

Sharing Economy

Federico Capeci - Chief Digital Officer e CEO,
KANTAR TNS Italy

 @FedericoCapeci

Sharitaly - Milano, 15 Novembre 2016



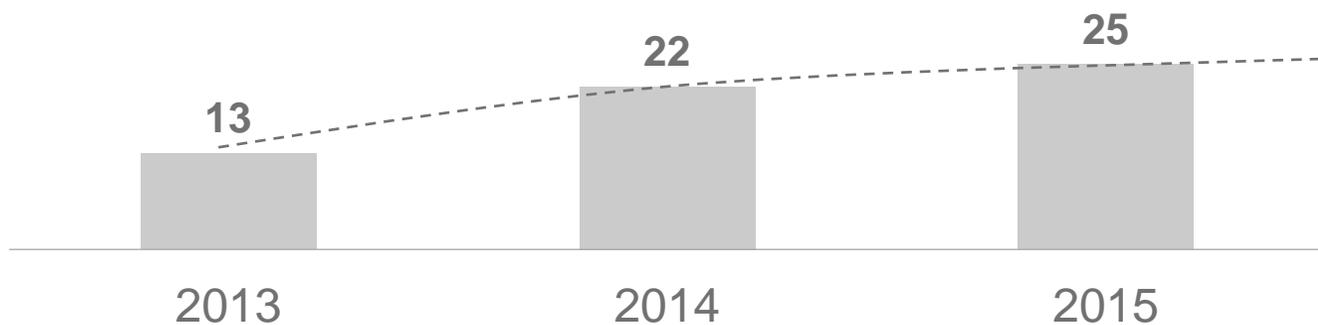
La Sharing Economy secondo la nostra ricerca

«Quei servizi che mettono direttamente in contatto **persone con altre persone**, spesso utilizzando il **web**, e che permettono di scambiare, condividere, affittare o anche vendere direttamente prodotti, beni, competenze **che ciascuno possiede.**»

La penetrazione dei servizi di sharing in Italia



Valori %

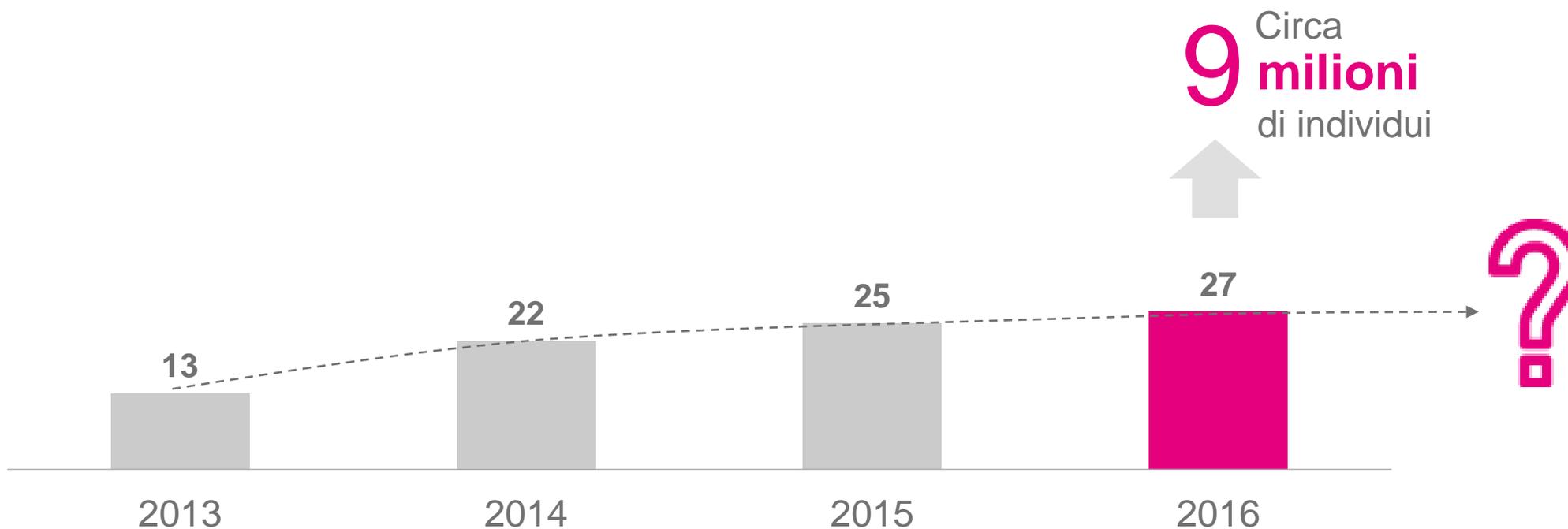


DOM: Parliamo di quelli che sono chiamati servizi di sharing, cioè di quei servizi che mettono in contatto direttamente le persone, spesso utilizzando il web, e che permettono di scambiare, condividere, affittare o anche vendere prodotti, servizi, competenze. Ha mai usato questi servizi? - BASE: Totale rispondenti - FONTE: Eurobarometro 348/2016 – Studio KANTAR TNS 2015 - Sharitaly Collaboriamo 2013-2014

La penetrazione dei servizi di sharing in Italia



Valori %

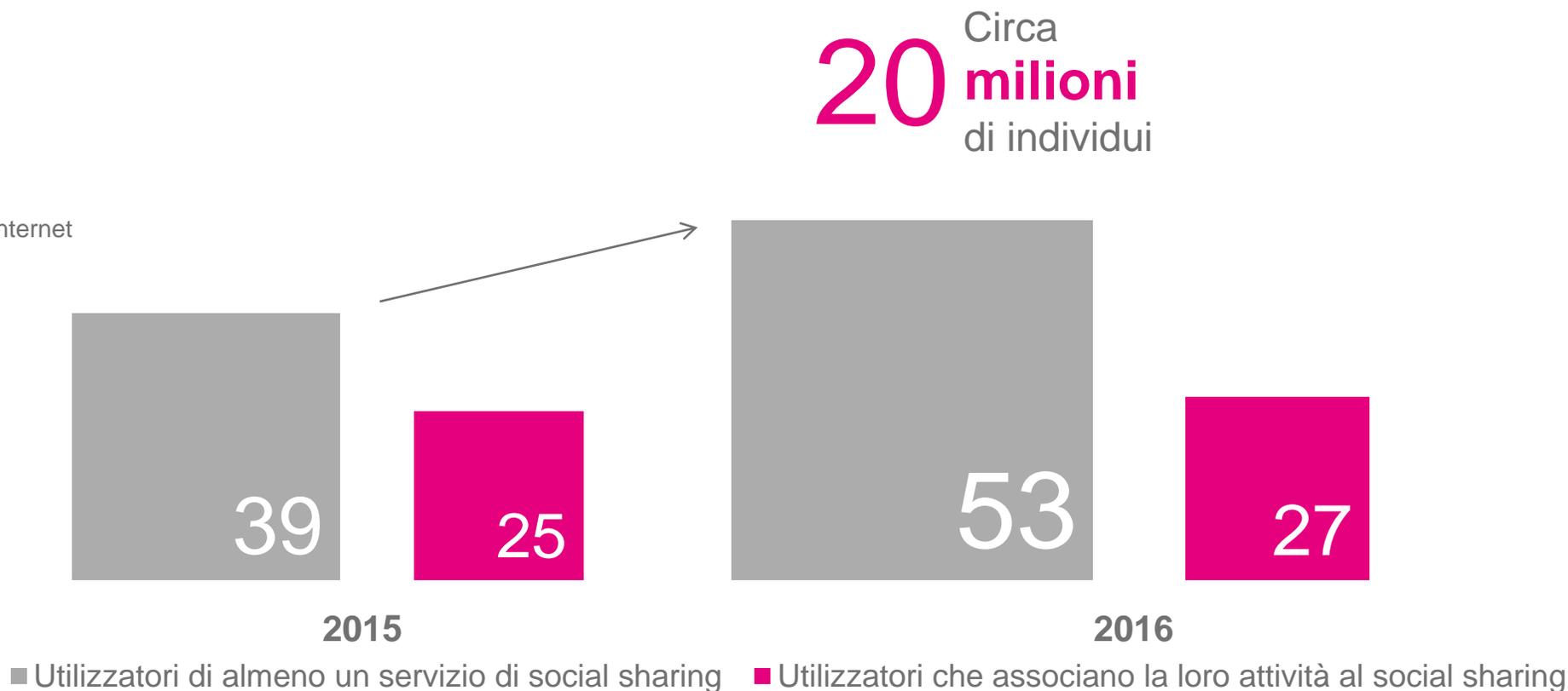


DOM: Parliamo di quelli che sono chiamati servizi di sharing, cioè di quei servizi che mettono in contatto direttamente le persone, spesso utilizzando il web, e che permettono di scambiare, condividere, affittare o anche vendere prodotti, servizi, competenze. Ha mai usato questi servizi? - BASE: Totale rispondenti - FONTE: Eurobarometro 348/2016 - Studio KANTAR TNS 2015 - SharItaly Collaboriamo 2013-2014

Quando elenchiamo i diversi servizi di sharing disponibili sul mercato...



Valori % - base utenti internet

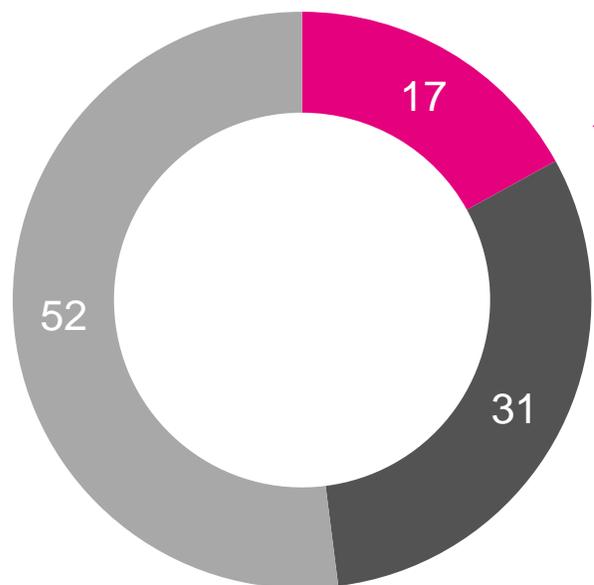


DOM: Parliamo di quelli che sono chiamati servizi di sharing, cioè di quei servizi che mettono in contatto direttamente le persone, spesso utilizzando il web, e che permettono di scambiare, condividere, affittare o anche vendere prodotti, servizi, competenze. Ha mai usato questi servizi?

DOM: Qui sotto, può trovare una lista di servizi di sharing. Può dire cortesemente quali di questi servizi ha usato via piattaforma web o via app? (per favore, non consideri la condivisione fra individui senza l'utilizzo di piattaforme dedicate) - BASE: Totale rispondenti - FONTE: Eurobarometro 348 – Studio KANTAR TNS

Conoscenza e uso dei servizi di sharing in Italia (base popolazione)

Valori %



27%
Internet population

■ Ha utilizzato i servizi di queste piattaforme

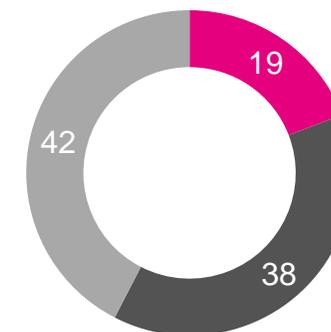
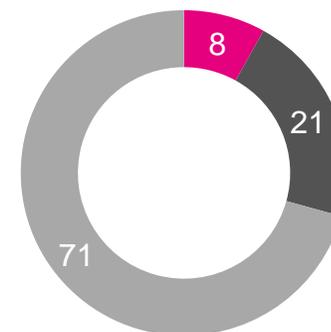
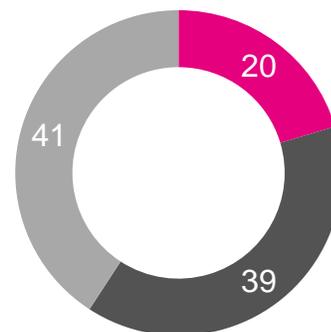
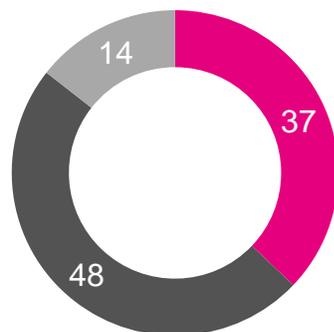
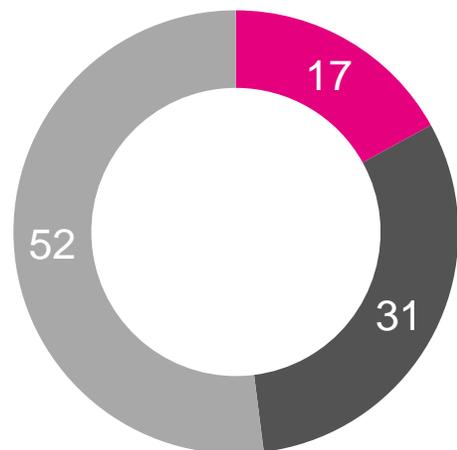
■ Non ha mai sentito parlare di queste piattaforme

■ Ha sentito parlare di queste piattaforme ma non le ha mai utilizzate

DOM: Quali, fra le seguenti esperienze, ha avuto con le piattaforme collaborative? BASE: Totale rispondenti – I dati sono stati ponderati sugli utilizzatori di internet - SOURCE: Eurobarometer 438

La penetrazione dei servizi nei Paesi EU-5

Valori % - base popolazione



■ Ha utilizzato i servizi di queste piattaforme

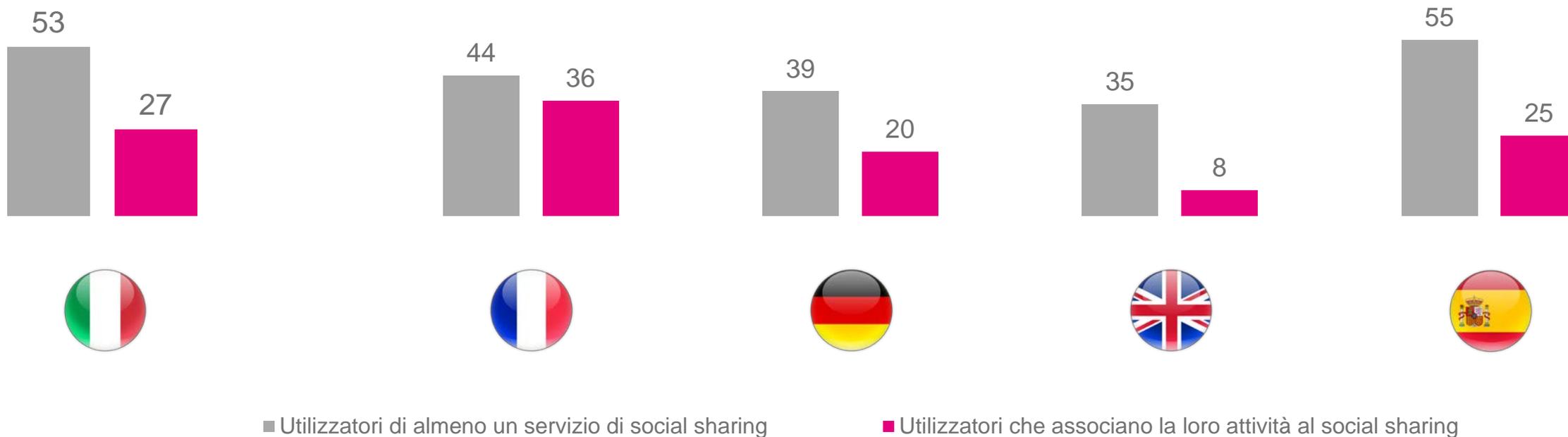
■ Ha sentito parlare di queste piattaforme ma non le ha mai utilizzate

■ Non ha mai sentito parlare di queste piattaforme

DOM: : Quali, fra le seguenti esperienze, ha avuto con le piattaforme collaborative? BASE: Totale rispondenti - FONTE: Eurobarometro 438

L'Italia conduce tra i Top 5 Europei per uso dei servizi di sharing

Valori % - base utenti internet

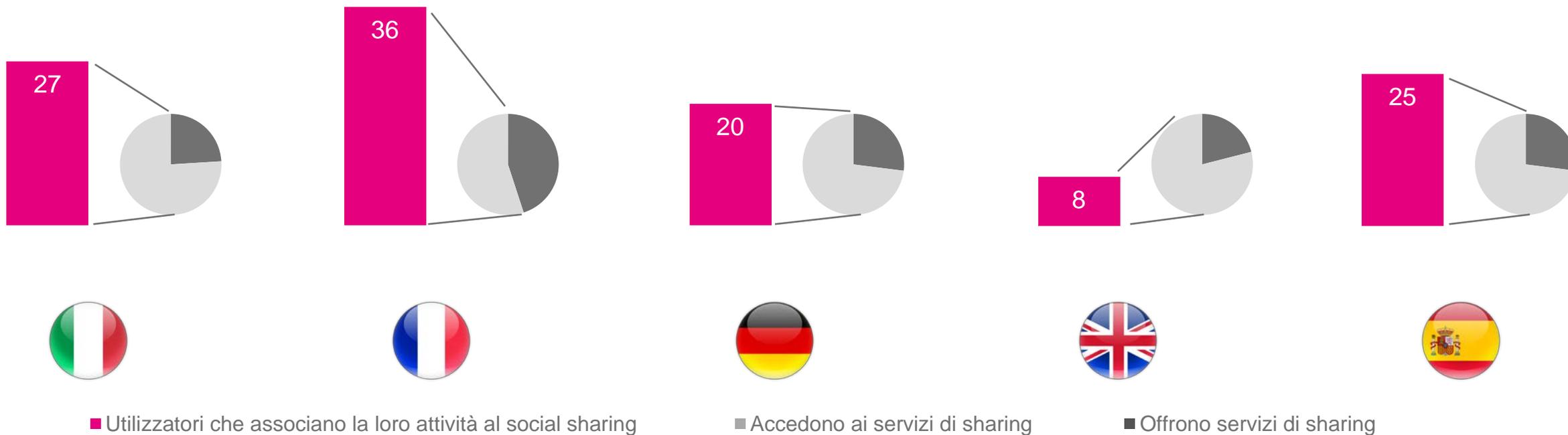


DOM: Parliamo di quelli che sono chiamati servizi di sharing, cioè di quei servizi che mettono in contatto direttamente le persone, spesso utilizzando il web, e che permettono di scambiare, condividere, affittare o anche vendere prodotti, servizi, competenze. Ha mai usato questi servizi?

DOM: Qui sotto, può trovare una lista di servizi di sharing. Può dire cortesemente quali di questi servizi ha usato via piattaforma web o via app? (per favore, non consideri la condivisione fra individui senza l'utilizzo di piattaforme dedicate) - BASE: Totale rispondenti - FONTE: Eurobarometro 348 - Studio KANTAR TNS

Per ogni utente che offre, 3 usano... in Francia molti più offerenti in campo. La partecipazione all'offerta fa la "vera" Sharing Economy

Valori %



DOM: Ha mai utilizzato/offerto servizi su queste piattaforme? - BASE: Rispondenti che conoscono i servizi di sharing - FONTE: Eurobarometer 348

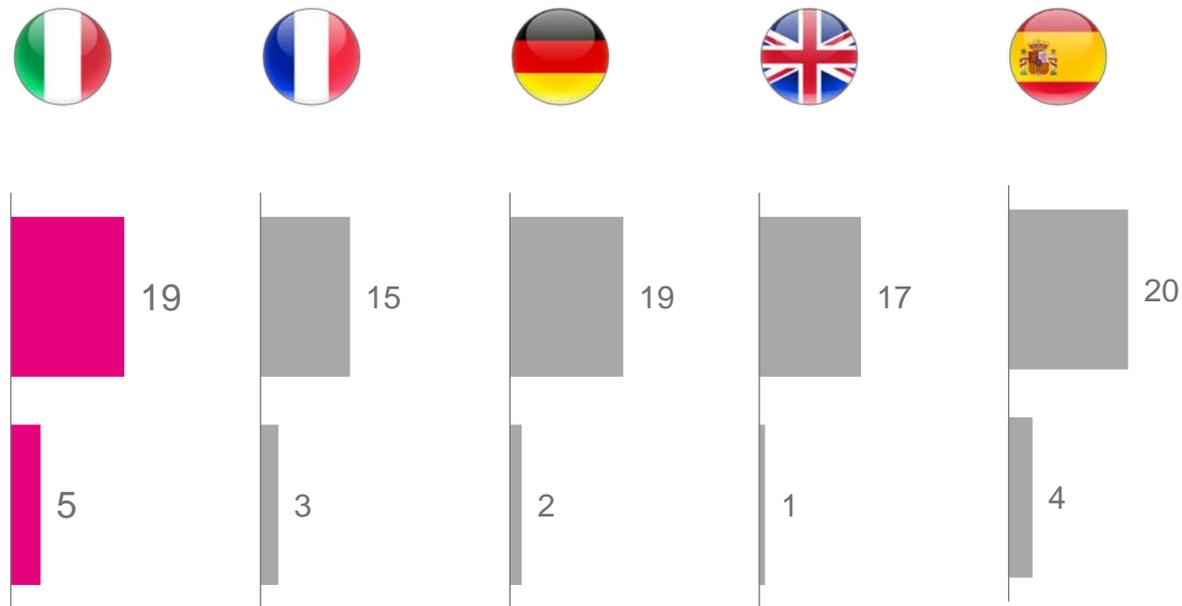
L'industria dell'entertainment e culturale è molto impattata

Valori %



Servizi di intrattenimento,
streaming, film, musica

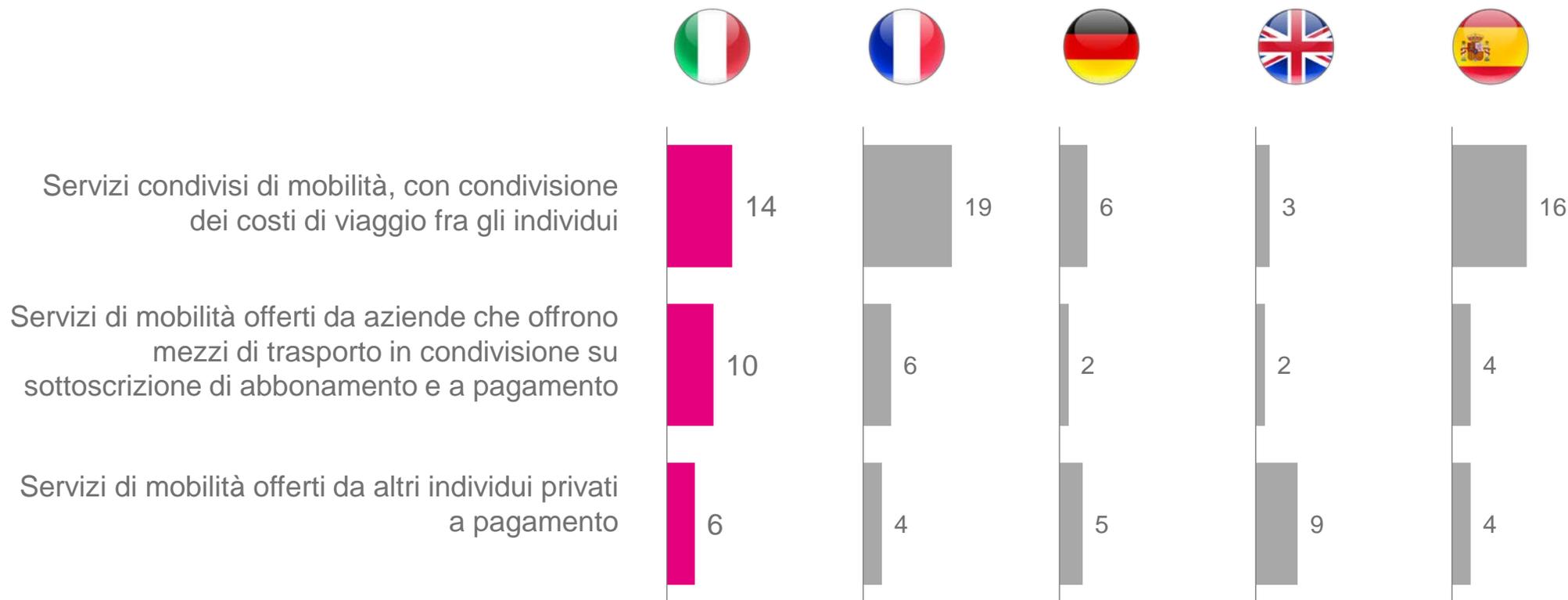
Servizi culturali, condivisione di
libri, lezioni accademiche online



DOM: Qui sotto, può trovare una lista di servizi di sharing. Può dire cortesemente quali di questi servizi ha usato via piattaforma web o via app? (per favore, non consideri la condivisione fra individui senza l'utilizzo di piattaforme dedicate) - BASE: Totale rispondenti - FONTE: Studio KANTAR TNS

I servizi di mobilità oggi sono usati da circa 4-5 milioni di persone

Valori %



DOM: Qui sotto, può trovare una lista di servizi di sharing. Può dire cortesemente quali di questi servizi ha usato via piattaforma web o via app? (per favore, non consideri la condivisione fra individui senza l'utilizzo di piattaforme dedicate) - BASE: Totale rispondenti - FONTE: Studio KANTAR TNS

Numeri interessanti (dai 2 ai 4 milioni) anche per servizi di accoglienza e food

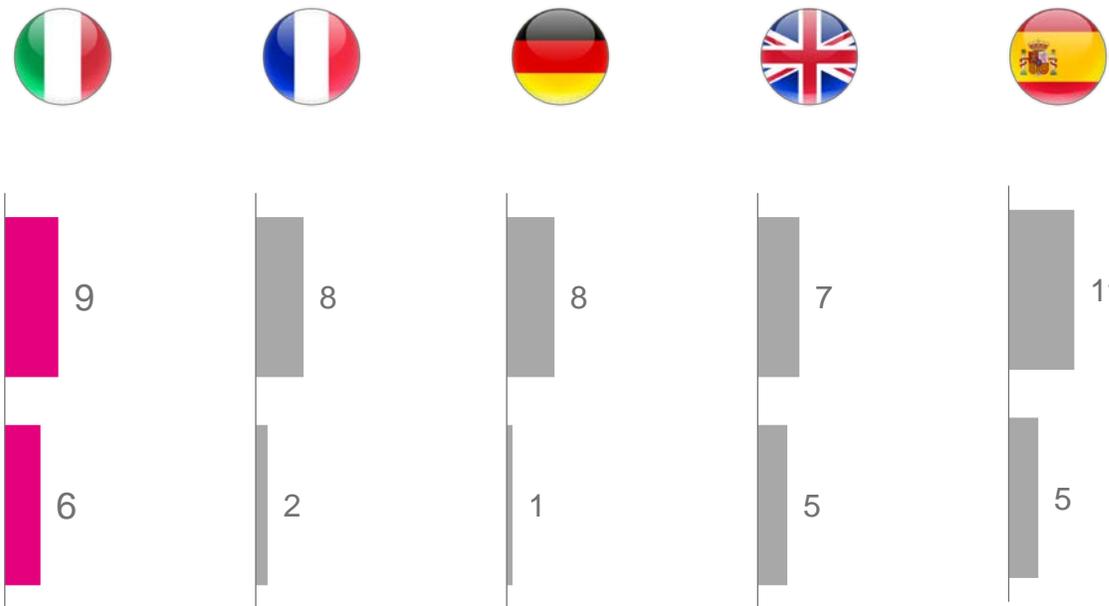
Valori %



Servizi di alloggio (non affitto standard)
per stanze o case private



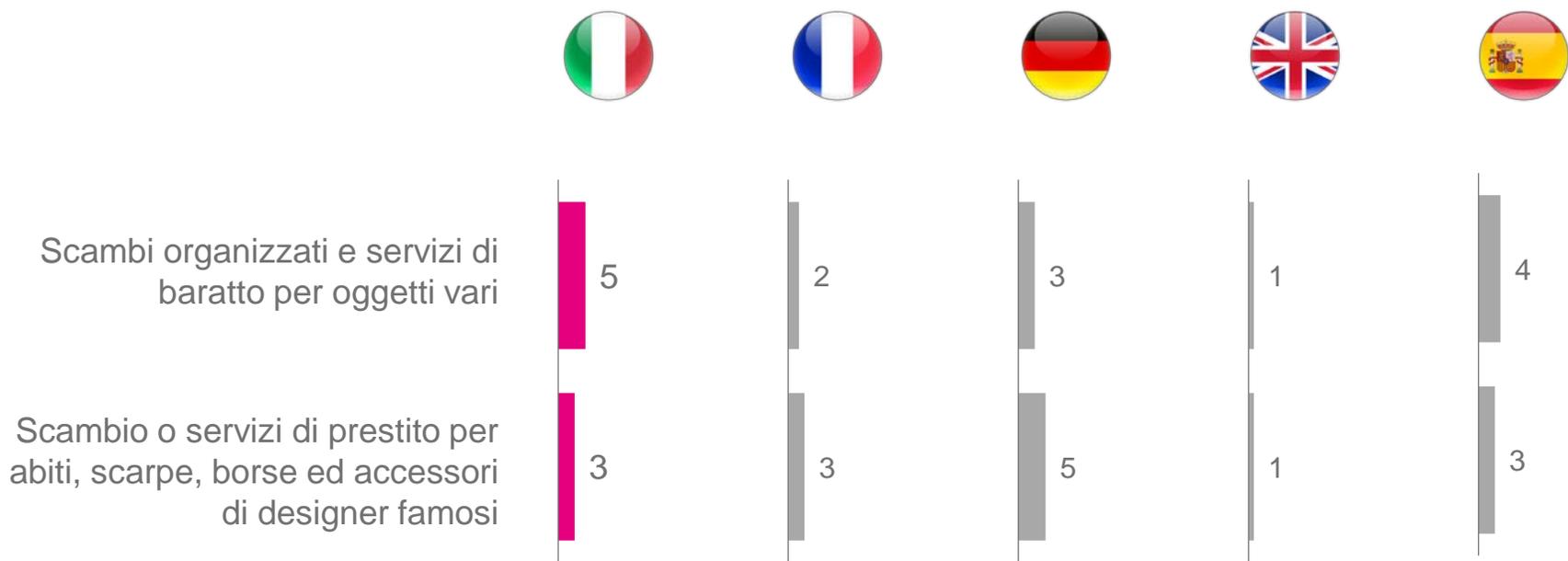
Servizi legati al cibo/ social eating



DOM: Qui sotto, può trovare una lista di servizi di sharing. Può dire cortesemente quali di questi servizi ha usato via piattaforma web o via app? (per favore, non consideri la condivisione fra individui senza l'utilizzo di piattaforme dedicate) - BASE: Totale rispondenti - FONTE: Studio KANTAR TNS

Impatto sugli altri tipi di servizi è ancora di nicchia

Valori %



DOM: Qui sotto, può trovare una lista di servizi di sharing. Può dire cortesemente quali di questi servizi ha usato via piattaforma web o via app? (per favore, non consideri la condivisione fra individui senza l'utilizzo di piattaforme dedicate) - BASE: Totale rispondenti - FONTE: Studio KANTAR TNS

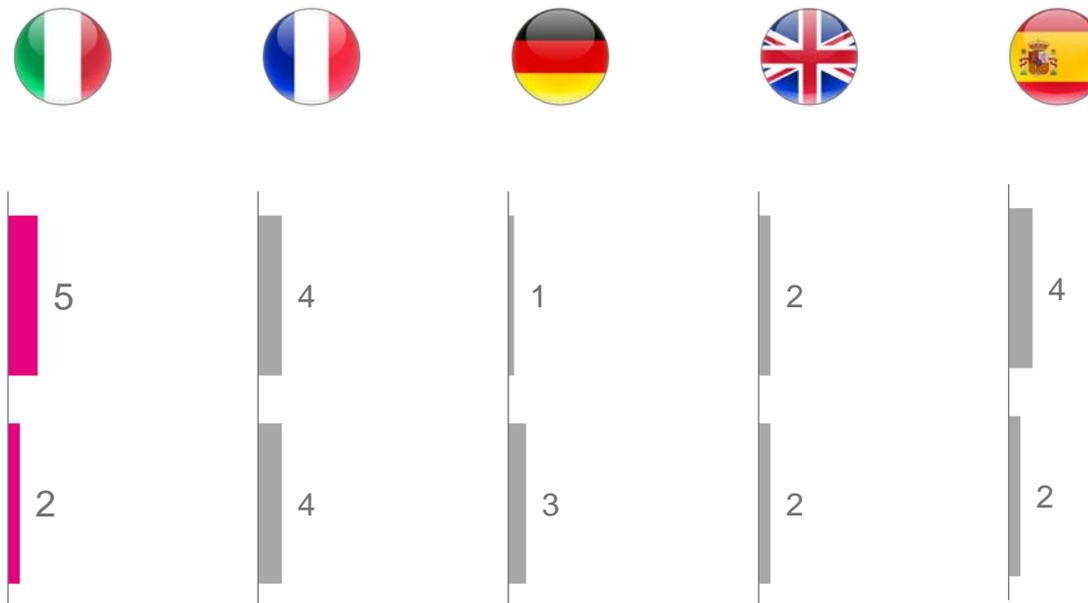
Circa 2 milioni di persone hanno partecipato a sharing di tipo finanziario

Valori %



Servizi di fundraising per progetti specifici, senza sponsorizzazione di aziende e società no-profit

Servizi di Social lending, prestito peer to peer



DOM: Qui sotto, può trovare una lista di servizi di sharing. Può dire cortesemente quali di questi servizi ha usato via piattaforma web o via app? (per favore, non consideri la condivisione fra individui senza l'utilizzo di piattaforme dedicate) - BASE: Totale rispondenti - FONTE: Studio KANTAR TNS

Altri settori molto limitati ancora

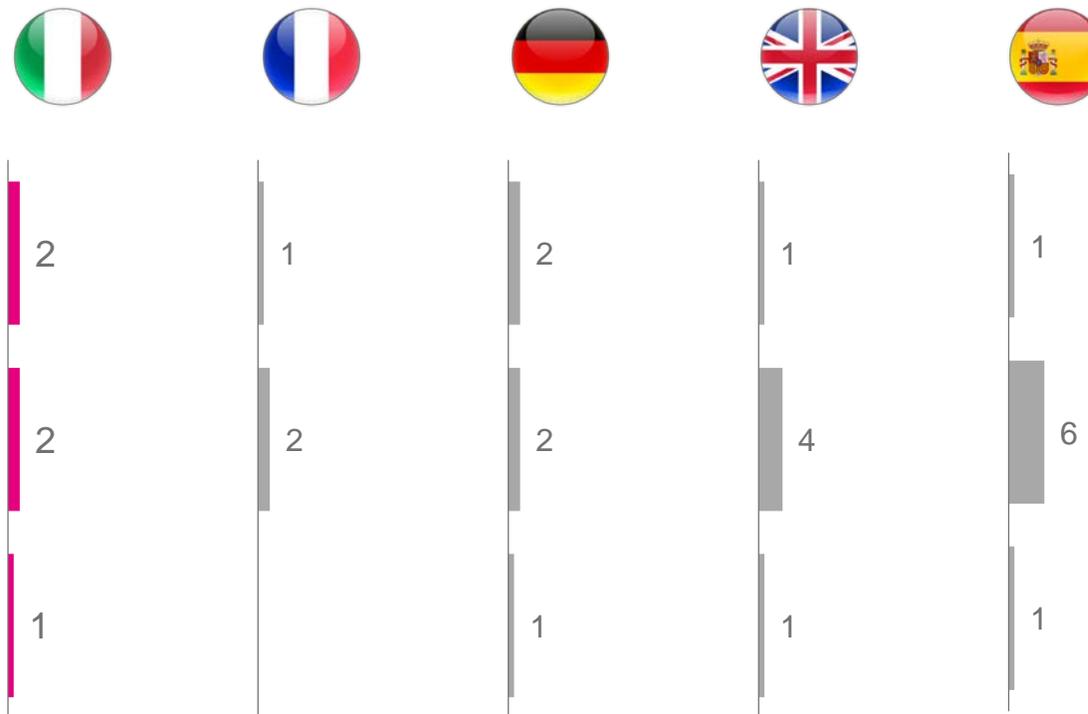
Valori %



Servizi e piattaforme per raccolta di informazioni e scambio di idee orientate a progetti condivisi

Offrire o ricevere servizi professionali

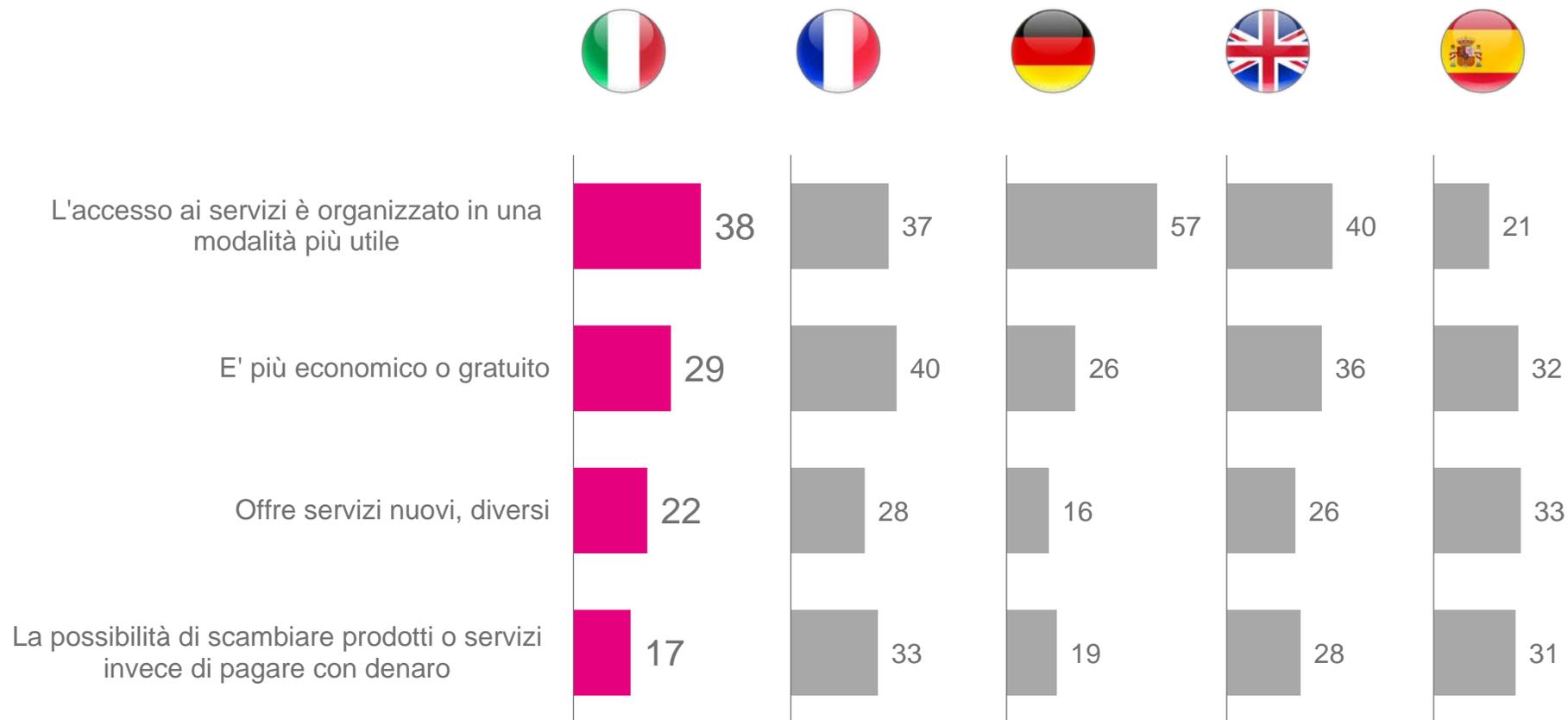
Offrire o ricevere servizi orientati allo sport



DOM: Qui sotto, può trovare una lista di servizi di sharing. Può dire cortesemente quali di questi servizi ha usato via piattaforma web o via app? (per favore, non consideri la condivisione fra individui senza l'utilizzo di piattaforme dedicate) - BASE: Totale rispondenti - FONTE: Studio KANTAR TNS

Il principale motivo di partecipazione alla sharing economy è di tipo concreto.

Valori %

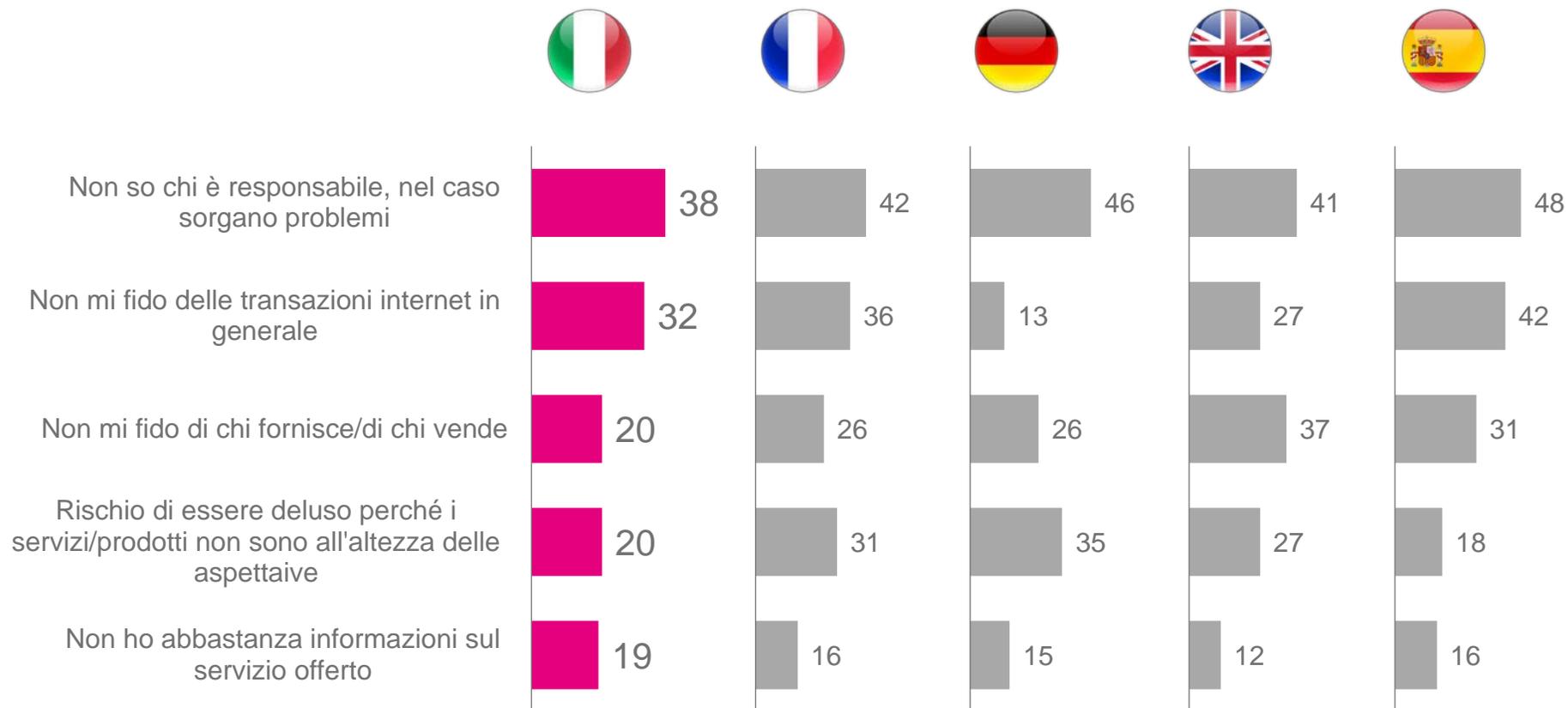


Rispetto al commercio tradizionale di beni e servizi, quali pensi che siano i principali vantaggi per gli utenti di questo tipo di piattaforme?

BASE: Respondenti che conoscono i servizi di sharing - FONTE: Eurobarometro

E la prima barriera risiede (ancora) nel trust, trasversalmente ai Paesi

Valori %



Rispetto al commercio tradizionale di beni e servizi, quali pensi che siano le principali barriere per gli utenti di questo tipo di piattaforme?

BASE: Respondenti che conoscono I servizi di sharing - FONTE: Eurobarometro

Cos'è oggi la Sharing Economy



Cresce la Sharing Economy in Italia, ma di cosa si tratta?

- Siamo oramai giunti al capolinea della definizione originaria.
- Dobbiamo infatti approcciare gli studi, le considerazioni sociali ed economiche in modo più allargato o almeno riconoscerne le **differenti componenti fondative**.

- Forse per questo i dati sulla sharing economy hanno sapore diverso a seconda della prospettiva dalla quale li si guardano:
 - ✓ da un lato la sharing economy sembra **non crescere** rispetto al passato
 - ✓ dall'altro lato la dimensione dell'uso di **servizi specifici di sharing è ben più alta ed in crescita** (dal 39% dell'anno scorso al 53% di quest'anno).



Cresce la vendita **intermediata** di servizi basati sulla condivisione di una proprietà tra più utenti. Non cresce **l'economia della condivisione** (Collaborative Economy) nel senso più stretto, che vede una relazione diretta tra pari per la generazione di valore aggiunto a partire da un bene originariamente acquistato per uso proprio (**e utilizzato per quello**).

Rischio di perdita del concetto originario, che prevedeva 3 motivazioni di base:

- il desiderio di condivisione di esperienza
- un certo senso etico e di anti-consumismo
- l'imprenditorialità.

Motivazioni attuali prevalenti:

- comodità
- risparmio economico

Fenomeno più presente nelle categorie di beni e servizi in cui vi è stato un ingresso deciso di realtà economiche/commerciali che hanno adottato la «sharing» come proprio modello di business

Il futuro della Sharing Economy

Quali rischi e opportunità?

- Il **rischio** più evidente è quello di **banalizzare** il vero senso sociale di questo nuovo paradigma economico: se viene percepito dagli utenti come “semplice” servizio alternativo ai quelli più canonici, tenderà a non sfruttare appieno le potenzialità dei nuovi ed emergenti trend sociali e di consumo.
- In termini di **opportunità** si intravede un più concreto spiraglio per l’adesione a questo nuovo modello del **mondo imprenditoriale**, se le aziende di beni e di servizi sapranno **interpretare al meglio la trasformazione dei propri modelli di business**.

Come?

- Decidendo, per esempio, cosa condividere e dare in uso ai propri consumatori: un expertise specifica, un impianto produttivo, un packaging, una competenza di comunicazione? Gli esempi possono essere migliaia, ma l’idea di base rimane la stessa: **e se l’impresa**, come i cittadini, **iniziasse a condividere i propri beni e asset industriali con i propri consumatori?**

Metodologia

Studio KANTAR TNS



900 interviste in ogni Paese rappresentative della popolazione internet



- Uomini e donne



- Età superiore ai 15 anni



- Interviste online su panel **LiGHTSPEED**

Flash Eurobarometro 438



500 interviste in ogni Paese rappresentative della popolazione nazionale



- Uomini e donne



- Età superiore ai 15 anni



- Interviste telefoniche
- I dati sono stati ponderati sugli utilizzatori di internet per i paesi con penetrazione Internet inferiore all'85%

KANTAR TNS

Grazie!

Federico Capeci

Chief Digital Officer e CEO Italy, KANTAR TNS

Federico.Capeci@kantar.com



@FedericoCapeci