

VIAGGIO TRA LE ANIME NASCOSTE, NEGOZI E LOCALI DIVENTANO LUOGHI PER LE NUOVE COMUNITÀ URBANE

M. Mainieri - A. Oliva

8 luglio 2020

DAL 2013 MONITORIAMO,
RICERCHIAMO E PROMUOVIAMO

L'ECONOMIA COLLABORATIVA E LE SUE PRATICHE

SCOPRI DI PIU'

MAPPATORIO
PIATTAFORME
COLLABORATIVE
2017

M. Marini (Collaboriamo)

collaboriamo

progettiamo servizi e diffondiamo cultura per un'economia
collaborativa



**PLATFORM &
COMMUNITY
DESIGN**



**DIGITAL FOR
SOCIAL
INNOVATION**



**OPEN
INNOVATION**



www.collaboriamo.com



Collaboriamo



info@collaboriamo.org



Strumenti per supportare la nascita e la crescita delle COMMUNITY

un progetto a cura di

collaboriamo



iterazioni parallele

www.communitytoolkit.it
info@communitytoolkit.it

Con questo approccio ci siamo avvicinati al mondo del commercio

LA CULTURA CHE FA BUSINESS

Reinventare negozi e botteghe con passione e relazioni

COHUB | VICOLO CALUSCA 10F MILANO | 12 GIUGNO 2017 | ORE 19:00

cohub
MILANO





**LUNEDI
8 GIUGNO
ORE 21,00**



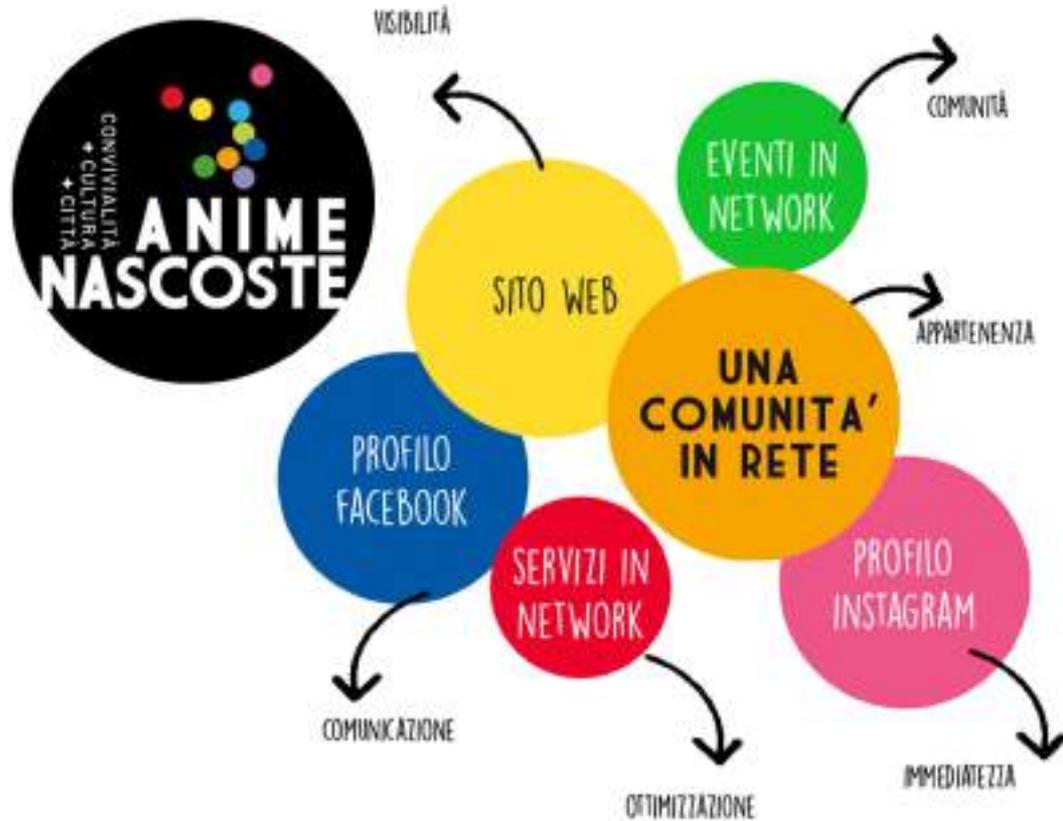
A CURA DI ALBERTO OLIVA

CHI SONO LE “ANIME NASCOSTE”



**COSA
SIGNIFICA
ESSERE
UN'ANIMA
NASCOSTA**





**STEFANO
ZOLI
HUG**



 hug

VIA VENINI, 83

**HUG
Milano**



TEIERA eclettica

LA TEIERA ECLETTICA
VIA MELZO 30

**DELIVERY
SOLIDALE
RIAPERTURA
AL PUBBLICO**



VIA CEVEDALE 3



**BIRRIFICIO
LA RIBALTA**

Birrificio la Ribalta



SABATO 27.6
MERCATO
CONTADINO
ORE 9.14



CASCINA CUCCAGNA
VIA CUCCAGNA 2/4

Cascina Cuccagna



VENERDI 19.6
MARY JANE
TRIO

CINEMA
Teatro Trieste

VIA A. PACINOTTI 6

Cinema

Teatro Trieste



**GIOVEDÌ
02 LUGLIO**
CENA CON IL
CANTASTORIE
LUCA
CHIEREGATO

DICOCIBO-VIA ANTONIO CECCHI 10

Dicocibo



DAVID
PONZECCHI
APRÈS-COUP

Après Coupe



7 elementi di innovazione che accomunano le anime nascoste



1. MODELLO DI BUSINESS

VALORE VS VENDITA

OTTICA  BENESSERE
LABORATORIO OPTOMETRIA

FIGINO-BORGO SOSTENIBILE

“La differenza non la facciamo sul prezzo, ma sul servizio che proponiamo: noi diamo un supporto alla comunità sul territorio proponendo un servizio di qualità.”

2. VALORE PRINCIPALE

SERVIZI

VS

PRODOTTI

3. RUOLO DEL GESTORE

ABILITA VS GESTISCE



4. RUOLO DELL'UTENTE

F^R | D^A | B | k E



MEMBRO di
una
community
VS
CLIENTE



5. MODELLO DI INGAGGIO

Co-progettazione vs Comunicazione



6. SOSTENIBILITA'

Profit/non profit vs Profit

7 ELEMENTI INNOVATIVI DEI LUOGHI IBRIDI

	PRIMA		OGGI
1. Modello di business	Vendita	▶	Valore
2. Valore principale	Prodotti	▶	Community
3. Ruolo del gestore	Gestisce	▶	Abilita
4. Ruolo dell'utente	Cliente	▶	Membro di una community
5. Modello di ingaggio	Comunicazione	▶	Co-progettazione
6. Sostenibilità	Profit	▶	Profit-non profit

RIASSUMENDO: QUAL E' IL VALORE DI QUESTI LUOGHI

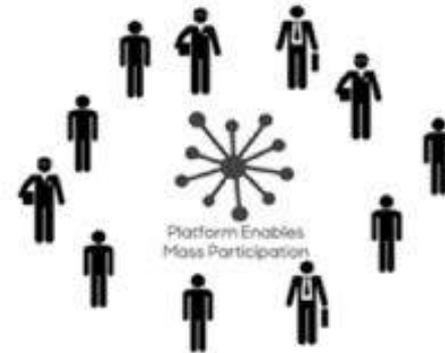
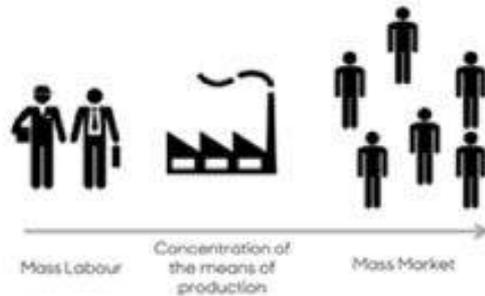
1. luoghi vs spazi (posti dove stare come a casa)
2. unicità vs “spersonalizzazione” (centri delle città)
3. punti di riferimento per le nuove e vecchie comunità
4. bellezza vs bruttezza

**DI COSA HANNO BISOGNO PER
CRESCERE E COME STIAMO CERCANDO
DI AIUTARLE**

QUALI SONO LE FATICHE DI QUESTI LUOGHI

1. Sostenibilità
2. Normative
3. Competenze
4. Promozione

Una piattaforma di servizi e non un organo di rappresentanza



NON UNA RETE DI IMPRESE CHE RAPPRESENTI
GLI INTERESSI DEI NEGOZI IBRIDI

MA UNA **PIATTAFORMA CHE ABILITA UNA
COMMUNITY DI IMPRESE (anime nascoste)
FORNENDO SERVIZI**

IL PROGETTO

UNA PIATTAFORMA CHE ABILITA UNA COMMUNITY

per offrire:

- Servizi culturali (direzione artistica per il teatro, video, musica, arte)
- Servizi digitali (nuovi format, eventi, nuovi servizi)
- Formazione
- Servizi commerciali (gruppo d'acquisto, forniture, etc)

E che troverà in un **evento annuale** il suo momento di espressione

Grazie

alberto@collaboriamo.org

marta@collaboriamo.org