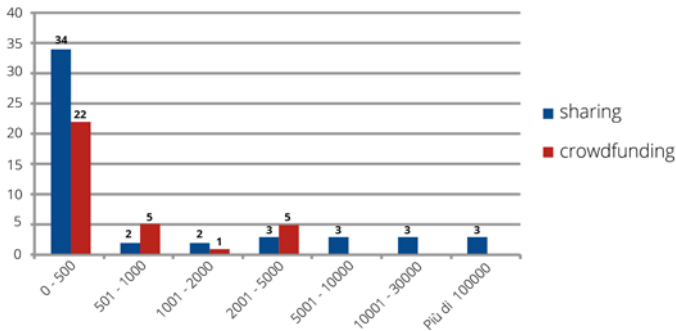
Sociali	23,0
Business	22,4
Culturali	22,2
Ricerca scientifica e medica	10,7
Civico	7,6
Altro	15,5

Gli utenti della community crescono, ma non abbastanza (dati in %)



Nel 2015 il 20% delle piattaforme sharing raggiungeva più di 30mila utenti, ora sono il 31%
Nel 2015 solo il 35% delle piattaforme di crowdfunding raggiungeva più di
1.000 finanziatori/donatori, ora l'82%.

Transazioni in un mese: poche piattaforme attive



Mediamente, gli utenti utilizzano le piattaforme sharing per l'83% via internet e per il 17% via app; le piattaforme crowd per l'91% via internet e per il 9% via app.

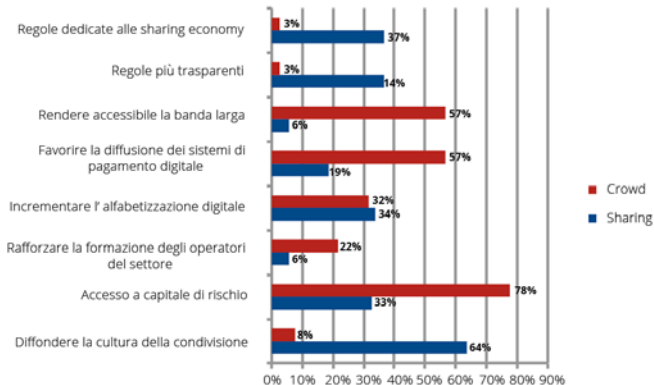
Crowdfunding: cresce il valore complessivo dei progetti finanziati (+ 45%)

	2015	2016
N. progetti ricevuti	100.924	105.264
N. progetti pubblicati	21.381	23.510
N. progetti finanziati senza aver raggiunto il goal	2.721	2.999
N. progetti finanziati almeno al 100%	6.382	7.690
Valore complessivo progetti finanziati	56.782.740	67.361.867
Tasso di successo	30%	33%

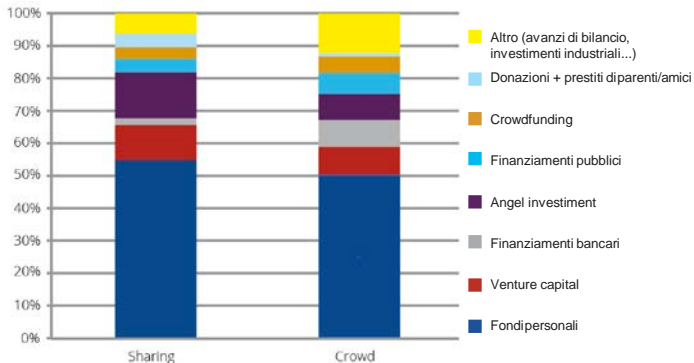
Crowdfunding: crescono i modelli ibridi

<i>Modello</i>	<i>2015</i>	<i>2016</i>
Donation	1.356.410	4.186.058
Reward	7.104.340	6.620.225
Reward+Donation	3.630.034	8.930.802
Social lending	43.054.324	43.993.324
Equity	1.637.631	3.631.458
<i>Totale</i>	<i>56.782.740</i>	<i>67.361.867</i>

Le leve per la competitività: capitale di rischio e cultura della condivisione

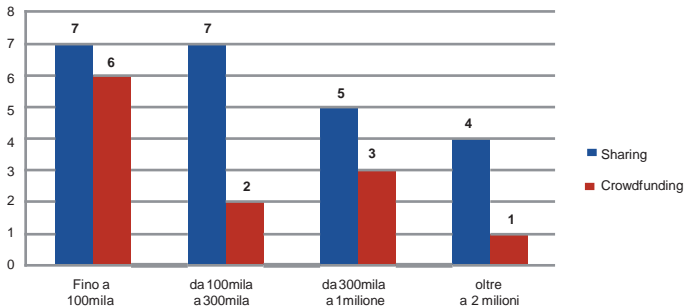


Fonti di finanziamento: prevalgono i fondi personali



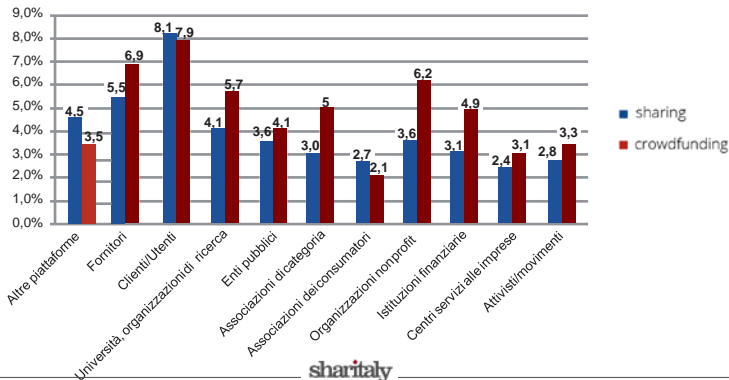
Il 46% delle piattaforme sharing e il 35% delle piattaforme crowd (ma erano il 54% nel 2015) sono state finanziate esclusivamente con fondi personali.

Fonti di finanziamento esterne: il valore



L'ecosistema è debole

Valuta da 1 a 10 la frequenza dei rapporti con:



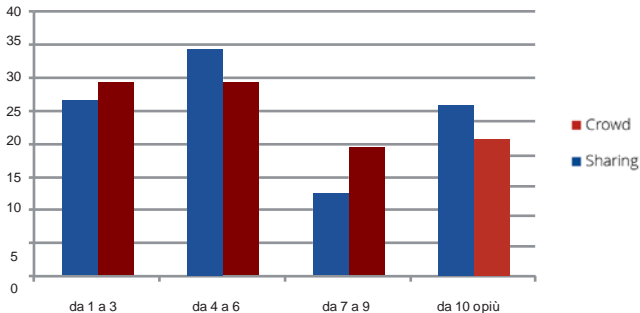
The background features a network of light gray dashed lines connecting various colored circular nodes. The nodes are scattered across the page in colors including blue, cyan, green, orange, light green, yellow, gray, light blue, and pink.

IMPATTO SULL'OCCUPAZIONE

Profilo dei fondatori: uomini, laureati, con esperienza

- 82% sharing e 71% crowd sono uomini
- Età media 39 anni
- 76% sharing e 82% crowdfunding laureati
- Con precedenti esperienze imprenditoriali: 39% sharing e 43% crowd ha fondato altre aziende, 51% sharing e 47% crowd le ha gestite

In media, lavorano 6 persone per piattaforma



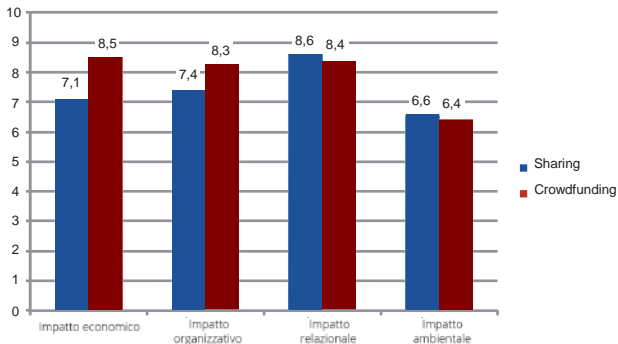
Escludendo le 3 grandi piattaforme sharing con più di 15 collaboratori, mediamente, lavorano per ciascuna piattaforma 6 persone, di cui:

- Lavoratori dipendenti: 2,4 sharing e 3 crowd
- Donne: 2,2 sharing e 1,8 crowd
- Under 35: 3,5 sharing e 2,7 crowd
- Stranieri: 0,4 sharing e 0,1 crowd



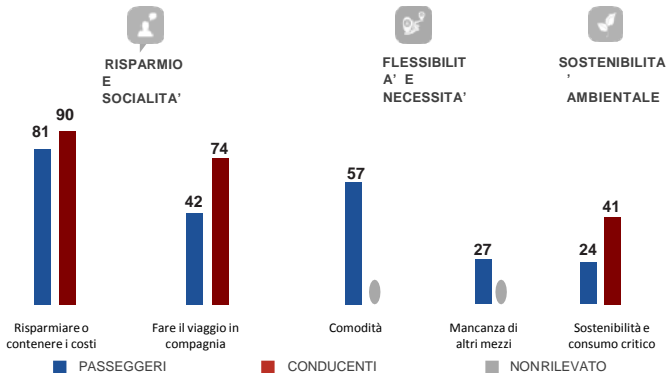
IMPATTO RELAZIONALE E AMBIENTALE

Impatto delle piattaforme: prevale quello relazionale



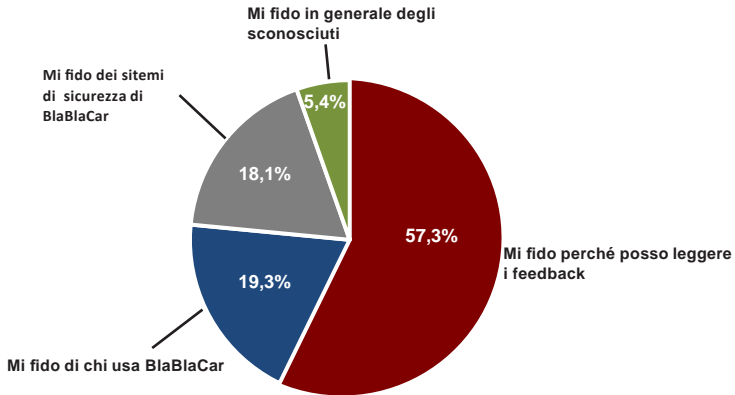
Nella sharing: impatto economico ed organizzativo più forti nei servizi alla persona, relazionale nei trasporti e nel turismo, ambientale nello scambiobeni

La ricerca BlaBlaCar: risparmio e la socialità viaggiano assieme



D: Quali sono i motivi per cui BlaBlaCar? (max 3 risposte) Dato percentuale

BlaBlaCar e la fiducia nella community



Relazioni che continuano dopo il viaggio in auto



Ho viaggiato di nuovo
insieme tramite BlaBlaCar



Sono diventato
amico su Facebook



Sono diventato amico di
una o più persone conosciute
in viaggio

D: Sei rimasto in contatto con qualcuno conosciuto con BlaBlaCar?
(Sono possibili più risposte) Dato percentuale

Rete del Dono: oltre la prossimità

- **Prossimità sociale:**

- 27% dona senza essere stato invitato a farlo:

- non conosce direttamente i beneficiari ma ne ha sentito parlare

- 22% dona per persone di cui non aveva mai sentito parlare: invitati a donare da amici e parenti

- **Prossimità geografica:**

- 44% dona per progetti fuori dalla sua regione; usa i social network per informarsi

- **Prossimità digitale:**

- 51% è in contatto diretto con i beneficiari attraverso i social network

The background features a network of light gray dashed lines connecting various colored circular nodes. The nodes are scattered across the page in colors including blue, cyan, green, orange, light green, yellow, gray, light blue, and pink.

IMPATTO SULLE POLITICHE

Le politiche auspiccate: regimi di favore e distinzione tra operatori professionali e non

La regolamentazione sul crowdfunding equity è efficace

La sharing economy / il Crowdfunding non equity dovrebbe godere di un regime giuridico di favore

La sharing economy / il Crowdfunding non equity dovrebbe godere di un regime fiscale di favore

Sarebbe utile avere un registro degli operatori (anche non professionali) / dei progettisti delle campagne di crowdfunding

Sarebbe utile avere un registro delle piattaforme sharing / crowdfunding non equity

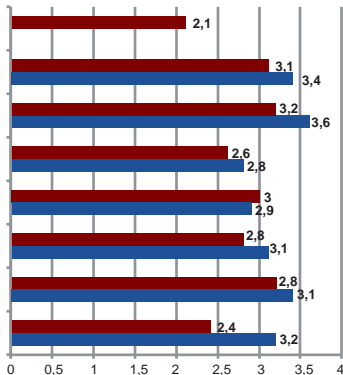
Le piattaforme dovrebbero autoregolarsi (per es. tramite un codice etico)

E' importante distinguere tra operatori professionali e non professionali

La sharing economy / il crowdfunding non equity ha bisogno di una legge dedicata

■ Sharing

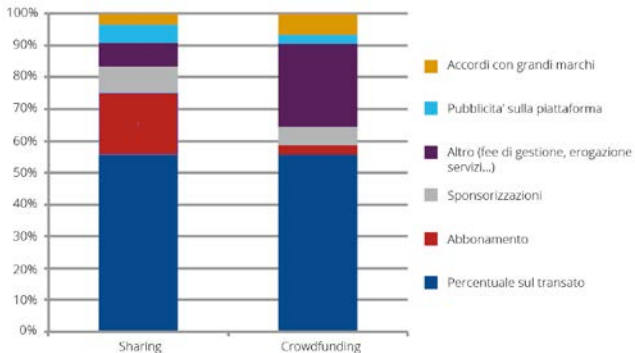
■ Crowdfunding



The background features a network of interconnected nodes and dashed lines. The nodes are represented by small colored circles in various colors: blue, cyan, green, orange, grey, light blue, yellow, and pink. The dashed lines are light grey and form a complex web of triangles and polygons across the entire page.

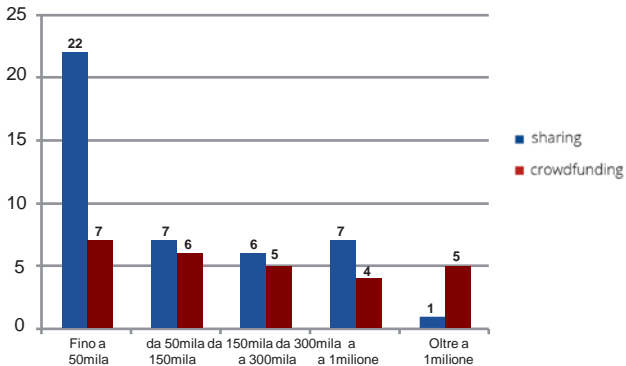
IMPATTO ECONOMICO

Canali di revenue: prevale la percentuale sul transato

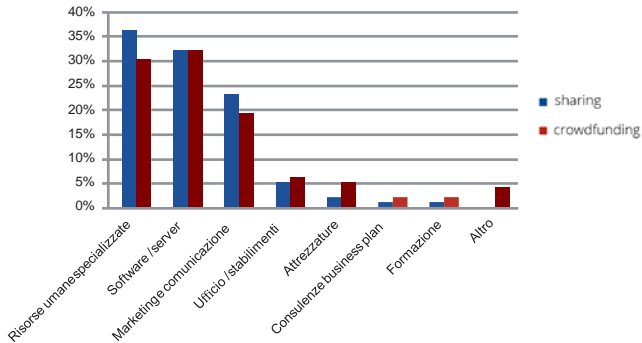


Il 36% delle piattaforme sharing e il 40% delle crowd utilizzano esclusivamente la percentuale sul transato

Si investe poco



e solo su risorse umane e tecnologiche



Conclusioni

- Le piattaforme italiane sono ancora immature
- I fondatori dichiarano una forte attenzione alla dimensione relazionale delle piattaforme
- Scarsa implementazione di misurazioni di impatto
- Dalle ricerche effettuate (BlaBlaCar e Rete del Dono):
le piattaforme che hanno incorporato la dimensione relazionale nel loro modello di servizio riescono a incidere sul capitale sociale degli utenti