

L'ANALISI

Un modello orizzontale: al centro l'esperienza

Michele Costabile e Alba D'Aniello*

l'economia della condivisione, meglio nota come sharing economy, è un nuovo modello economico, declinabile sia a livello imprenditoriale (*business model*), sia di mercato (*market model*). Il presupposto di tale modello è la valorizzazione dell'accesso condiviso a beni e servizi – accesso fra pari (*peer-to-peer* o P2P) – grazie alle tecnologie di rete e alle piattaforme e alle connesse app per sviluppare e gestire community online. In una prospettiva di crescita sostenibile, le tecnologie, digitali *in primis*, consentono di sfruttare le risorse materiali mettendo in contatto diretta domanda e offerta di beni e servizi, favorendo tanto la personalizzazione delle esperienze di consumo, quanto la migliore valorizzazione delle risorse, minimizzando le intermediazioni. In settori come i trasporti e la mobilità, l'ospitalità e più in generale il turismo, ma anche l'edilizia, la produzione industriale o il tempo libero, la sharing economy ha accresciuto significativamente gli scambi fra pari e fra consumatori (*consumer-to-consumer*) e di conseguenza la sostenibilità ambientale e sociale di molti mercati.

Allo stesso tempo, il radicale cambio di mentalità attribuito alle giovani generazioni (i cosiddetti millenials e gen Z), ma in realtà condiviso da alcuni cluster di consumatori omogenei sotto il profilo culturale e dello stile di vita, ha visto affermarsi la domanda dell'uso strumentale rispetto al possesso simbolico per molti prodotti e quindi un crescente dominio delle esperienze e delle logiche di "servizio" *lato sensu in-*

tese. Ciononostante, ci sono ancora ampi margini di penetrazione per la sharing economy. Si pensi che ancora oggi nel settore dei trasporti il 75% delle automobili in circolazione (circa 1 miliardo) è gestita da una sola persona "proprietaria", con una media di utilizzo del parco circolante che si attesta sul 5% del tempo totale di circolazione.

I benefici ambientali, sociali ed economici della condivisione sono riscontrabili con diversi modelli (per esempio il *second hand*, oltre al *time-renting*), in moltissimi mercati (dall'housing alla moda), anche se i trasporti e la mobilità sono di gran lunga il mercato in cui la sharing economy ha sinora registrato la maggiore penetrazione.

Sono numerosi, come accennato, i mercati che beneficiano del modello di economia condivisa. Si pensi alle tante piattaforme che consentono di vendere prodotti di abbigliamento e accessori usati ovvero di noleggiare vestiti e accessori. Rent the Runway è una delle imprese più "giovani" che consente agli utenti di noleggiare o acquistare abbigliamento e accessori da oltre 700 designer. Mentre nel *second hand* degli accessori di lusso si sta affermando in tutta Europa, con un hub a Milano e uno a Londra, Lampoo.

È evidente, insomma, che il contenuto simbolico-emozionale del consumo si stia trasferendo dal possesso all'esperienza, fermo restando la forte e crescente domanda di autenticità e di unicità che, tuttavia, non solo per forza connessi al possesso dei beni.

*Ordinario di Marketing Università [Luiss](#)
e PhD Candidate, Università [Luiss](#)

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il libro.

Questo testo è tratto dal volume "Marketing Management" - XVI Edizione, di Kotler, Keller, Chernev, Ancarani e Costabile, edito da Pearson Italia e in uscita nel prossimo mese di settembre 2022