

Kula

**Un servizio fisico-digitale per la condivisione
di oggetti tra vicini di casa**

Pietro Lekaj



**Politecnico
di Torino**

Kula

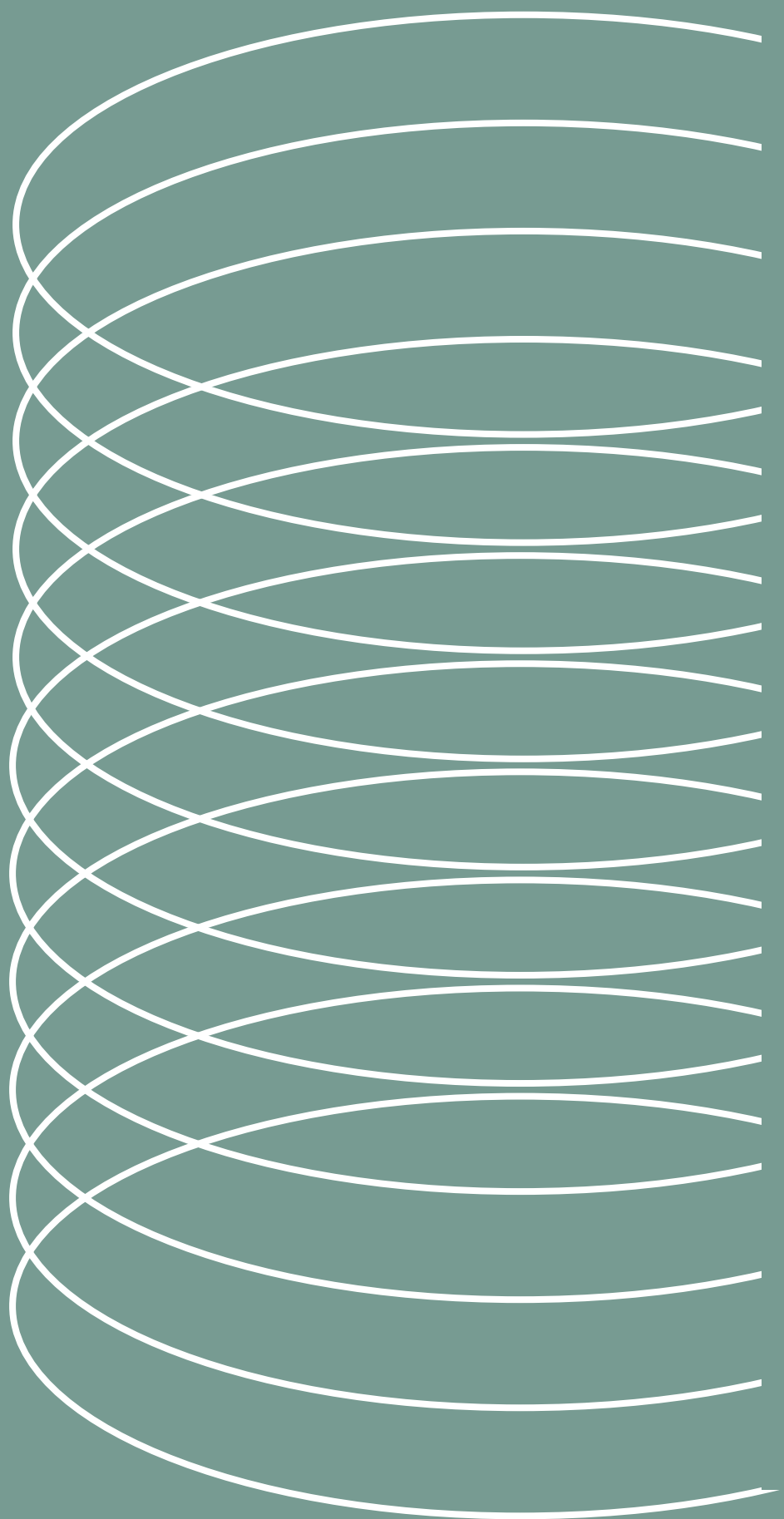
Un servizio fisico-digitale per la condivisione
di oggetti tra vicini di casa

Corso di Laurea in Design e Comunicazione
A.a. 2025/ 2026

Sessione di Laurea Luglio 2026

Relatrice
Prof.ssa Amina Pereno

Candidato
Pietro Lekaj



ש

ו

ו

ו

ז

ז

1 Introduzione (abstract)	
2 Contesto di Riferimento	
2.1 Dal possesso all'uso	8
2.2 La Sharing Economy in Italia	10
2.3 Esplorazione culturale	12
3 Limiti e potenziali della condivisione	
3.1 Vantaggi economici	16
3.2 Vantaggi ambientali	18
3.3 Vantaggi sociali	20
3.4 Abitudini sociali	22
3.5 Estraneità e diffidenza	24
3.6 UX Gap	26
4 Casi studio	
4.1 Elenco	30
4.2 Tabella comparativa	58
4.3 Analisi	60
5 Progetto	
5.1 Intro	70
5.2 How Might We	71
5.3 Linee Guida	72
5.4 Concept	73
5.5 Target	74
5.6 Tone of voice	78
5.7 Identità visiva	79
5.8 Output	84
5.9 Storyboard	100
5.10 Campagna di comunicazione	103
6 Conclusioni	
6.1 Conclusioni	110
6.2 Dichiarazione sull'uso dell'AI	111
Bibliografia e sitografia	114



The background of the page is a collage of images related to home renovation. It includes a brick wall, a wooden fence, a window with a black frame, and a cardboard box with a shipping label. The text is overlaid on a white rectangular area.

ABSTRACT

Il rapporto che ognuno di noi instaura con la condivisione muta profondamente nel tempo. Fin dalla nascita siamo naturalmente portati a scambiare oggetti: viviamo un'infanzia in cui i vestiti e i giocattoli appartengono spesso a parenti più grandi, i libri scolastici passano di mano in mano prima di arrivare a noi e le figurine vengono barattate con gli amici.

Crescendo, tuttavia, si intensifica la nostra ricerca del possesso. Iniziamo a essere più gelosi delle nostre cose e a preferire l'acquisto del nuovo, perché ci trasmette un effimero senso di importanza, senza interrogarci troppo sull'impatto e sullo spreco che ogni nuovo prodotto immesso sul mercato comporta.

Durante il mio percorso di studi mi sono spesso interrogato su come la progettazione di un prodotto o di un servizio possa incentivare attivamente lo scambio, evitando la morte prematura di un oggetto e permettendogli invece di accumulare e raccontare una storia di riuso. Ho quindi deciso di analizzare e mettere in discussione il modello iperconsumista, ripartendo dalla naturalezza con cui, da bambini, vivevamo la circolarità.

Questa tesi indaga, dunque, l'attuale rapporto della nostra società con lo scambio, analizza le soluzioni progettuali in quest'ambito e osserva, da un punto di vista antropologico, il nostro legame con il possesso. L'obiettivo finale è promuovere un ritorno a quello spirito originario, dimostrando che condividere un bene non è un banale gesto transazionale, ma uno strumento capace di offrire aiuto reciproco, generare valore e tessere una rete nel territorio.

INDICE

2.1 Dal possesso all'uso	8
2.2 La Sharing Economy in Italia	10
2.3 Esplorazione culturale	12



Contesto di
riferimento

CAPITOLLO 2

DAL POSSESSO ALL'USO

Il modello lineare tradizionale, basato sul paradigma “Produci, Consuma, Getta”, sta progressivamente cedendo il passo a una nuova visione. Il concetto di possedere meno, privilegiando l'accesso ai beni solo quando necessario, si sta affermando. Questo cambiamento rappresenta non solo una risposta ecologica alla crisi climatica, ma anche una trasformazione culturale ed economica che ridefinisce la progettazione di servizi, prodotti e città.

Circa il 12% delle risorse utilizzate nell'Unione europea proviene attualmente da materiali riciclati o riutilizzati. In questo contesto, l'Italia si colloca al terzo posto, superando la media europea con un tasso di circolarità di circa il 21% (*Eurostat, 2025*). Sebbene questi dati confermino una fase avanzata di transizione, esiste ancora un ampio margine per strategie progettuali che vadano oltre il semplice riciclo a fine vita, promuovendo il riuso continuo, l'estensione del ciclo di vita dei prodotti e nuovi modelli di consumo orientati all'utente finale.

Diverse motivazioni guidano questo cambiamento. La riduzione degli spazi abitativi nelle aree urbane, insieme al desiderio di evitare l'impegno dello stoccaggio e della manutenzione degli oggetti, rende l'acquisto di beni a bassa frequenza d'uso sempre meno razionale. In un numero crescente di Paesi, i settori che offrono servizi in abbonamento o a noleggio registrano tassi di crescita superiori fino a 6 volte rispetto a quelli dei settori basati sull'acquisto di beni di proprietà (*Zuora, 2025*).



Questa evoluzione è già matura e visibile in ambiti come quello della mobilità. Modelli come il car sharing e la micro-mobilità urbana hanno dimostrato, su larga scala, che le scelte ecologiche possono coincidere con soluzioni più economiche e pratiche per la vita quotidiana. Oggi gli italiani effettuano decine di milioni di noleggi l'anno tra monopattini, biciclette, scooter e auto condivise. Questa diffusione capillare ha educato gli utenti a tre concetti chiave, diventati ormai pilastri per il design dei servizi futuri:

- L'uso dello smartphone e dell'app come "chiave" di accesso (sia fisica che digitale).
- Il superamento dell'acquisto fisso, in favore di un pagamento a consumo (pay-per-use).
- L'interiorizzazione del rispetto per un bene che, essendo condiviso, appartiene alla comunità.

Questo passaggio culturale si sta ora espandendo con forza anche ai beni di consumo fisici. I dati lo confermano: nel 2024 il mercato della Second Hand Economy in Italia ha raggiunto il valore record di 27 miliardi di euro, pari a circa l'1,2% del PIL nazionale. Oltre il 63% degli italiani compra o vende regolarmente oggetti usati (*BVA Doxa, 2025*).

Il dato più rilevante per il mondo del design digitale, tuttavia, è un altro: per la prima volta nella storia di questo mercato, il volume d'affari generato online tramite app e piattaforme ha superato quello dei mercatini fisici, raggiungendo 14,4 miliardi di euro. Questo sorpasso dimostra che gli utenti sono ormai a loro agio con le interfacce digitali per lo scambio. Tuttavia, evidenzia anche che il mercato si è finora concentrato quasi esclusivamente sulla compravendita definitiva, lasciando inesplorato il potenziale della condivisione temporanea di prossimità.

LA SHARING ECONOMY IN ITALIA

Anche in Italia il trend della sharing economy ha registrato una forte espansione. Se in una prima fase attraeva quasi esclusivamente gli utenti più eco-consapevoli, oggi le motivazioni si sono evolute: la voglia di ritrovare un senso di comunità ha contribuito in modo determinante alla sua diffusione. Progetti locali come gli swap party o i punti di condivisione dei libri hanno avvicinato nuovi target al concetto di riuso, rendendolo una pratica quotidiana e accessibile.

I dati confermano che non si tratta più di un fenomeno di nicchia. Secondo le rilevazioni di *Ipsos*, il 75% degli italiani ha ormai familiarità con il concetto di sharing economy (*Ipsos Public Affairs*, 2014, p. 9). Se inizialmente rappresentava per lo più una strategia razionale per favorire il risparmio, oggi l'adesione alla condivisione si sviluppa attorno a tre macrospinte motivazionali:

1. L'accesso al posto del possesso: consente di utilizzare un bene solo quando serve realmente, eliminando i costi e l'ingombro spaziale legati allo stoccaggio domestico.
2. La sfida sociale e la fiducia: molti scambi avvengono tramite piattaforme peer-to-peer (tra pari) che si basano su sistemi di recensioni, stimolando il desiderio di ampliare il proprio cerchio di conoscenze e di ricostruire la fiducia reciproca tra gli utenti.
3. La flessibilità e la digitalizzazione: le app consentono di gestire, personalizzare e modificare i propri consumi in modo istantaneo e su misura. (Rielaborazione da *Ipsos Public Affairs*, 2014, p. 6)

È interessante notare come l'aspetto economico, pur rimanendo una base solida, venga spesso affiancato dal fattore umano. Analizzando, ad esempio, il settore dell'ospitalità condivisa, l'opportunità di fare nuove esperienze e scoprire la cultura del posto è, per molti utenti, il principale punto di forza, superando i vantaggi prettamente economici. Allo stesso modo, nei settori del car e del ride sharing, i servizi sono apprezzati non solo per la loro economicità, ma anche perché sono percepiti come utili alla collettività e, soprattutto, per la loro ottima flessibilità.

Tuttavia, analizzando l'evoluzione delle città italiane rispetto al resto d'Europa, emerge una dinamica culturale peculiare che evidenzia ampi margini di inter-



vento per il design. Nel 9° Rapporto Nazionale sulla Sharing Mobility, il settore dello sharing in Italia ha dimostrato di essere competitivo e profittevole, generando un fatturato stabile di circa 178 milioni di euro annui e vantando flotte condivise quasi totalmente a zero emissioni (94%).

Eppure, l'Italia rimane uno dei Paesi più “proprietari” a livello europeo, con un tasso di motorizzazione privata altissimo (701 veicoli ogni 1.000 abitanti). Nonostante l'ampia offerta di servizi condivisi, nelle principali metropoli l'uso del mezzo privato è paradossalmente tornato a crescere rispetto al periodo pre-pandemico (Milano: +23%, Roma: +14%) (*Osservatorio Nazionale Sharing Mobility, 2025*).

Le città europee che hanno investito nel settore da anni ci insegnano però che il passaggio dal possesso all'uso diventa un'abitudine di massa solo quando i servizi sono profondamente e comodamente integrati nel tessuto urbano. Le famiglie italiane potrebbero risparmiare circa 3.800 euro l'anno passando da modelli proprietari a modelli condivisi, ma per innescare questo cambiamento la convenienza economica non basta (*Fondazione per lo Sviluppo Sostenibile, 2024*). Serve abbattere l'ingombro logistico e la percezione culturale del possesso.

ESPLORAZIONE CULTURALE

Che si tratti di scambiarsi un oggetto, mettere a disposizione il proprio tempo o trasferire una competenza, l'essere umano ha sempre avuto a che fare con la condivisione. L'antropologia, infatti, riconosce in questa pratica un pilastro fondamentale per la costruzione e il mantenimento di qualsiasi cultura.

Un esempio che mi ha colpito tra queste dinamiche di reciprocità è il Kula ring, un complesso sistema di scambio cerimoniale documentato nel 1922 dall'antropologo Bronisław Malinowski tra le popolazioni delle Isole Trobriand. Il rito consisteva nello scambio continuo di ornamenti di conchiglie privi di valore commerciale o d'uso pratico. Il loro vero valore risiedeva nella loro storia: più un oggetto viaggiava passando di mano in mano, più si caricava di prestigio. I segni di usura non ne diminuivano il valore, ma ne testimoniavano il percorso, trasformando l'oggetto in un archivio vivente di relazioni. (*Malinowski, 1922*)

Questo aspetto è stato teorizzato in modo ancora più profondo da Marcel Mauss nel suo celebre Saggio sul dono (*Mauss, 1925/1965*). Mauss definisce lo scambio come un "fatto sociale totale", basato su tre obblighi innescati collettivamente: dare, ricevere e ricambiare. L'intuizione più potente del suo lavoro è che l'oggetto scambiato non è mai inerte: esso trattiene in sé una parte dell'identità e dell'energia di chi lo ha posseduto o prestato. Questa catena invisibile non serve, quindi, solo a soddisfare un bisogno materiale, ma crea un vero e proprio vincolo morale, un legame di interdipendenza e di fiducia reciproca tra le



persone.

Se storicamente l'antropologia ha concentrato i propri studi su queste dinamiche all'interno delle società indigene e preindustriali, le trasformazioni tecnologiche e sociali contemporanee hanno imposto un cambio di paradigma. Oggi, la lente antropologica non osserva più soltanto il "villaggio" fisico, ma si spinge a indagare la nascita del cosiddetto "condividuo" (Remotti, 2021, p. 61).

Nell'era delle piattaforme e dell'iperconnessione, il "condividuo" è un soggetto la cui identità supera i confini del singolo ego isolato. È una persona che si definisce, si modella e trova valore proprio attraverso le reti di relazioni, i prestiti e le pratiche di condivisione di cui sceglie di fare parte. Il bisogno primordiale e sociale dell'uomo contribuisce ancora oggi in modo determinante alla ricerca della condivisione.

Quando due persone condividono dell'attrezzatura da trekking o un barbecue nel proprio quartiere, stanno implicitamente replicando alcune dinamiche del Kula all'interno di un nuovo villaggio ibrido, fatto di prossimità fisica e interfacce digitali. Il design contemporaneo ha quindi l'enorme opportunità di imparare dall'antropologia: i servizi non dovrebbero limitarsi a essere efficienti vetrine logistiche, ma dovrebbero valorizzare la storia degli oggetti scambiati, celebrando la rete sociale implicita che si crea a ogni passaggio di mano.



INDICE

3.1 Vantaggi economici.....	16
3.2 Vantaggi ambientali.....	18
3.3 Vantaggi sociali	20
3.4 Abitudini sociali.....	22
3.5 Estraneità e diffidenza	24
3.6 UX Gap.....	26



Limiti e
potenziali della
condivisione

CAPITOLO 3

VANTAGGI ECONOMICI

Quando si analizzano le potenzialità dei servizi di condivisione, il framework più solido per misurarne l'impatto reale è quello della Triple Bottom Line ovvero la tripla linea di bilancio (*Elkington, 1997*). Questo approccio valuta l'efficacia di un modello non solo in base al ritorno finanziario, ma anche in tre dimensioni inscindibili: economica, ambientale e sociale.

Partendo dalla dimensione economica, il vantaggio principale e più immediato della condivisione risiede nell'ottimizzazione della cosiddetta idle capacity (capacità inattiva o sottoutilizzata di un bene) (*Botsman and Rogers, 2010*). Molti degli oggetti fisici che possediamo, in particolare quelli a bassa frequenza d'uso come attrezzi per il fai-da-te, attrezzatura da trekking o piccoli elettrodomestici, trascorre la maggior parte della propria vita a prendere polvere in un ripostiglio. In Italia, un dato scioccante riguarda l'uso delle automobili. Su un parco circolante di circa 40,8 milioni di autovetture, molte di queste sono sempre ferme e, anche se utilizzate quotidianamente, la media indica un inutilizzo che ammonta a circa il 93% del tempo (*Isfort - 22° Rapporto sulla mobilità degli italiani, 2025*).

L'esempio più celebre nel mondo del design dei servizi è quello del trapano elettrico, citato come bene a bassissima frequenza d'uso. Acquistarlo in modo esclusivo e individuale rappresenta, di fatto, un'enorme inefficienza economica. Pagare l'intero prezzo di mercato per possedere un oggetto che genera valore per soli quindici minuti è un lusso che le nuove generazioni, in particolare gli studenti e i giovani fuori sede, spesso non possono né vogliono permettersi. I modelli basati sull'accesso, al contrario, consentono agli utenti di ridurre i costi di acquisto e di manutenzione.

Trasformano i beni "dormienti" in risorse attive, permettendo a chi possiede l'oggetto di ammortizzarne il costo iniziale e a chi lo prende in prestito di soddisfare un bisogno temporaneo con un investimento minimo, ottimizzando le risorse finanziarie di un intero gruppo.



VANTAGGI AMBIENTALI

Il beneficio ecologico deriva, come conseguenza diretta e logica, dall'ottimizzazione economica. In un modello economico lineare e capitalista, l'economia si basa sull'estrazione continua di materie prime per produrre oggetti destinati a essere venduti, usati raramente e infine smaltiti.

Agendo direttamente sulla prevenzione dello spreco, si spezza questa catena. Se una tenda da campeggio o un forno da pizza viene condiviso tra dieci persone dello stesso gruppo anziché acquistarlo dieci volte, la domanda locale di nuovi prodotti diminuisce drasticamente. Di conseguenza, si riduce la necessità di estrarre nuove risorse, si riduce l'energia impiegata nei processi industriali e si riducono le emissioni legate al trasporto delle merci.

Inoltre, una minore richiesta di prodotti nuovi riduce la quantità di imballaggi complessi e di spedizioni a lunga distanza. A differenza dei tradizionali e-commerce, la compravendita e la condivisione di prossimità, non richiede necessariamente scatole di cartone, pluriball e corrieri. Il passaggio di mano avviene nel raggio di pochi chilometri o addirittura di pochi metri, allungando in modo tangibile la vita utile del prodotto, in un approccio totalmente a "chilometro zero". L'oggetto viene valorizzato fino al suo esaurimento fisico effettivo, ritardando il momento in cui diventerà un rifiuto e promuovendo una circolarità concreta e misurabile.



VANTAGGI SOCIALI

Infine, come emerso dall'analisi antropologica, lo scambio genera un inestimabile "capitale sociale". In contesti urbani sempre più frammentati, dove spesso i ritmi frenetici e l'isolamento abitativo portano a non conoscere nemmeno il nome del proprio vicino di pianerottolo, condividere risorse innesca la ricostruzione di micro-reti basate sull'aiuto reciproco. Esempi di mutuo soccorso popolari, nati dai centri sociali, come il SMS di Lambretta a Milano, hanno dimostrato quanto ci sia ancora bisogno di aiuto reciproco e di condivisione diretta tra singoli.

Il design di questi servizi non si limita a spostare oggetti da un punto A a un punto B, ma crea le condizioni affinché le persone si percepiscano di nuovo come parte di un ecosistema interdipendente. Il "condividuo", in questo scenario, trova uno spazio in cui esprimere la propria identità non attraverso ciò che possiede in isolamento, ma attraverso ciò che mette in circolo.

Inoltre, la condivisione permette di accedere a oggetti e strumenti anche a chi ha un budget limitato, abbatte le barriere culturali e ricostruisce quella fiducia di base che rende le città e i quartieri luoghi più collaborativi e vivibili.



ABITUDINI SOCIALI

Nonostante i vantaggi citati in precedenza, la transizione verso un modello basato sull'accesso si scontra quotidianamente con le nostre abitudini. La società iperconsumistica ci insegna già dall'infanzia che un bene posseduto è più di valore e, anzi, più un bene è elitario, meno sarà condivisibile con gli altri. Inoltre, mentalmente ci fa sentire tranquilli sapere di avere uno specifico bene pronto all'uso nell'armadio, seppur non ne abbiamo realmente bisogno e, anzi, spesso quel bene non verrà mai più utilizzato. Il possesso ci regala, infatti, una forte illusione di controllo e rinunciare a questa esclusività richiede un profondo cambiamento di mentalità.

Il secondo grande ostacolo è quello delle abitudini di acquisto del ventunesimo secolo: l'economia lineare contemporanea, infatti, anche grazie ai colossi dell'e-commerce, ha ottimizzato l'esperienza di acquisto fino a renderla istantanea. Con un solo tocco sullo schermo dello smartphone, un oggetto nuovo viene consegnato direttamente a casa il giorno seguente, senza richiedere alcuna interazione umana né sforzo organizzativo.

Al contrario, le pratiche tradizionali di scambio e condivisione richiedono una grande mole di impegno e l'utilizzo del proprio tempo; chiedere anche semplicemente a un amico un oggetto in prestito può causare imbarazzo, richiedendo un incrocio di agende per concordare luoghi e tempi. Inoltre, per molti condividere un bene può significare avere paura che venga rovinato o perso. Tutto ciò rende l'acquisto immediato la via più semplice.



Il design dei servizi, quindi, non può permettere che l'utente si trovi in una situazione di disagio e deve comprendere le abitudini sociali e come favorirne il cambiamento. Rendendo l'atto della condivisione fluido, semplice e immediato, questo può diventare una via ancora più rapida per l'acquisto. Queste considerazioni, però, non possono scardinare una potente barriera psicologica: la paura dell'estraneo.



ESTRANEITÀ E DIFFIDENZA

La diffidenza verso l'altro è forse l'elemento che più difficilmente si supera, essendo di natura prettamente emotiva, pur di derivazione culturale e sociale. Rimane una barriera importante da superare quando si parla di reti sociali e di incontri tra sconosciuti.

Nei contesti urbani contemporanei il tessuto sociale si è progressivamente sfilacciato. Molto spesso viviamo a pochi metri di distanza da persone di cui ignoriamo non solo le abitudini, ma persino il nome. In questo scenario di estraneità, prestare o chiedere in prestito un oggetto fisico a un quasi sconosciuto genera una difficoltà, un attrito, in entrambe le direzioni dello scambio.

Per chi presta, la paura è proprio quella di perdere il proprio oggetto o il proprio tempo, o di subire un danno. Questa è una resistenza psicologica che deriva dal cosiddetto "effetto dotazione" (endowment effect), ovvero un bias cognitivo molto noto nell'economia comportamentale, secondo cui tendiamo ad attribuire un valore irrazionalmente elevato alle cose che già possediamo. Questo ci rende ipersensibili quando si parla dei nostri beni, e soprattutto quando qualcuno che non conosciamo ne ha accesso.

Una persona che chiede qualcosa in prestito, che sia perché non se lo può permettere o perché al momento non ne dispone, spesso percepisce l'imbarazzo di dover "chiedere un favore", magari sentendosi in difetto per non disporre di un determinato bene. Si aggiunge poi un carico d'ansia derivante



dal dover maneggiare qualcosa che non ci appartiene, rendendo l'esperienza una costante paura di rovinare il bene.

A tutto ciò si aggiunge poi un ostacolo di base dei servizi collaborativi: l'interazione sociale forzata. Trovare un momento e un punto d'incontro tra due sconosciuti, magari sentendosi anche in dovere di sostenere una conversazione di circostanza, rende l'esperienza emotivamente dispendiosa. Per alcuni tipi di utenti, il solo pensiero di dover gestire questo incontro di persona è sufficiente a bloccare l'operazione sul nascere. Il design deve quindi tenere conto di queste paure umane nella fase di progettazione.



UX GAP

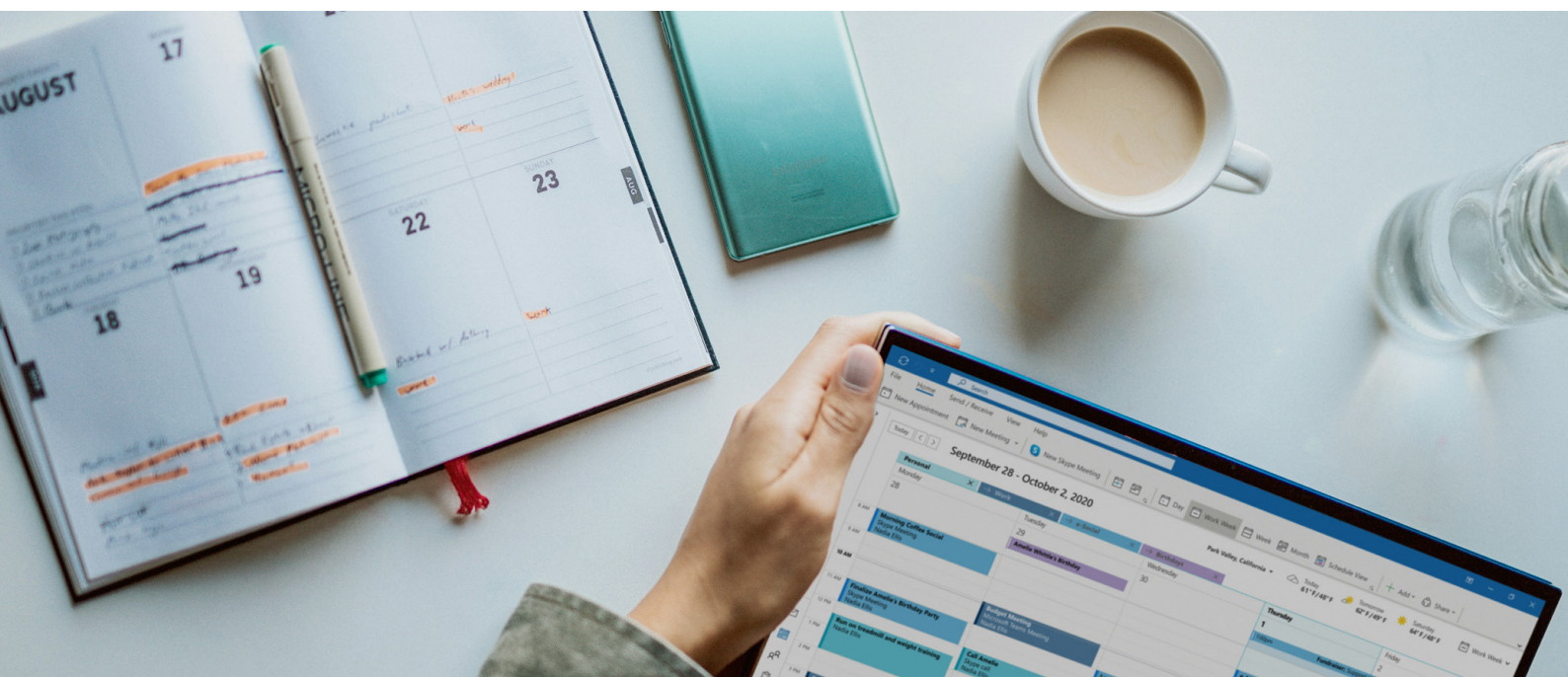
Gli ostacoli psicologici e fisici finora analizzati evidenziano la necessità di un ecosistema digitale in grado di assicurare e guidare gli utenti. Molte piattaforme attualmente sul mercato non sono progettate per farlo. Questo divario tra i bisogni reali e l'esperienza offerta dai servizi è definito UX Gap.

Il problema principale deriva dal fatto che molti servizi dedicati allo scambio sono legati a logiche di navigazione dei siti e-commerce, con interfacce lineari costruite attorno a una transazione unidirezionale.

Il prestito di prossimità, però, è un processo circolare complesso. Richiede la gestione del tempo di utilizzo, la verifica delle condizioni e la logistica bidirezionale. Proprio su questo molte interfacce falliscono, non offrendo strumenti specifici per gestire il ciclo di vita del prestito. Un servizio non deve essere una semplice bacheca di annunci, scaricando sugli utenti il peso organizzativo tramite chat tra loro. Questo tipo di responsabilità genera un sovraccarico cognitivo e alimenta esattamente quell'ansia sociale e quella diffidenza.

Inoltre, i sistemi di fiducia si limitano quasi sempre alla classica valutazione a cinque stelle dell'utente, un meccanismo freddo che non costruisce un reale senso di comunità e non valorizza la storia del prodotto scambiato.

Il divario di usabilità sta quindi nel fatto che le interfacce digitali abbandonano l'utente nel momento più delicato e potenzialmente problematico: la transizione dal mondo digitale a quello fisico. È in questo esatto punto di rottura che emerge lo scoglio definitivo che impedisce la diffusione della condivisione di quartiere, ovvero il nodo logistico. Anche ipotizzando un'interfaccia digitale perfetta, in grado di abbattere l'attrito psicologico e semplificare la gestione del prestito, lo scambio fisico degli oggetti si scontra con la logistica.





Richiedere che due persone siano nello stesso luogo all'esatto momento concordato è sempre più complesso, soprattutto nelle dinamiche frenetiche di una città contemporanea. Un imprevisto, un ritardo o un cambio di programma dell'ultimo minuto è sufficiente a far saltare lo scambio, generando fastidio e scoraggiando l'utilizzo futuro.

Mentre l'e-commerce globale ha risolto il problema dell'ultimo miglio tramite corrieri sempre più veloci, ottimizzazioni della logistica e l'utilizzo di punti di consegna fisici. L'economia collaborativa peer-to-peer è, nella maggior parte dei casi, rimasta ancorata al vincolo dell'incontro umano.

La chiave per sbloccare il reale potenziale della sharing economy di quartiere risiede dunque nell'evitare di dover attraversare tutta la città per condividere un oggetto ed eliminare la necessità dell'incontro fisico senza però sacrificare il senso di comunità.

INDICE

4.1 Elenco.....	30
4.2 Tabella comparativa	58
4.3 Analisi	60



Casi
studio

CAPITOLLO 4

Library of Things

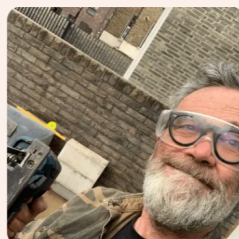
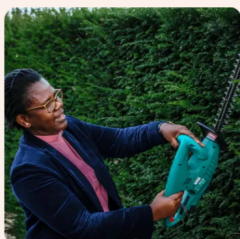
UK

È un servizio che permette alle persone di noleggiare a prezzi accessibili oggetti utili ma usati raramente (come trapani, idropultrici, proiettori). Gli utenti prenotano e pagano l'oggetto online sul sito, per poi ritirarlo fisicamente presso locker.

Scala: Città**Target:** Misto**Touchpoint:** Ibrido**Struttura:** B2C**LIBRARY OF THINGS**[The Things](#)[Locations](#)[About](#) ▾[Sign in](#)[Join](#)

**Why buy when
you can rent**

Rent useful household items from your local high street. Learn DIY & repair skills to complete projects yourself.

[Join to get started](#)



IMPATTO

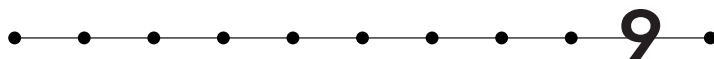
Ambientale ●

Previene l'acquisto di nuovi prodotti; oggetti di alta qualità.

Sociale ●

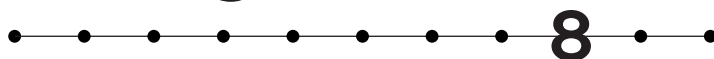
Previene l'acquisto di nuovi prodotti; oggetti di alta qualità.

Fiducia



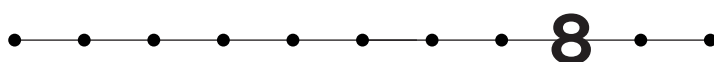
Pagamento con carta tracciata, smart locker in "spazi sicuri". L'utente si affida a un'entità professionale.

Bisogno



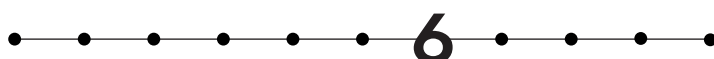
Risparmio economico rispetto all'acquisto, e risparmio di spazio in casa.

Fruibilità



Ottima UX/UI, mostra disponibilità in tempo reale. Facilmente accessibile se si è vicini a un locker.

Scalabilità



Scalabile digitalmente, ma richiede installazione di locker fisici e personale.

Swapush

Italia

Un sito italiano nato per non usare valute reali. Gli utenti caricano foto di abiti, libri o oggetti che non usano più e guadagnano crediti virtuali detti “Pillole”. Con queste pillole possono “acquistare” all’infinito oggetti caricati da altri utenti. Organizza inoltre Swap Party fisici.

Scala: Nazionale **Target:** Community **Touchpoint:** Ibrido **Struttura:** C2C





IMPATTO

Ambientale ●

Riduce l'acquisto di vestiti di nuova manifattura.

Sociale ●

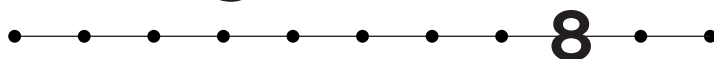
Rende una moltitudine di vestiti accessibile a chiunque.

Fiducia



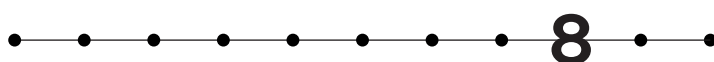
Buona per quanto riguarda l'acquisto tramite token, ma non eccellente in caso di abiti in pessime condizioni.

Bisogno



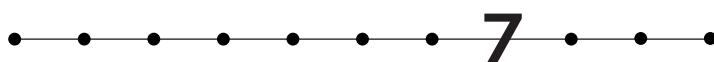
Il bisogno principale è quello di risparmio economico, lo scambio è percepito come gratuito.

Fruibilità



La possibilità di avere degli scambi sia online che fisicamente rende il servizio ben accessibile.

Scalabilità



La parte online è facilmente scalabile, ma la presenza di swap party sul territorio rende il tutto più complesso.

OR

OR collective

UK

È un servizio di abbonamento per il noleggio di vestiti per bambini nel Regno Unito. Risolve il problema del frequente cambio taglie dei bambini. Un abbonamento prevede una “capsula” di 15 pezzi, che per ogni cambio taglia va restituita e se ne riceve un'altra.

Scala: Nazionale **Target:** Community **Touchpoint:** Digitale **Struttura:** B2C



OR

Rent. Wear. Rotate.



IMPATTO

Ambientale ●

Allontana le famiglie dal modello lineare compra-usa-getta.

Sociale ●

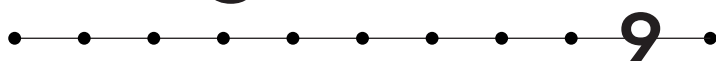
Aiuta l'organizzazione, ma è un servizio in abbonamento costoso.

Fiducia



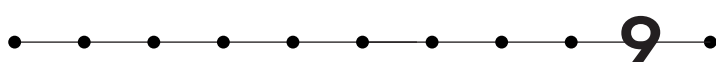
Il brand assicura la massima igiene e gestisce la spedizione delle capsule.

Bisogno



Risparmio economico, di tempo e di spazio in casa.

Fruibilità



Ottima UX, la scelta del piano e dei propri tempi di consegna è intuitiva, i pacchi arrivano a casa senza costi aggiuntivi.

Scalabilità



Il modello web scala benissimo, ma richiede un'infrastruttura logistica complessa.

Grover

Germania

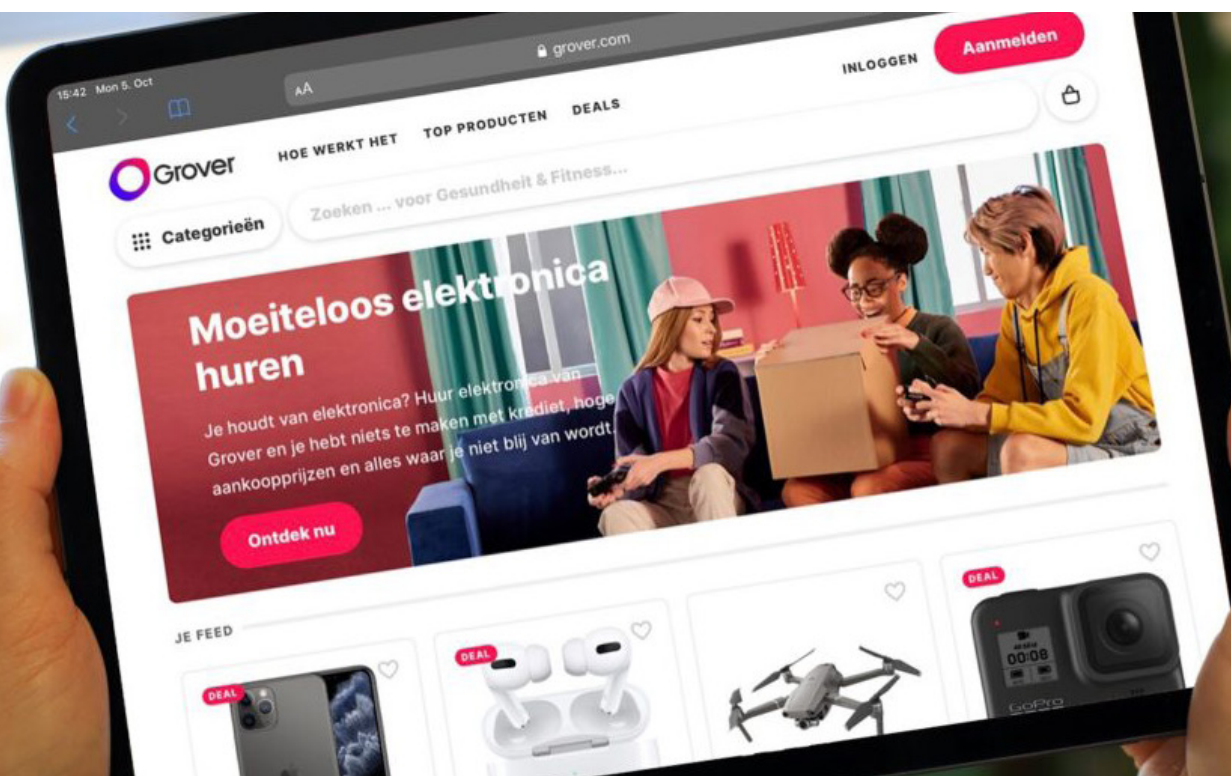
Grover nasce per il noleggio a lungo termine di oggetti elettronici come un computer, una console o un drone. Grover ripara eventuali danni, formatta i dati, lo ricondiziona a nuovo e lo affitta a un altro utente. Rende oggetti utili a diversi possessori, e combatte l'obsolescenza programmata.

Scala: Nazione

Target: Misto

Touchpoint: Digitale

Struttura: B2C





IMPATTO

Ambientale ●

Combate l'obsolescenza programmata e riduce l'estrazione di materie prime.

Sociale ●

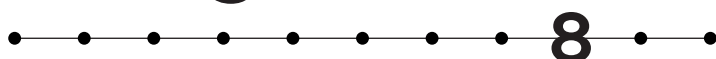
Permette l'accesso a oggetti costosi e utili per una professione.

Fiducia



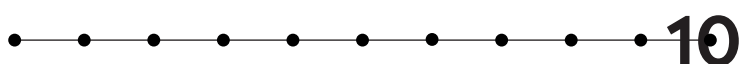
L'assicurazione è inclusa, e la garanzia della cancellazione è sicura.

Bisogno



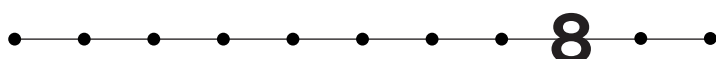
Risparmio su oggetti di ultima uscita, evitando il rischio di possedere oggetti obsoleti.

Fruibilità



Il successo è dato dall'integrazione negli e-commerce tradizionali, che propongono il noleggio oltre la vendita.

Scalabilità



Altissima a livello tecnologico, ma richiede ingenti capitali.

Mutuo Soccorso

Italia

Cantiere ORG

Nato nel 2013 S.M.S è un vero e proprio ecosistema fisico e autogestito. Al suo interno convivono decine di famiglie sotto sfratto e sono presenti diversi sistemi di scambio e riuso di vestiti o di qualsiasi tipo di oggetti, anche spazi condivisi come una palestra popolare.

Scala: Quartiere **Target:** Community **Touchpoint:** Fisico **Struttura:** Informale



Biblioteca di oggetti

Italia

Leila

Centro di prestito nato nel 2016 come associazione culturale, offre gratuitamente oggetti di ogni categoria con un tesseramento annuale di 20 €. È possibile anche condividere i propri oggetti. I prestiti si prenotano tramite catalogo online e si ritirano nei punti Leila.

Scala: Città **Target:** Misto **Touchpoint:** Ibrido **Struttura:** Associativo

ila

la
la
la

Home

Esplora gli oggetti

Cosa condividere

Cerca gli oggetti

Come funziona

Regolamento

Supporto



Accedi

Condividere is the new possedere

Cerca gli oggetti

Esplora gli oggetti



IMPATTO

Ambientale ●

Rimette in circolo oggetti già esistenti.
Previene l'acquisto del nuovo.

Sociale ●

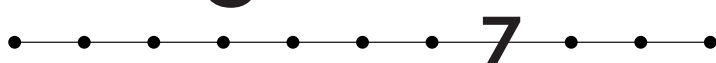
Crea aggregazione, rende oggetti accessibili, ed educa al co-uso.

Fiducia



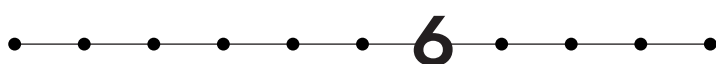
Mutua responsabilità, in caso di rottura o perdita, si deve rimborsare. Inoltre l'associazione funge da garante.

Bisogno



Oltre alla solidarietà e al senso di comunità, c'è un risparmio economico, e una scelta ambientale.

Fruibilità



Il primo tesseramento va fatto di persona. Sito Web-funzionale ma visivamente datato. Attivo solo a Bologna.

Scalabilità



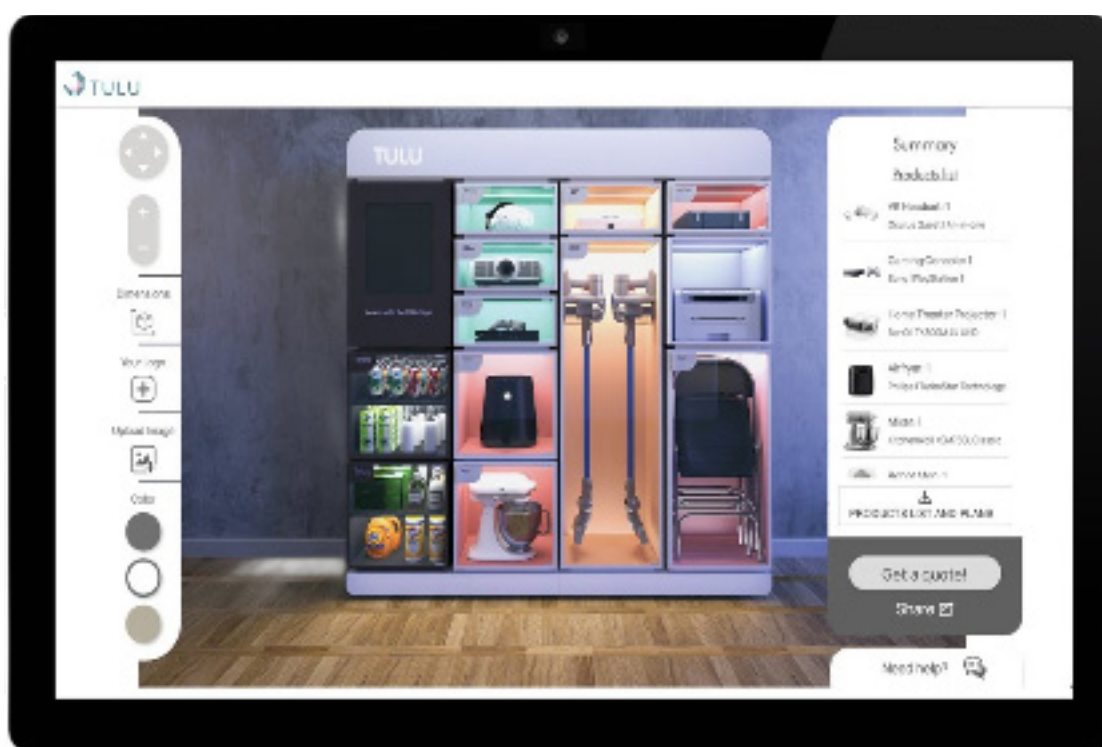
Difficile da scalare, direttamente proporzionale all'associazione.

Tulu

USA

Una startup che installa armadietti all'interno di grandi condomini, studentati o uffici. Tramite un'app dedicata, i residenti del palazzo possono noleggiare, o prendere gratuitamente (se previsto) oggetti (aspirapolveri, videogiochi)

Scala: Edificio **Target:** Residenti **Touchpoint:** Fisico **Struttura:** B2B2C





IMPATTO

Ambientale ●

Promuove fortemente la usage economy.

Sociale ●

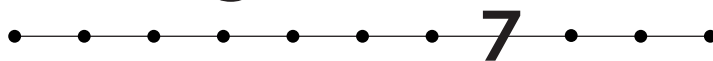
Migliora la qualità della vita, ma resta un servizio elitario.

Fiducia



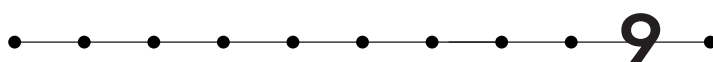
Esclusivo al proprio ambiente, in accordo con chi amministra l'edificio. I noleggi/prestiti sono tracciati.

Bisogno



C'è un alto fattore di comodità, più un risparmio economico e risparmio di spazio in casa.

Fruibilità



UX/UI molto intuitiva, sblocco degli oggetti tramite app. Prossimità km 0, solo per chi accede all'edificio.

Scalabilità



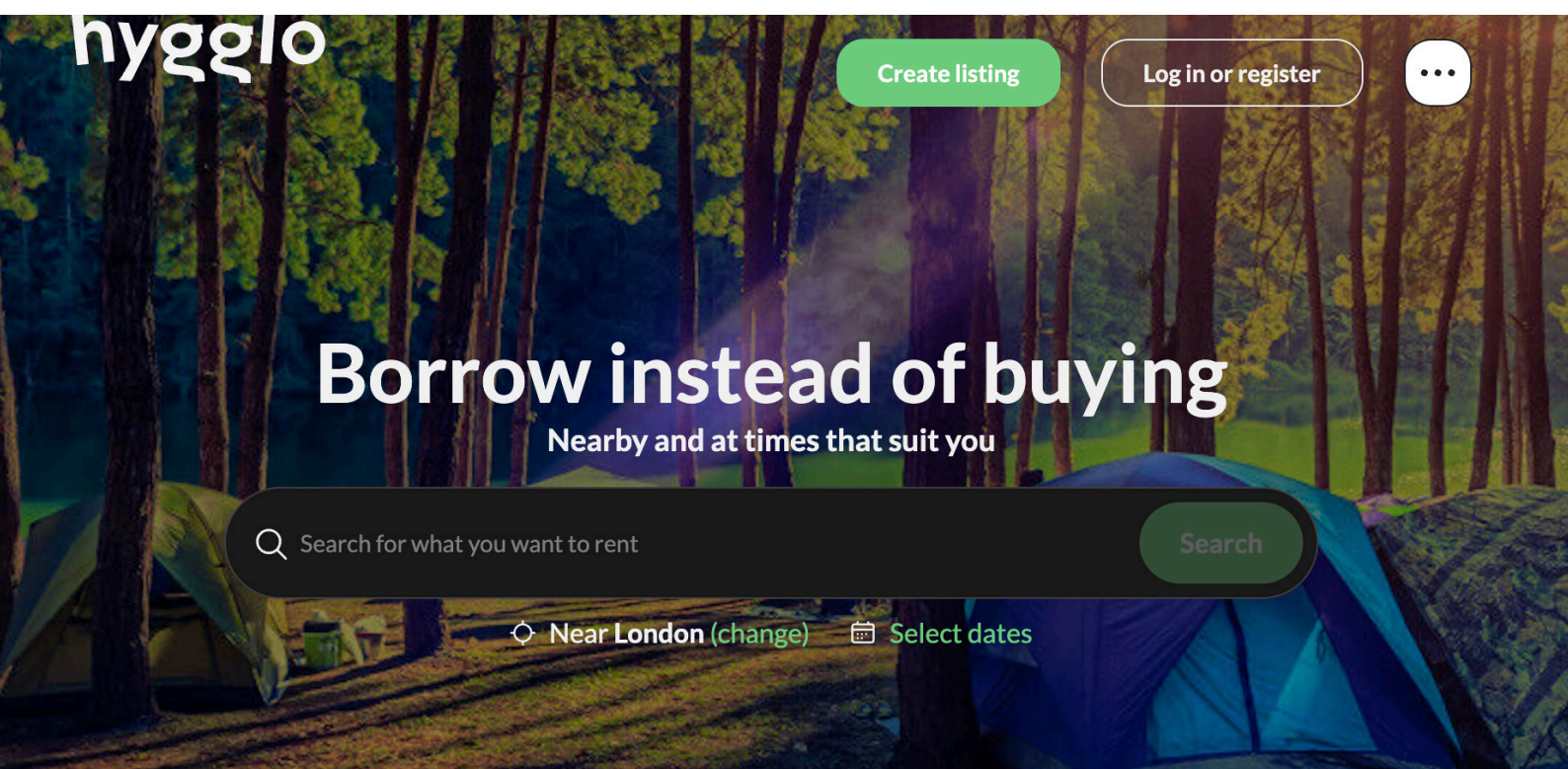
Vendendo il servizio direttamente ai business, è scalabile e profittevole

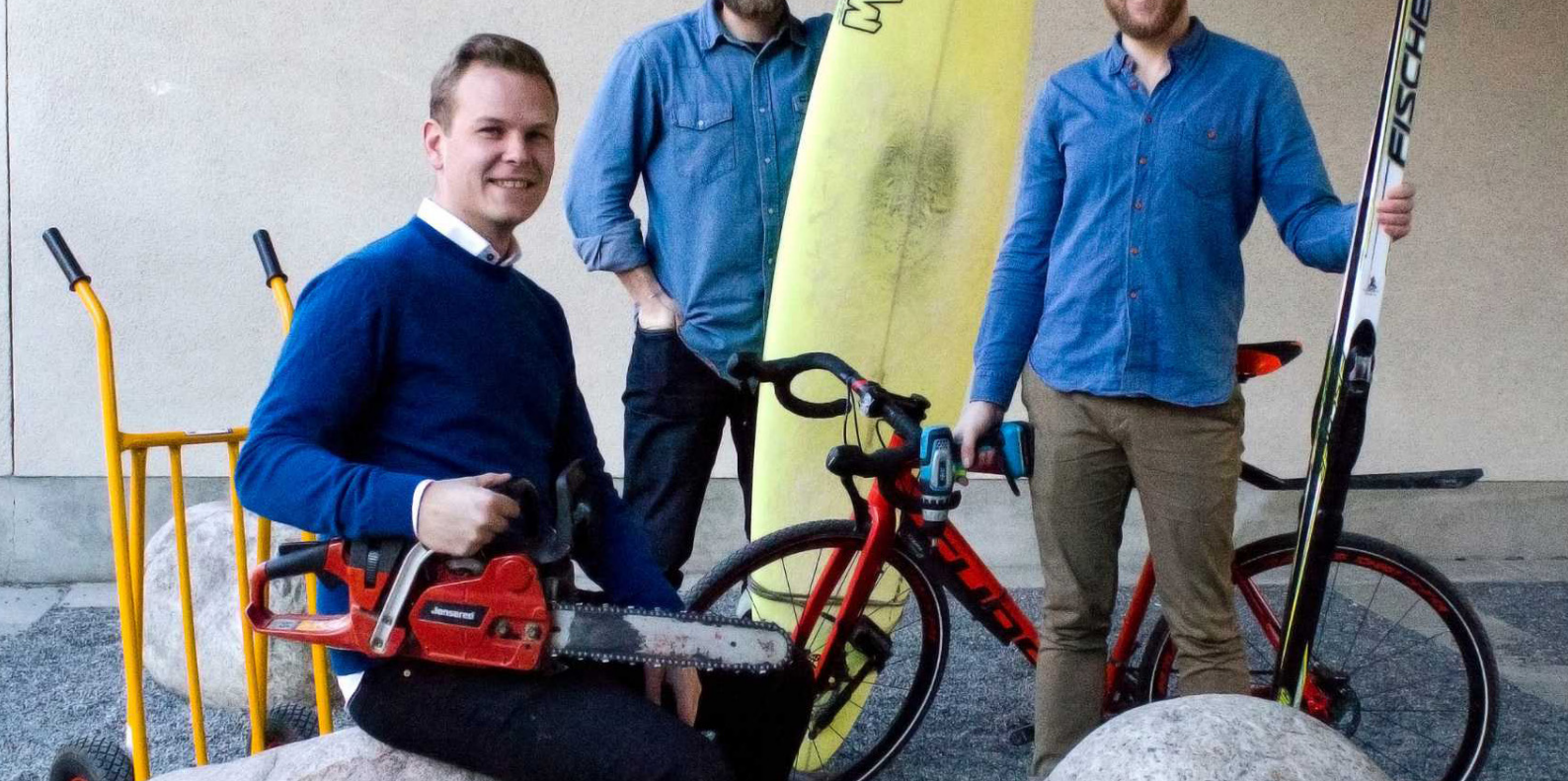
Hygglo

UK

Marketplace per il noleggio locale di oggetti (droni, attrezzi, ecc.). Permette agli utenti di affittare i propri beni o noleggiare ciò che serve a tariffa giornaliera. Ci si accorda direttamente con il proprietario per l'incontro fisico. La piattaforma trattiene una commissione su ogni transazione.

Scala: Nazionale **Target:** Misto **Touchpoint:** Ibrido **Struttura:** C2C





IMPATTO

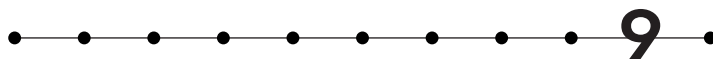
Ambientale ●

Massimizza il ciclo di vita di oggetti.
Non richiede strutture.

Sociale ●

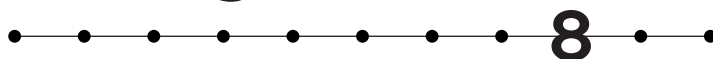
Dà accesso a strumenti costosi. Non
ha componente solidale/comunitaria.

Fiducia



Molto alta, verifica rigorosa
dell'identità, sistema di re-
censioni pubbliche, e un'
assicurazione inclusa.

Bisogno



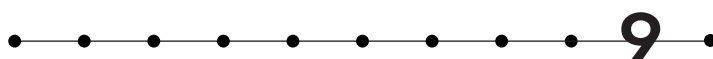
Guadagno economico op-
pure risparmio.
Necessità di uno specifico
strumento/oggetto.

Fruibilità



Dipende dalla densità urba-
na, ottima in caso di molti
utenti. Processo facile ma
richiede tempo.

Scalabilità



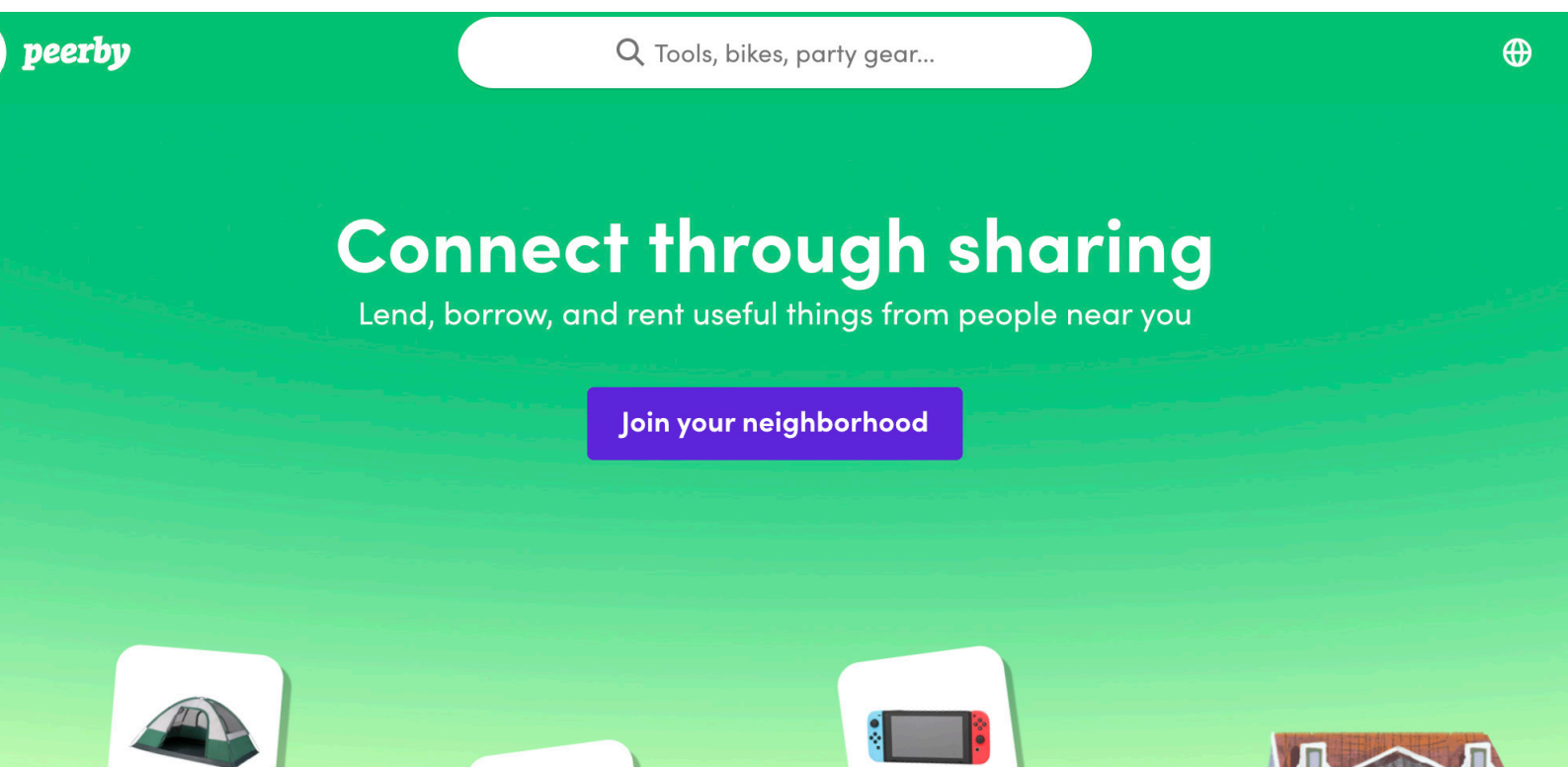
Il modello è basato esclusiv-
amente sul software.
Permette un'espansione
rapida.

Peerby

Olanda

Piattaforma per il prestito gratuito o a pagamento di oggetti tra vicini, ha avuto un discreto successo iniziale in Olanda e Germania per poi essere sempre meno usato. Oltre al riuso e alla condivisione nasce per favorire il rapporto tra vicini.

Scala: Quartiere **Target:** Vicinato **Touchpoint:** Ibrido **Struttura:** C2C





IMPATTO

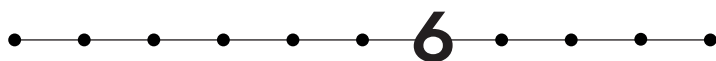
Ambientale ●

Massimizza il ciclo di vita e l'uso di oggetti, non richiede spostamenti.

Sociale ●

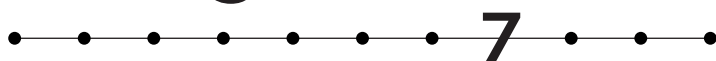
Favorisce la rete del quartiere, L'abbonamento lo rende più esclusivo.

Fiducia



Inizialmente si basava sul buon vicinato e recensioni, frenando scambi costosi. Ora è presente un'assicurazione.

Bisogno



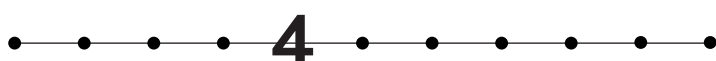
Solidarietà locale, soprattutto nello scambio gratuito, e risparmio economico.

Fruibilità



Utile solo se c'è un'altissima densità di utenti nel raggio di 1-2 km. UX poco funzionale.

Scalabilità



Valore transazionale troppo basso, rimane però una struttura solo software.

Coso

Italia

Un sistema di economia circolare basato sullo scambio non monetario. Gli utenti portano oggetti che non usano più, presso un punto fisico. In cambio, ricevono dei crediti virtuali chiamati “Cosi”. Questi crediti sono gestiti tramite la piattaforma CommonsHood (UniTO).

Scala: Quartiere **Target:** Vicinato **Touchpoint:** Fisico **Struttura:** C2C

COSO

[Chi siamo](#)

[Cosa puoi fare?](#)

[Web-app](#)

[COSO, in pillole](#)

[f](#) [@](#)

[» Partecipa](#)

Gli oggetti passano,
le relazioni restano





IMPATTO

Ambientale ●

Recupero di oggetti inutilizzati.
Prolunga il fine vita

Sociale ●

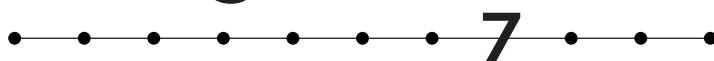
Rafforza la rete del quartiere.
Non servono risorse economiche

Fiducia



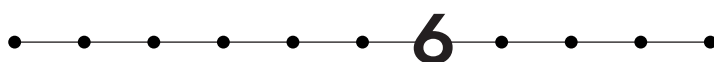
Oltre alla conoscenza e la visione fisica delle persone, la moneta di scambio è gestita tramite blockchain sicura.

Bisogno



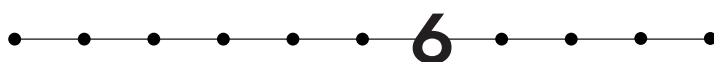
I bisogni principali sono quelli di risparmio economico/di spazio, e scelte ambientali.

Fruibilità



Non immediata per chi non conosce i token digitali, presenza fisica obbligatoria. Ottimo sito web.

Scalabilità



Teoricamente scalabile ovunque, necessità però di un presidio fisico e di volontari per l'organizzazione.

Banca del tempo

Italia

Interconnessioni

Interconnessioni è un progetto di TerraMia Onlus, che funziona sul principio della reciprocità indiretta: io dedico un'ora a insegnarti l'uso del PC, guadagno "un'ora" nel mio deposito virtuale, e potrò usare quell'ora per chiedere a un altro membro di ripararmi un rubinetto.

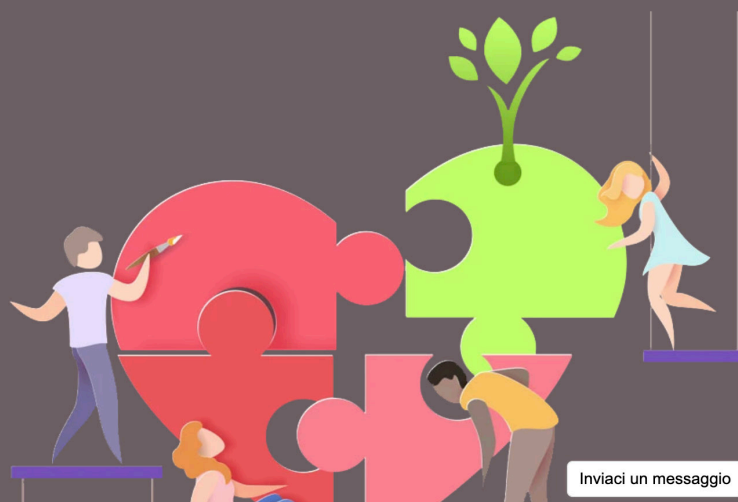
Scala: Città **Target:** Bisognosi **Touchpoint:** Fisico **Struttura:** P2P

INTERC  NNESSIONI

[Inter-Connessioni](#) [Attività in corso](#) [Aderire adesso](#) [Scrivici](#)

BANCA DEL TEMPO E DELLE CAPACITÀ

Connettiamo le persone con scambi di risorse e bisogni.



Inviaci un messaggio





IMPATTO

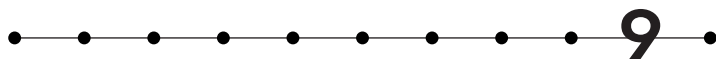
Ambientale ○

L'impatto è indiretto

Sociale ●

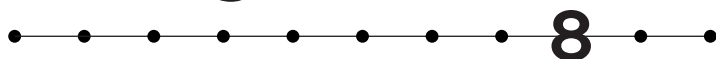
Combatte l'isolamento sociale e valorizza le competenze.

Fiducia



La fiducia è garantita dal fatto che ci si trova nello stesso "circuito" protetto di persone.

Bisogno



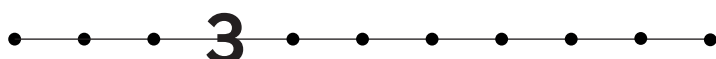
Per alcuni utenti i bisogni sono primari, garantendo una socialità anche ai più soli.

Fruibilità



Ottimo per chi ha basse risorse economiche, ristretto però alla sola cerchia della onlus. Sito ben realizzato.

Scalabilità



Il sistema è funzionale solo localmente, e c'è bisogno di una pari partecipazione di creditori/debitori

Scambio tra vicini

Svizzera

Pumpipumpe

Un progetto nato a Berna che promuove la condivisione di oggetti tra vicini di casa usando gli adesivi sulle cassette della posta. Gli utenti acquistano online (per circa 7€) un foglio con decine di piccoli adesivi che raffigurano oggetti di uso comune. Attaccando questi adesivi si segnala la possibilità di prestarli.

Scala: Quartiere **Target:** Vicinato **Touchpoint:** Fisico **Struttura:** Associativo



LOGIN DE FR EN

a sharing
community

Pumpipumpe

STICKER

MAP

ABOUT

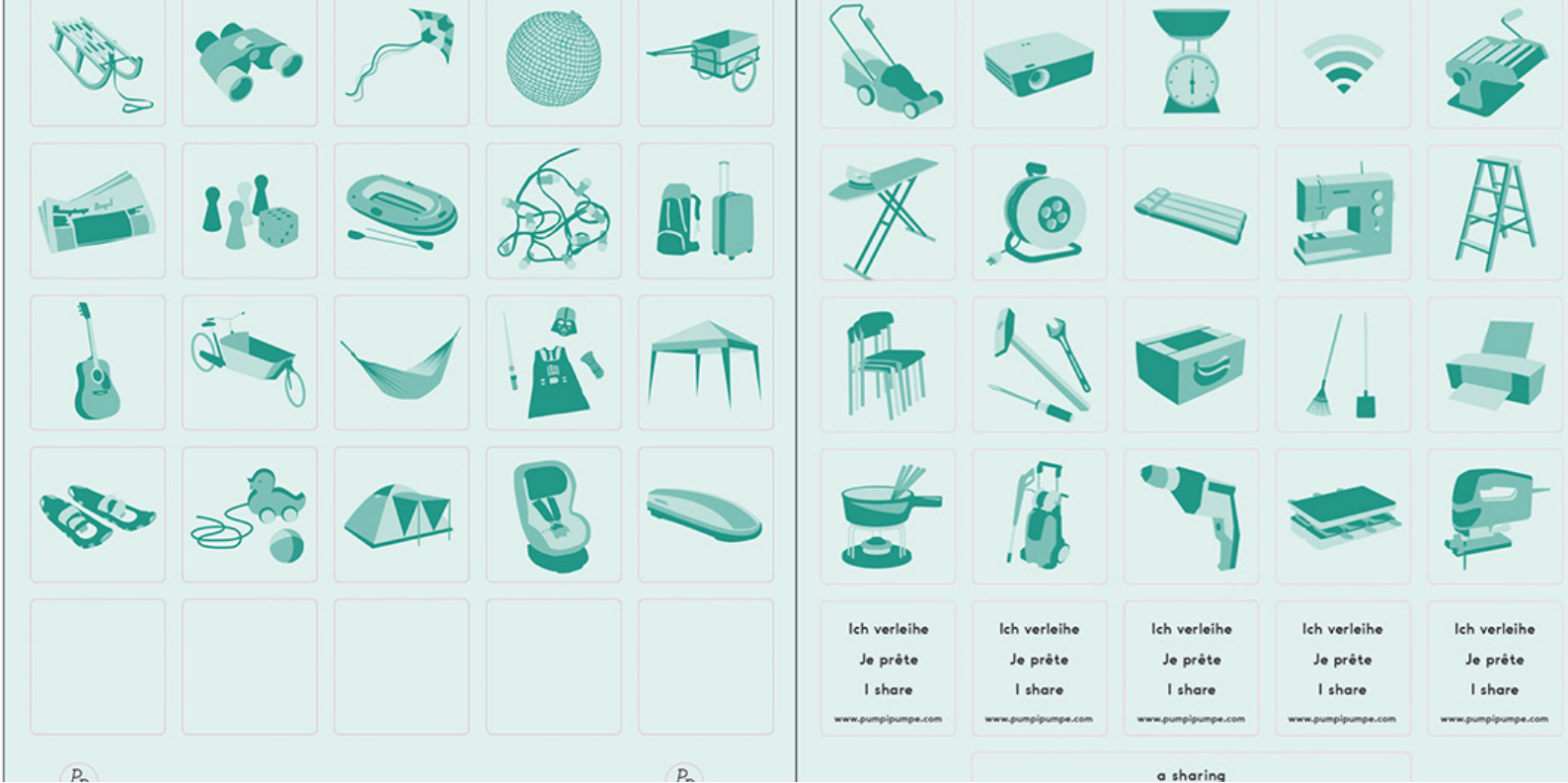
GET ACTIVE

POINT OF SALE

COMMUNITY

CONTACT





IMPATTO

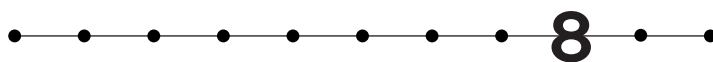
Ambientale ●

Ottimizza l'uso dei beni già esistenti a chilometro zero.

Sociale ●

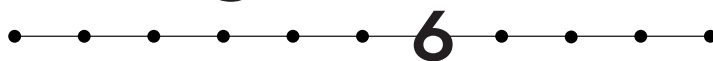
Favorisce il senso di comunità ed è un ottimo incentivante relazionale.

Fiducia



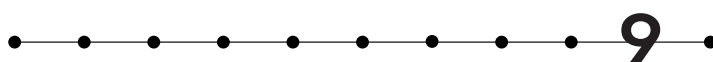
La fiducia si basa esclusivamente sul buon vicinato, non ci sono pagamenti ma solo scambi.

Bisogno



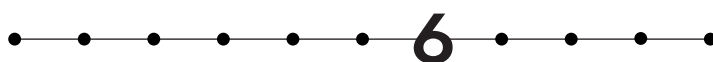
I bisogni principali sono quelli di socialità, senso di comunità ed ecologia.

Fruibilità



Nessuna barriera tecnologica, è molto veloce e intuitivo il funzionamento.

Scalabilità



Richiede l'acquisto degli sticker e di uno spazio per poterli attaccare.

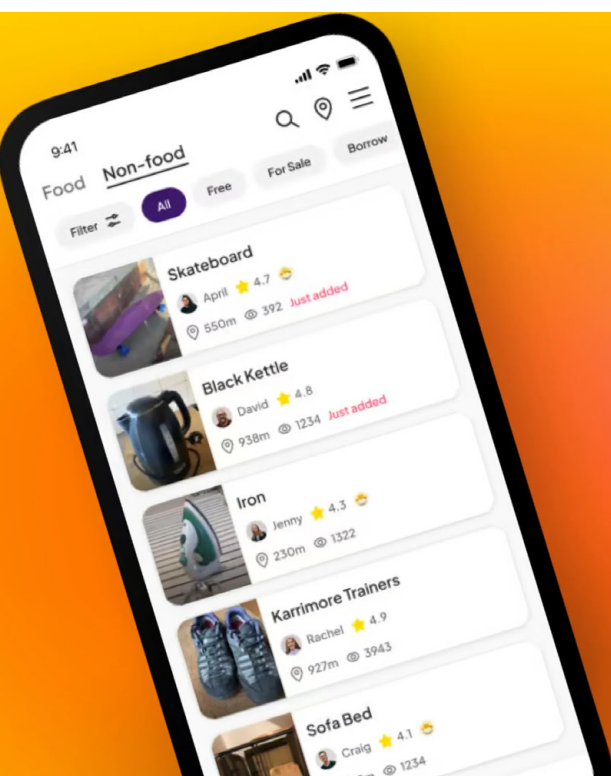
Anti- spreco

UK

OLIO

Serve a condividere gratuitamente cibo in eccesso o piccoli oggetti con i propri vicini. Se hai il frigo pieno e devi partire, scatti una foto e la metti sull'app. I vicini ricevono una notifica, ti scrivono in chat e passano a ritirare l'oggetto sulla porta di casa.

Scala: Quartiere **Target:** Vicinato **Touchpoint:** Ibrido **Struttura:** B2B

**olio**



IMPATTO

Ambientale ●

Salva milioni di tonnellate di cibo,
Azzera emissioni di smaltimento.

Sociale ●

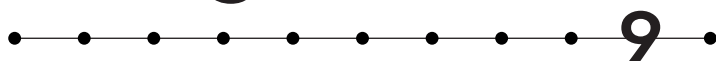
Combatte la povertà alimentare senza
creare imbarazzo sociale.

Fiducia



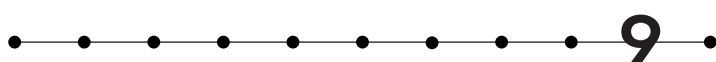
Oltre alla verifica dei profili e
alle recensioni, OLIO uti-
lizza un sistema di “Karma
Points” e badge.

Bisogno



Bisogni economici, portando
grandi risparmi. Altruismo e
lotta agli sprechi.

Fruibilità



Ampia estensione geografica
e UX/UI chiara e
rassicurante.

Scalabilità



Altamente scalabile, fornisce
solo il software e l’infrastrut-
tura di fiducia.

Carpool

Global

BlaBla Car

Piattaforma per il carpooling. Il funzionamento è semplice, un guidatore che deve fare un viaggio pubblica il suo tragitto offrendo i posti vuoti in auto. I passeggeri prenotano un posto pagando una quota che serve esclusivamente a dividere le spese, non a generare profitto. La piattaforma trattiene una commissione.

Scala: Globale**Target:** Misto**Touchpoint:** Ibrido**Struttura:** C2C

Auto condivisa

Autobus



Offri un passaggio



Autobus e passaggi: Scegli come viaggiare con BlaBlaCar



Partenza da



Arrivo a



Oggi



Data di ritorno



1 passeggero

Trova



Mostra alloggi

Budget limitato? Risparmia al massimo in autobus!



IMPATTO

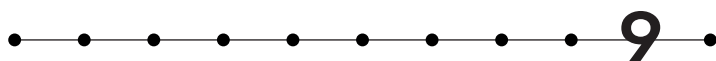
Ambientale ●

Riempiendo i posti vuoti ottimizza un'inefficienza dell'auto e riduce n° veicoli.

Sociale ●

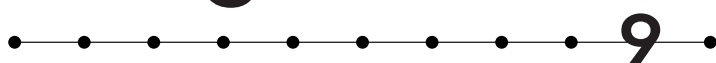
Permette l'arrivo a luoghi non serviti da mezzi pubblici anche a chi non guida.

Fiducia



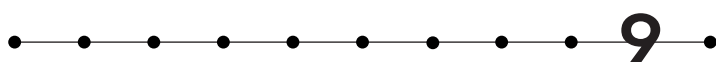
Tramite verifica di identità, rating reciproci, pagamenti anticipati, e livelli di utilizzo la sicurezza è molto alta.

Bisogno



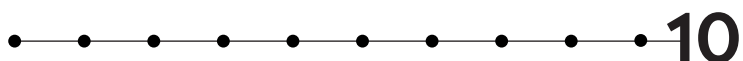
Il risparmio economico può essere molto alto però si può anche scegliere per comodità e socialità.

Fruibilità



Web/app molto chiara, semplice e immediata, estensione geografica molto ampia.

Scalabilità



Per la parte di carpool non di autobus, tutto ciò che fornisce è il software.

TABELLA COMPARATIVA

	<i>Fiducia</i>	<i>Bisogno</i>	<i>Fruibilità</i>	<i>Scalabilità</i>
BlaBlaCar	9	9	9	10
Olio	8	9	9	9
Grover	9	8	10	8
Hygglo	9	8	8	8
OR	9	9	9	7
Tulu	9	7	9	8
Library of things	9	8	8	6
Swapush	7	8	8	7
Pumpipumpe	8	6	9	6
Coso	8	7	6	6
Leila	8	7	6	5
Banca del Tempo	9	8	5	3
S.M.S. Milano	8	10	4	2
PeerBy	6	7	5	4

La tabella è ordinata in base alla media dei punteggi applicati, questa evidenza come il parametro della Fiducia sia ormai stato ampiamente considerato dalle piattaforme digitali. Il vero scoglio per l'adozione di massa dello scambio risiede nella Fruibilità. I modelli associativi richiedono all'utente uno sforzo troppo alto. Per avere una forte Scalabilità invece, è necessario progettare evitando grandi problemi logistici o grandi capitali d'investimento.

<i>Struttura</i>	<i>Scala</i>	<i>Target</i>	<i>Touchpoint</i>
C2C	Globale	Misto	Ibrido
C2C	Quartiere	Vicinato	Ibrido
B2C	Nazione	Misto	Digitale
C2C	Nazione	Misto	Ibrido
B2C	Nazione	Community	Digitale
B2B2C	Edificio	Community	Fisico
B2C	Quartiere	Misto	Ibrido
C2C	Nazione	Community	Ibrido
Informale	Quartiere	Vicinato	Fisico
C2C	Quartiere	Vicinato	Fisico
Associativo	Città	Misto	Ibrido
Associativo	Città	Vicinato	Fisico
Informale	Quartiere	Community	Fisico
C2C	Quartiere	Vicinato	Ibrido

SUCCESSI

CREAZIONE DI FIDUCIA

La fiducia non nasce da sola, va ingegnerizzata nell'app. Sistemi di recensioni, verifiche per sbloccare lo scambio tra estranei permettono di avere un maggiore bacino di utenti. Esempi come BlaBlaCar (con le recensioni obbligatorie e l'identità verificata) e Grover (offrendo un'assicurazione integrata che toglie l'ansia di rompere l'oggetto) mostrano come il successo di un progetto sia strettamente proporzionale alla fiducia che trasmette.

GAMIFICATION

La Gamification e le ricompense visive, come ad esempio in OLIO, portano l'utente ad affezionarsi e ritornare successivamente nell'app. Questo può essere anche nel sistema di baratto, ma dall'analisi emerge che sistema 1:1 è molto difficile, soprattutto online. In casi come Swap o Coso il sistema di token garantisce scambi sicuri e comodi.

ELEMENTI FISICI

L'integrazione di un elemento fisico per superare la barriera digitale ad esempio Pumpipumpe, che usa gli adesivi sulle cassette della posta per rendere visibile lo scambio, e Tulu che piazza i locker fisicamente nell'atrio.

ANALISI COMPARATIVA



L'analisi evidenzia una forte polarizzazione nel mercato. Le piattaforme ad alta diffusione si limitano a scambi transazionali, mentre i modelli di vera circolarità faticano a uscire dalla dimensione locale.

RISCHI

IPER-LOCALE

Il rischio dell'iper-localismo si presenta se non c'è una massa di utenti vicini, l'app muore dopo pochi mesi, come ad esempio Peer-By. Inoltre c'è il rischio che se l'utente cerca un oggetto e nessuno risponde smetta di usare la piattaforma.

La chiarezza delle disponibilità è quindi fondamentale.

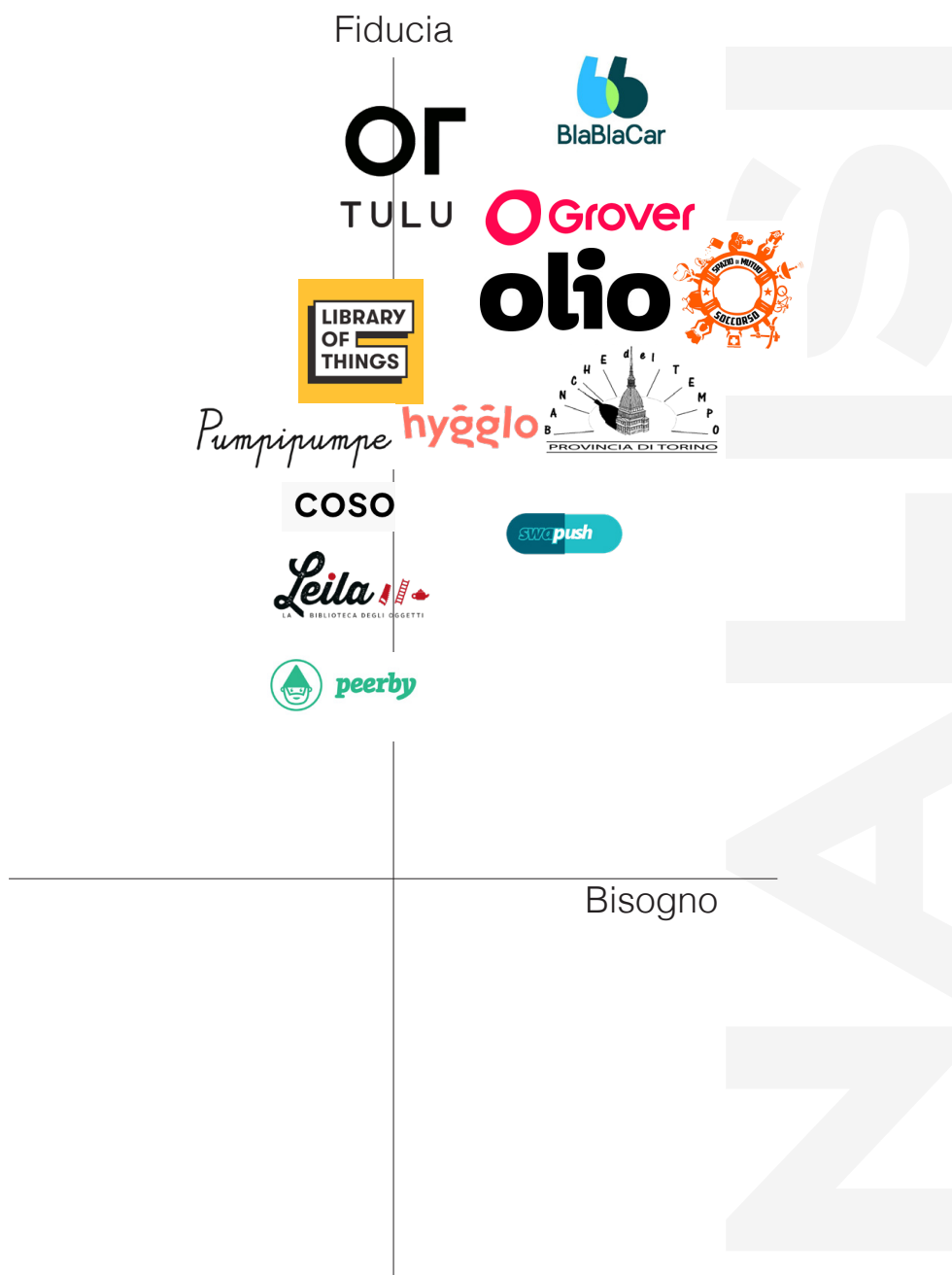
Inoltre un altro rischio riguarda la fatica a trovare un punto di incontro, sistemi come OLIO funzionano molto bene in città grandi come Londra, però non presenta il problema dei punti d'incontro tramite il ritiro a casa. Rimane solo il rischio di incrocio dei tempi degli utenti

Questi rischi possono essere diminuiti tramite dei punti drop off, come locker (Library of things) o drop off come tabaccai o negozi.

UX/UI

Interfacce datate o processi troppo macchinosi rischiano di allontanare gli utenti. Sistemi intelligenti come quello di Grover, che si presenta come alternativa sotto un acquisto sono molto intelligenti e chiari. Piattaforme come Peer-by dove la funzionalità della piattaforma è scarsa, contribuiscono al fallimento di essa.

ANALISI COMPARATIVA



L'analisi evidenzia una forte polarizzazione nel mercato. Le piattaforme ad alta diffusione si limitano a scambi transazionali, mentre i modelli di vera circolarità faticano a uscire dalla dimensione locale.

CRITERI DI SELEZIONE

La selezione dei casi studio è stata costruita per osservare servizi e piattaforme legati alla condivisione, al prestito, al noleggio e alla circolazione degli oggetti.

I casi analizzati presentano tutti modelli diversi. Alcuni operano a livello urbano o nazionale, altri su comunità più ristrette. Alcuni adottano un modello B2C, più strutturato, mentre altri si basano su logiche C2C o peer-to-peer. I servizi analizzati sono sia sistemi ibridi, dove ad esempio si inizia l'esperienza online e si arriva ad un punto di ritiro, oppure sistemi puramente digitali come Grover, dove il tutto avviene online e non c'è contatto diretto. Altri sistemi sono invece puramente fisici, non ci sono software e concordare o a spiegare il funzionamento, avviene tutto di persona.

La varietà dei casi studio ha permesso di capire quali elementi possono rendere un servizio di condivisione realmente accessibile. L'analisi non si è concentrata solo su oggetti condivisi, ma anche sul modo in cui i diversi servizi costruiscono la fiducia e la voglia di partecipazione.

Confrontare iniziative comunitarie con modelli più strutturati ha fatto emergere alcuni temi interessanti. La fiducia tra gli utenti, il legame con uno spazio fisico, la gestione dello scambio e il valore percepito di esso.

METODO DI VALUTAZIONE

Per confrontare i casi studio tra di loro, ogni servizio è stato analizzato attraverso 4 criteri.

A ogni criterio è stato assegnato un punteggio da 1 a 10, dove 1 indica una presenza molto debole del criterio e 10 una soluzione estremamente efficace.

La valutazione non ha però l'obiettivo di costruire una classifica assoluta, solo un confronto tra servizi.

Il primo criterio è la fiducia, intesa come capacità del servizio di ridurre la percezione di rischio o pericolo.

Il secondo criterio è il bisogno, cioè la capacità del servizio di rispondere a una necessità reale e comprensibile.

Il terzo criterio è la fruibilità, ovvero la semplicità con cui l'utente può completare il percorso di ricerca, richiesta, ritiro e restituzione.

Il quarto criterio è la scalabilità, intesa come capacità del modello di crescere e adattarsi a contesti diversi.

Accanto a questi criteri sono stati considerati anche l'impatto ambientale, legato alla riduzione di nuovi acquisti e all'allungamento del ciclo di vita degli oggetti, e l'impatto sociale, legato alla capacità di generare senso di appartenenza o di fornire assistenza a chi ne ha bisogno.

DALL'ANALISI AL PROGETTO

L'analisi dei casi studio ha permesso di individuare alcune direzioni utili per lo sviluppo di un servizio.

La prima riguarda la fiducia. I servizi più efficaci non si limitano a mettere in contatto domanda e offerta, ma costruiscono condizioni di sicurezza attraverso verifiche, regole chiare, tracciabilità e infrastrutture riconoscibili.

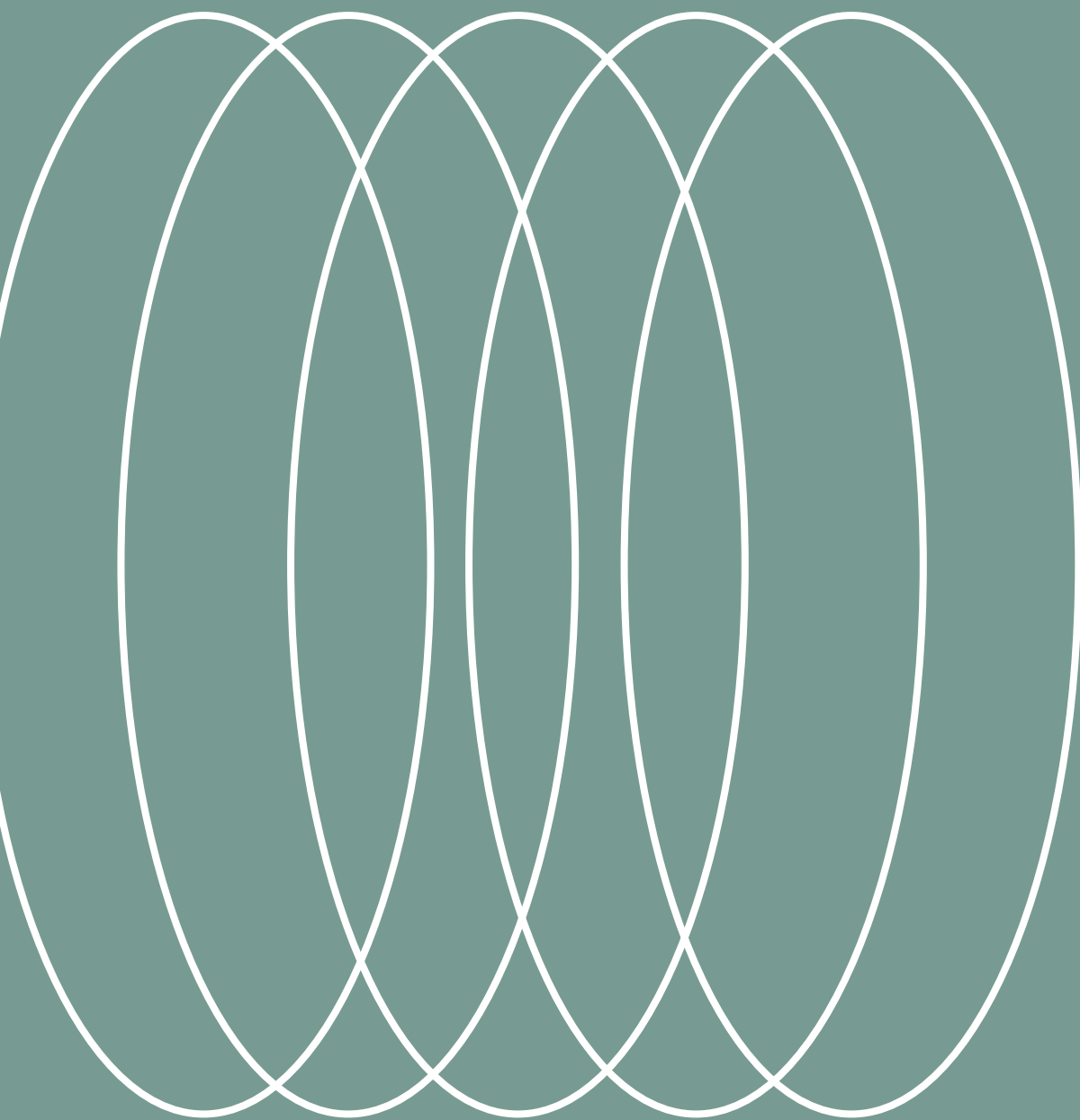
La seconda direzione riguarda l'imbarazzo della richiesta. Chiedere un oggetto in prestito può generare disagio, perché espone un bisogno personale e richiede un'interazione con persone che spesso non si conoscono bene.

La terza direzione riguarda la prossimità. Molti servizi lavorano su scala urbana o nazionale, ma questa ampiezza può rendere più complessi il ritiro, la restituzione e la costruzione di fiducia.

Un altro aspetto emerso riguarda il passaggio tra digitale e fisico. In molti servizi è semplice richiedere un oggetto online, ma il momento concreto dello scambio rimane poco strutturato.

INDICE

5.1 Intro.....	70
5.2 How Might We.....	71
5.3 Linee Guida	72
5.4 Concept.....	73
5.5 Target.....	74
5.6 Tone of voice	78
5.7 Identità visiva.....	79
5.8 Output.....	84
5.9 Storyboard.....	100
5.10 Campagna di comunicazione	103



Progetto

CAPITOLLO 5

INTRO

A seguito dell'analisi comparativa emerge un paradosso chiaro: i progetti con il maggiore impatto etico e ambientale sono spesso quelli che falliscono prima. Non per mancanza di valori, ma per mancanza di design. La fiducia va ingegnerizzata, non data per scontata. La semplicità non è un dettaglio estetico, è una condizione di sopravvivenza del servizio. E senza leve motivazionali che rendano lo scambio gratificante nel tempo, anche l'utente più convinto abbandona. Kula nasce da queste consapevolezze.

Come potremmo far sentire lo scambio un gesto sociale positivo invece che un favore imbarazzante?

Come potremmo rendere lo scambio tra vicini così semplice da essere più veloce dell'acquisto online?



Come potremmo trasformare uno spazio già esistente (l'androne, il corridoio) in un punto di scambio naturale?

Come potremmo mantenere vivo il servizio nel tempo, evitando che venga abbandonato dopo i primi giorni?

Linee guida

PROGETTARE LA FIDUCIA, NON DARLA PER SCONTATA:

La diffidenza verso l'estraneo è una barriera emotiva reale, non un pregiudizio da ignorare. Un servizio di condivisione deve costruire attivamente le condizioni in cui la fiducia emerge.

RIDURRE I COSTI PERCEPITI, FINO A RENDERLI DEI VANTAGGI:

Spesso la condivisione non fallisce perché le persone non vogliono condividere, ma semplicemente perché il costo percepito che sia organizzativo, emotivo, temporale supera il beneficio atteso. Lo scambio deve diventare più semplice e immediato dell'acquisto, eliminando passaggi superflui.

UTILIZZARE LA PROSSIMITÀ COME RISORSA:

La vicinanza fisica tra le persone è una risorsa spesso ignorata, ma fondamentale per riattivare dinamiche di fiducia e comunità. Con un nuovo perimetro dello scambio si può semplificare la logistica, la fiducia e creare valore sociale.

INSERIRE IL FISICO NEL DIGITALE:

Un servizio presente solo digitalmente rischia di non entrare a far parte della quotidianità degli utenti. Integrare elementi fisici nel flusso digitale anche minimi, anche economici crea punti di contatto tangibili che rendono il servizio presente, riconoscibile e parte dello spazio condiviso.

TRASFORMARE LO SCAMBIO IN NARRAZIONE COLLETTIVA:

Ogni oggetto che cambia mano accumula una storia. Ogni gesto di condivisione produce un dato. Rendere visibile questo flusso attraverso riepiloghi, riconoscimenti trasforma atti individuali in una narrazione comune. Creando comunità non solo con gli scambi, ma anche con la consapevolezza di farne parte.

T
P
E
C
Z
O
O

Kula

Ogni giorno vediamo persone che vivono e lavorano proprio accanto a noi. Senza riconoscerle, ci dimentichiamo che ogni palazzo, ogni quartiere ha la sua storia esattamente come ogni oggetto fermo, in attesa di essere usato.

Kula vuole essere l'interruttore che riattiva quel movimento silenzioso, tessendo legami tra persone vicine e restituendo vita agli oggetti che dormono a pochi metri da noi. Trasformando ogni palazzo in un ecosistema vivo.

Target

Kula si rivolge a un pubblico accomunato non da un'età o una professione, ma da un contesto di vita: quello della prossimità. Il target primario è composto da giovani adulti tra i 20 e i 30 anni, studenti fuorisede o neolaureati, che vivono in spazi condivisi e hanno bisogni temporanei che non giustificano l'acquisto. Dispongono di risorse economiche limitate, hanno una naturale familiarità con il digitale e una sensibilità ecologica già formata.

Il target secondario si concentra invece sui residenti dei condomini urbani, di varia età. Residenti che hanno in comune una percezione di comunità non abbastanza sfruttata, con voglia di integrarsi nel proprio spazio abitativo e consapevoli che i loro oggetti in casa potrebbero essere utili a qualcun altro.

Kula si rivolge infine a una figura spesso invisibile nella progettazione di servizi, ovvero chi attiva la comunità. Rappresentanti degli studenti, amministratori di condominio, responsabili HR, persone che hanno già un ruolo di connettore nella propria struttura e cercano strumenti semplici per rafforzarlo.



SARA

Età: 24

Luogo: Torino (fuori sede da Palermo)

Genere: Donna

Occupazione: Studentessa magistrale in Psicologia

Valori: Sostenibilità, praticità, senso di comunità

Obiettivi: Vivere bene con un budget limitato, non accumulare oggetti inutili, sentirsi parte di un contesto nuovo

Descrizione: Sara si è trasferita a Torino due anni fa, vive in uno studentato universitario in centro città. Da quando è arrivata ha arredato la sua stanza con l'essenziale e compra quasi tutto di seconda mano. Conosce bene le logiche dello scambio online, ma non ha mai trovato uno strumento più semplice e immediato, pensato per la residenza in cui vive.

Il suo rapporto con gli oggetti e la condivisione: Sara sa benissimo che al piano di sopra c'è qualcuno con un trapano, e che in fondo al corridoio qualcuno ha una valigia grande che le servirebbe per le vacanze. Ma non sa chi sono, e chiedere le sembra sempre un passo troppo grande. Finisce per comprare o rinunciare.

Di cosa ha bisogno: Di uno strumento che renda normale chiedere, che le tolga l'imbarazzo della richiesta diretta e che le permetta di conoscere, anche indirettamente, le persone con cui condivide gli spazi.

LUCA

Età: 41

Luogo: Milano

Genere: Uomo

Occupazione: Ingegnere, lavora in smart working tre giorni su cinque

Valori: Pragmatismo, rispetto per l'ambiente, qualità della vita

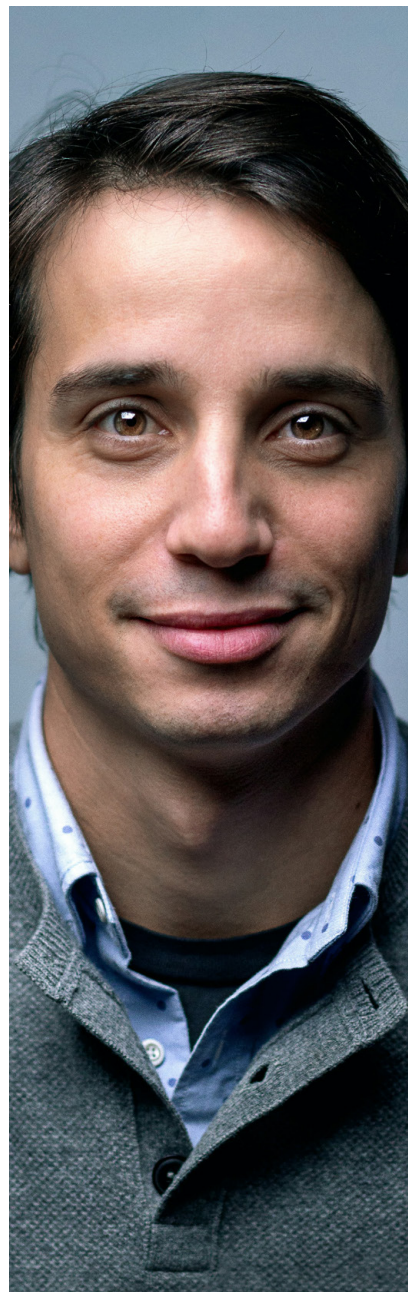
Obiettivi: Ottimizzare gli spazi di casa, evitare acquisti inutili, avere un rapporto più concreto con il proprio quartiere

Descrizione: Luca vive in un condominio di sedici appartamenti in zona Navigli. Conosce di vista quasi tutti i vicini ma non ha mai avuto occasione di parlarci davvero. In cantina ha un'idropulitrice, una tenda da campeggio e una serie di attrezzi che usa al massimo due volte l'anno. Sa che probabilmente anche gli altri hanno la stessa situazione, ma non esiste nessun canale per coordinarsi.

Il suo rapporto con gli oggetti e la condivisione:

Luca non ha problemi a prestare le sue cose anzi, preferirebbe che venissero usate piuttosto che stare ferme. Il problema è la logistica: non vuole gestire messaggi su WhatsApp, non vuole essere reperibile in orari strani, non vuole dover spiegare ogni volta dove si trova l'oggetto e come funziona.

Di cosa ha bisogno: Di un sistema che gestisca la parte organizzativa al posto suo, che tracci lo scambio in modo semplice e che non richieda nessuna interazione sociale forzata.





MARTINA

Età: 28

Luogo: Bologna

Genere: Donna

Occupazione: Rappresentante degli studenti presso uno studentato universitario

Valori: Inclusività, partecipazione, innovazione sociale

Obiettivi: Creare occasioni di aggregazione reale tra gli studenti, ridurre gli sprechi all'interno della struttura, proporre iniziative concrete alla direzione

Descrizione: Martina è la figura di riferimento per circa duecento studenti nel suo studentato.

Lei organizza tutto all'interno dello studentato e si interfaccia con ogni tipo di persona al suo interno. Ha già provato a creare un gruppo WhatsApp per gli scambi informali, ma è rimasto attivo per due settimane e poi è stato abbandonato.

Il suo rapporto con gli oggetti e la condivisione:

Martina vede ogni giorno oggetti abbandonati nelle aree comuni, come ventilatori, libri e sa che c'è un potenziale enorme. Ha bisogno di uno strumento che permetta di rendere lo studentato dove lavora uno spazio di comunità, che non richieda una gestione continua e che sia presentabile alla direzione come qualcosa di serio.

Di cosa ha bisogno: Di uno strumento semplice ma chiaro, che possa proporre alla direzione, attivare in autonomia e che si mantenga vivo senza bisogno di una sua presenza costante.

Tone of voice

Kula parla come parlerebbe un vicino di casa sveglio e simpatico qualcuno, di cui ti fidi, che va dritto al punto e non ti fa perdere tempo. Il tono è infatti diretto e leggero. Non impone, non predica, non spiega troppo.

Il linguaggio è semplice e accessibile, senza termini tecnici né slogan vuoti. Kula non si presenta come una piattaforma di economia circolare con un manifesto ambientale anche se lo è. Preferisce mostrare i risultati piuttosto che dichiarare i valori, lasciando che siano i numeri, i badge e i riepiloghi collettivi a raccontare l'impatto reale.

Il tono sa essere caldo quando celebra la comunità un oggetto che ha girato tra dieci mani, un palazzo che ha risparmiato cinquanta acquisti in un anno e asciutto quando guida l'utente in un'azione, perché in quei momenti la chiarezza è la forma più alta di rispetto.

Kula evita il tono moralizzante di chi vuole educare, il tono entusiasta e vuoto di chi vuole vendere, e il tono freddo di chi vuole solo essere efficiente. Sceglie invece qualcosa di più raro: la semplicità con personalità.

Identità visiva

L'identità visiva di Kula punta a costruire un sistema semplice e riconoscibile, vicino alla quotidianità degli utenti. Il progetto non ha come obiettivo quello di presentarsi come una piattaforma tech o eccessivamente commerciale, ma è stata progettata per comunicare fiducia, prossimità e semplicità. Il servizio si colloca infatti in un contesto delicato, quello dello scambio di oggetti personali tra persone che abitano nello stesso edificio, e deve quindi risultare immediatamente accessibile, rassicurante e riconoscibile.

Le scelte grafiche non hanno l'obiettivo di costruire un'immagine eccessivamente tecnologica o distante, ma di restituire una dimensione quotidiana e familiare, coerente con gli spazi domestici e condominiali in cui il servizio prende forma. Logo, tipografia, palette cromatica e linguaggio fotografico contribuiscono quindi a creare un sistema visivo caldo ma ordinato, capace di accompagnare l'utente in un'esperienza di scambio semplice, guidata e integrata nella vita del proprio edificio.

LOGO:

Il logotipo è essenziale, non sono presenti elementi grafici ma solo il nome stesso, in font Zaslina. La scelta di non inserire simboli o elementi grafici complessi deriva dalla necessità di mantenere un'identità chiara e immediata. Il logotipo quindi assume il ruolo di firma del servizio, identifica un punto preciso della struttura anche grazie alla sua palette colori e firma il servizio di applicazione, rimane riconoscibile e immediato, segnando la sua presenza nello spazio.

Le aree di rispetto sono state definite utilizzando un elemento interno al logo stesso, la "a" presente nella scritta Kula, viene usata come unità di misura. Questa definisce la distanza minima tra il logo e qualsiasi altro elemento grafico presente all'interno della composizione.



Kula

Kula

Kula

Kula

Kula

Kula

Kula

Kula

Kula

PALETTE COLORI:

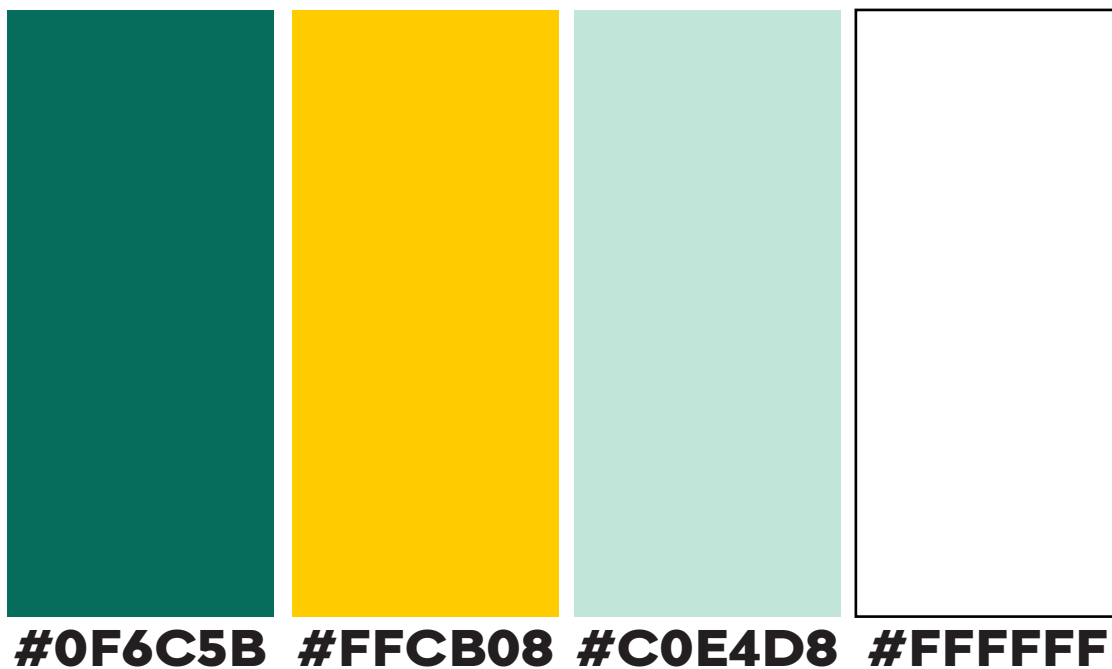
La palette cromatica di Kula si costruisce attorno a un verde scuro e profondo, utilizzato come colore principale dell'identità visiva. Il verde nasce dalla volontà di creare fiducia, stabilità e comunità.

Il verde richiama anche la sostenibilità ambientale, senza però ricorrere eccessivamente ad un'estetica ecologica o didascalica.

Assieme al verde, il giallo viene utilizzato come colore secondario. La sua funzione principale è quella di attirare l'attenzione, guidando così l'utente durante le azioni più importanti, come iniziare l'esperienza, proporre un orario o in generale attivare un passaggio del servizio. Il giallo è inoltre un colore energico, che crea un netto contrasto con il verde scuro, rendendo le call to action facilmente riconoscibili.

Vengono utilizzate poi tonalità diverse di bianco, dal cream al ghiaccio. Queste sono impiegate per le card, le aree di lettura e i contenuti informativi. Questo per mantenere la leggibilità alta e bilanciare lo scuro del verde, evitando un'interfaccia troppo pesante. Il contrasto con il background verde invece, rende il sistema visivo semplice ed ordinato, con i tocchi di giallo l'interfaccia diventa immediatamente riconoscibile.

La palette assume quindi una doppia funzione, definendo il carattere identitario del servizio, ma anche sostenendo la gerarchia e l'accessibilità dell'interfaccia, distinguendo gli elementi informativi dalle azioni principali.



FOTOGRAFIA E INTERFACCIA:

Kula ha un linguaggio fotografico preciso ma semplice, le immagini sono quotidiane e vicine all'esperienza degli utenti. Mostrano ambienti domestici, androni o corridoi.

Anche l'interfaccia riprende questa impostazione attraverso delle card dalle forme morbide, pulsanti arrotondati e layout essenziali. Le forme e le immagini contribuiscono a rendere l'esperienza immediata e meno rigida.

La UI cerca un equilibrio tra riconoscibilità e familiarità. Utilizzando elementi già visti come card, chat, cataloghi. Introduce però elementi di community come il sistema del Kula Ring e la valorizzazione della storia degli scambi.

TOUCHPOINT FISICI:

Il primo contatto che l'utente ha con Kula è un touchpoint fisico, l'utente all'interno di uno spazio comune di un edificio, ovvero il Kula Ring. Questo elemento permette di collegare l'esperienza digitale dell'app a uno spazio reale e condiviso, trasformando un luogo spesso percepito come semplice zona di passaggio in un punto di attivazione della community.

Il poster sopra il Kula Ring invece presenta un messaggio sintetico e un QR code, il poster permette agli abitanti di scoprire il servizio, scaricare l'app e collegarsi alla community del proprio edificio.

L'obiettivo è proprio quello di rendere il servizio digitale meno distante, entrando nel contesto reale, ma soprattutto quello di creare una vera community, che condivide gli stessi spazi. Questo inoltre rafforza la fiducia, conoscendo il luogo di scambio molto bene, rendendo l'esperienza meno anonima.

Output

L'output progettuale della tesi è un sistema fisico-digitale pensato per facilitare la condivisione temporanea di oggetti tra persone che abitano nello stesso edificio. Il progetto nasce dalla volontà di lavorare su alcune delle barriere che spesso impediscono lo scambio tra vicini: la poca conoscenza reciproca, l'imbarazzo nel chiedere un oggetto in prestito, la difficoltà nel mettersi d'accordo e l'assenza di uno strumento semplice che colleghi lo spazio fisico del condominio a un'interfaccia digitale.

Kula non è pensato come un marketplace di oggetti usati, ma come un servizio legato a una comunità precisa e riconoscibile, quella del proprio palazzo. Attraverso l'app, i vicini possono vedere quali oggetti sono disponibili nell'edificio, aggiungere quelli che non utilizzano spesso, contattare i proprietari, proporre un orario per lo scambio e seguire il prestito fino alla sua conclusione.

Il sistema è composto da più elementi che lavorano insieme: l'applicazione mobile, il "Kula Ring", ovvero il punto fisico di accesso e di scambio, il poster informativo collocato nell'atrio con il relativo qr code legato all'edificio e alcune funzioni digitali pensate per rendere più semplice la partecipazione degli utenti.

L'app segue un flusso semplice, dall'accesso alla community, seguito dalla consultazione del catalogo, alla scheda dettaglio dell'oggetto, fino al contatto tra i vicini. Le schermate sono pensate per accompagnare l'utente passo dopo passo, riducendo le incertezze e rendendo il prestito chiaro, accessibile e naturale.



Lascia, prendi, restituisci

La semplicità di un e-commerce,
l'etica dello scambio.

INIZIA



Condividi ciò che non usi

Il tuo trapano è fermo da mesi,
qualcuno nel palazzo lo aspetta.

CONTINUA



Quello che ti serve è a un piano da te

Entra nella community del tuo edificio
e scambia attraverso il Kula Ring.

ENTRA IN KULA

ARCHITETTURA DEL SERVIZIO:

Kula è progettato come un sistema composto da due livelli. Da un lato il profilo personale dell'utente, dall'altro la community legata al singolo edificio. Il primo livello riguarda la creazione dell'account e la registrazione dell'utente all'interno dell'app, il secondo permette invece di accedere allo spazio digitale del proprio palazzo.

Questa separazione è importante perché la registrazione non coincide automaticamente con l'ingresso in una community. L'utente può creare un account tramite email, Google o Apple, ma per entrare nella community del proprio edificio deve scansionare il QR code presente sul Kula Ring (oppure inserire un codice edificio). In questo modo Kula non funziona come una piattaforma aperta e indistinta, ma come un insieme di piccole comunità locali, ciascuna collegata a un luogo fisico preciso.

Il QR code diventa quindi il collegamento tra l'androne e l'app. Se viene scansionato direttamente dalla fotocamera del telefono, il link può portare l'utente al download dell'app e conservare, tramite deep linking, il riferimento alla community dell'edificio. Dopo la registrazione o l'accesso, l'utente viene accompagnato alla schermata del proprio palazzo. Se invece l'app viene scaricata direttamente dallo store, il percorso è leggermente diverso: l'utente completa prima l'onboarding e la registrazione, per poi collegare in un secondo momento il proprio edificio tramite QR code o codice.

Questa struttura permette di distinguere il profilo personale dell'utente dalla sua appartenenza a una community specifica. L'accesso non avviene quindi a un catalogo generico e anonimo, ma a uno spazio digitale limitato al proprio edificio, dove gli oggetti disponibili appartengono a persone che condividono lo stesso contesto abitativo.



FLUSSI PRINCIPALI DELL'APPLICAZIONE:

La progettazione dell'app è stata sviluppata a partire da alcuni flussi principali, che corrispondono alle fasi più importanti dell'esperienza d'uso: il primo accesso, l'ingresso nella community dell'edificio, la consultazione degli oggetti disponibili, il contatto con il proprietario e l'organizzazione dello scambio.

Questi flussi non servono soltanto a descrivere il funzionamento dell'app, ma rispondono anche alle criticità emerse nella fase di ricerca. In particolare, il progetto cerca di semplificare l'accesso alla community, rendere meno imbarazzante la richiesta di un oggetto in prestito, aumentare la fiducia tra vicini e facilitare il coordinamento pratico dello scambio.

Per questo motivo, il percorso dell'utente è stato pensato in modo guidato. Kula non propone una semplice bacheca di annunci, dove l'utente deve gestire tutto autonomamente, ma costruisce un'esperienza più accompagnata: il contesto dell'edificio, il Kula Ring e le funzioni digitali dell'app contribuiscono insieme a rendere il prestito più chiaro, accessibile e rassicurante.



ONBOARDING E ACCESSO ALLA COMMUNITY:

Il primo flusso riguarda l'ingresso dell'utente nel sistema Kula. Le schermate di onboarding introducono in modo sintetico il funzionamento e i valori principali del servizio: mettere in circolo gli oggetti inutilizzati, trovare ciò che serve all'interno del proprio edificio e rendere il prestito tra vicini un gesto più semplice e quotidiano.

Dopo questa prima introduzione, l'utente può registrarsi o accedere tramite email, Google o Apple. La creazione dell'account permette di costruire un profilo personale, ma non dà ancora accesso agli oggetti disponibili. Per entrare nella community del proprio palazzo è infatti necessario collegare l'account a un edificio specifico.

Il flusso può quindi svilupparsi in due modi. Nel primo caso, l'utente scarica l'app dallo store, completa l'onboarding e la registrazione, e solo dopo collega il proprio edificio tramite QR code o codice. Nel secondo caso, l'utente scansiona direttamente il QR presente sul Kula Ring, e se l'app è già installata, viene aperta la schermata della community. Se non è ancora installata, il link porta al download e conserva il riferimento all'edificio tramite deep linking. Dopo l'accesso, l'utente visualizza la community riconosciuta e può entrare nel catalogo degli oggetti disponibili.



ESPLORAZIONE, E PROPOSTA DI SCAMBIO:

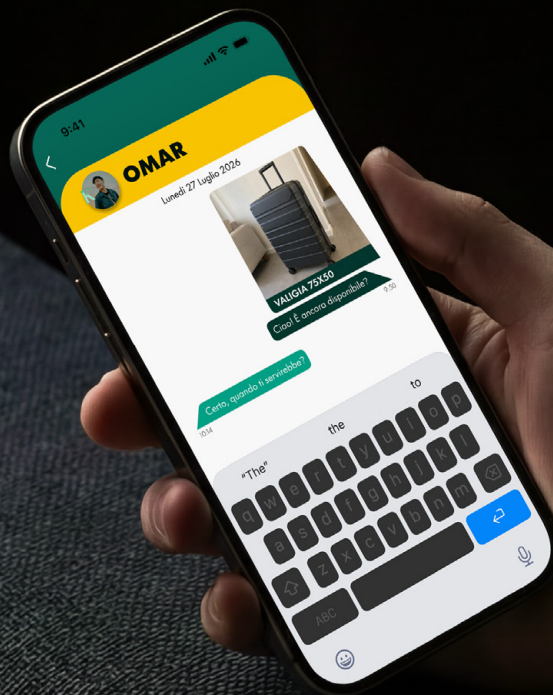
Una volta entrato nella community, l'utente accede alla home dell'edificio, dove può visualizzare gli oggetti disponibili, cercare ciò di cui ha bisogno e navigare tra le diverse categorie. Il catalogo utilizza soluzioni già familiari, come la griglia di oggetti e le card fotografiche, o la possibilità di aggiungere gli oggetti nella propria lista dei preferiti.

La scheda di dettaglio permette all'utente di raccogliere le informazioni principali prima di contattare il proprietario. Sono presenti fotografie aggiuntive, una breve descrizione e alcune informazioni pratiche, come categoria, disponibilità, eventuale cauzione e modalità di scambio. In questo modo la pagina non serve solo a descrivere l'oggetto, ma aiuta anche a rendere la richiesta più chiara e meno incerta.

Dal dettaglio dell'oggetto l'utente può scegliere tra due azioni: scrivere un messaggio al proprietario oppure proporre direttamente un orario per lo scambio. Questo per permettere sia all'utente di poter chattare e richiedere eventuali informazioni aggiuntive, oppure di avere un modo diretto, senza troppi giri di parole.

Il flusso dedicato alla proposta di orario rende questo passaggio più guidato. L'utente può proporre alcuni slot temporali e il proprietario può accettare, rifiutare o suggerire un'alternativa. Quando la proposta viene confermata, l'app mostra una schermata di riepilogo con l'oggetto, la persona coinvolta, l'orario e il punto di scambio.

In questo modo Kula cerca di mantenere un equilibrio tra relazione e organizzazione. La chat non viene eliminata, ma non diventa l'unico strumento per accordarsi. L'interfaccia accompagna l'utente nei passaggi più delicati e rende la richiesta di prestito più semplice, leggibile e più strutturata.



RICHIESTA ALLA COMMUNITY:

Accanto al catalogo degli oggetti disponibili, Kula prevede una sezione dedicata alle richieste della community. Questa funzione nasce dall'idea che molti oggetti utili potrebbero non essere caricati su Kula anche se potrebbero essere utili. I proprietari potrebbero dimenticare infatti di caricare alcuni oggetti oppure in caso di beni usati periodicamente, non aver voglia di caricarlo, ma questo non nega che potrebbero prestarli volentieri in caso di bisogno.

La sezione richieste è quindi pensata per segnalare il bisogno di un qualcosa non presente nel catalogo, questo può essere fatto sia tramite chat private con utenti magari più conosciuti oppure direttamente tramite il tasto richiedi, questo notificherà a tutti i residenti la richiesta e se si vuole e se ne ha la disponibilità si può procedere alla condivisione.

In questo modo Kula non dipende solo da chi decide spontaneamente di pubblicare un oggetto, ma può attivarsi anche a partire da un bisogno espresso dalla community.

La funzione di richiesta alla community è pensata anche per ridurre l'imbarazzo percepito durante una richiesta diretta ad un vicino, essendo una richiesta rivolta a tutti, rende la notifica meno invasiva, perché l'interazione è mediata dall'app e organizzata attraverso un formato chiaro.



ATTIVAZIONE DI NUOVE RESIDENZE:

Kula prevede anche un flusso dedicato agli utenti che desiderano portare il servizio nel proprio edificio. Questa funzione non permette di aggiungere liberamente un nuovo palazzo alla piattaforma, ma avvia una richiesta guidata. In questo modo è possibile mantenere maggiore controllo sull'attivazione delle community e garantire coerenza tra app, spazio fisico e materiali presenti nell'edificio.

L'utente può iniziare il processo da una schermata dedicata, inserendo l'indirizzo dell'edificio, il numero indicativo di appartamenti, la tipologia abitativa e il proprio ruolo. La distinzione tra abitante, amministratore, referente di una residenza o gestore di uno studentato permette di adattare l'attivazione al contesto reale e alle persone coinvolte.

Una volta inviata la richiesta, il servizio può valutare l'attivazione della community e fornire il materiale necessario per introdurre Kula nello spazio comune. Questo passaggio evita la creazione di community non verificate e mantiene il collegamento tra l'app, l'edificio reale e i touchpoint fisici.

Il flusso mostra come Kula possa crescere in modo progressivo, edificio dopo edificio, senza diventare una piattaforma generica. Ogni nuova community non è soltanto un gruppo digitale, ma uno spazio di scambio legato a un luogo preciso, a un QR dedicato e a una rete reale di abitanti.



9:41

PORTA KULA NELLA TUA RESIDENZA

Se la tua residenza non è ancora su Kula, richiedine qui l'attivazione.

IL TUO RUOLO:

Es: amministratore, referente, residente

DATI DELLA RESIDENZA:

Indirizzo

Numero appartamenti o unità

Tipologia (es: condominio, studentato, co-living)

I TUOI DATI:

Numero di telefono

E-mail

INVIA RICHIESTA

BADGE, PUNTI KULA E RECAP DELLA COMMUNITY:

Per rendere più visibile il valore generato dagli scambi, il progetto prevede un sistema di badge, punti Kula e riepiloghi periodici della community. I punti non sono pensati come un meccanismo puramente competitivo, ma come un modo per restituire agli utenti l'effetto delle proprie azioni: oggetti condivisi, prestiti completati, puntualità nelle restituzioni e partecipazione alla vita dell'edificio.

I badge evidenziano alcuni comportamenti positivi, come la quantità di scambi o la velocità di riconsegna. Accanto a questi elementi individuali, il recap della community restituisce una visione collettiva di ciò che è successo nel tempo: il numero totale di scambi, gli oggetti più condivisi, le categorie più richieste, gli utenti più attivi e gli acquisti potenzialmente evitati.

Questa funzione si ispira alla logica dei riepiloghi personalizzati, ma la applica alla scala dell'edificio. L'obiettivo è trasformare i dati dell'app in una narrazione comprensibile per gli abitanti, mostrando in modo concreto cosa la community è riuscita a costruire. In questo modo gli scambi non restano episodi isolati, ma diventano parte di una storia comune fatta di oggetti che continuano a circolare.



SISTEMI DI SICUREZZA E VERIFICA:

Uno degli aspetti centrali del progetto riguarda la sicurezza percepita dagli utenti. Dopo la fase di analisi dei casi studio è infatti emerso quanto sia importante avere una sicurezza percepita molto alta per vedere un servizio funzionare.

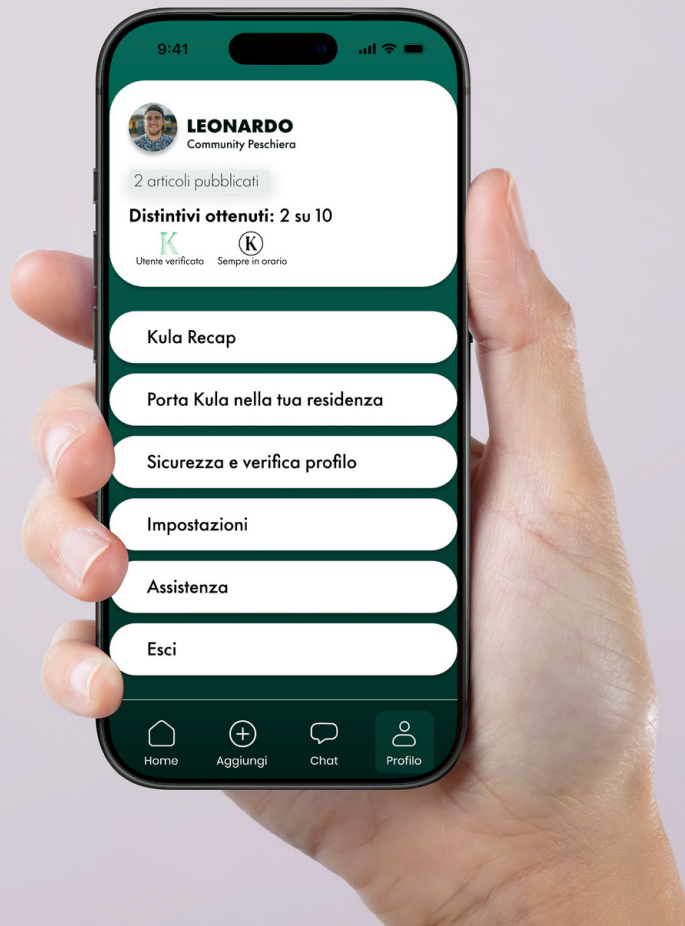
Il QR code presente sul Kula Ring non viene quindi considerato come un accesso libero e automatico alla community, ma come un primo livello di riconoscimento dell'edificio. Scansionando il QR, l'app identifica la community collegata a quello specifico palazzo, ma l'utente deve comunque completare la registrazione e confermare la propria appartenenza al contesto abitativo.

Per rafforzare questo passaggio, durante l'accesso alla community l'utente può selezionare il proprio appartamento o interno. Questa informazione permette di associare il profilo a una posizione precisa all'interno dell'edificio, evitando che gli utenti restino completamente anonimi.

Durante la registrazione, oppure in un secondo momento, l'utente può verificare la propria appartenenza all'edificio tramite un documento, un contratto, una bolletta o un altro elemento che confermi il legame con l'abitazione. Questa verifica apparirà come badge di "utente verificato" sul proprio profilo, e sarà visualizzabile da tutti. Ci si può anche verificare tramite un documento d'identità per ottenere un badge aggiuntivo (questo viene effettuato tramite sistemi di verifica di terze parti).

La sicurezza riguarda anche il momento dello scambio fisico. Nel piano base, il Kula Ring non è pensato come un luogo di drop-off, ma come un punto di scambio, identificato da tutti con quella nuova funzionalità, in uno spazio comune. Nei contesti più strutturati invece, Kula Pro può includere un locker collocato in uno spazio comune dell'edificio. Il locker permette di gestire scambi asincroni in modo più controllato, il proprietario deposita l'oggetto in uno scomparto, il richiedente lo apre tramite app, QR code o codice temporaneo, e ogni passaggio viene registrato dal sistema. In questo caso il locker non sostituisce il Kula Ring, ma lo potenzia, offrendo una soluzione più sicura per gli edifici che hanno bisogno di maggiore organizzazione.

La sicurezza percepita viene quindi costruita attraverso più elementi: accesso tramite QR, verifica dell'appartenenza all'edificio, badge di verifica, cauzione opzionale, assicurazione opzionale e nei piani avanzati, locker fisico. In questo modo Kula può rimanere accessibile, senza rinunciare alla creazione di fiducia necessaria per rendere possibile la condivisione.



MODELLO ECONOMICO E SOSTENIBILITÀ DEL SERVIZIO

Per rendere Kula economicamente sostenibile senza limitarne l'adozione iniziale, il servizio è stato progettato utilizzando un modello freemium e progressivo. Nelle prime fasi, infatti, l'aspetto più importante non è generare subito ricavi, ma favorire l'ingresso degli abitanti nella community e aumentare il numero di oggetti messi in circolo. Più persone partecipano, più il catalogo diventa utile e più cresce il valore percepito del servizio.

Per questo motivo, l'accesso base a Kula rimane gratuito. Ogni abitante può registrarsi, collegarsi alla community del proprio edificio, consultare gli oggetti disponibili, pubblicare beni inutilizzati, contattare altri utenti e proporre orari di scambio senza sostenere un costo iniziale. Questa scelta permette di non trasformare il prezzo in un paywall, soprattutto in un servizio che si basa su abitudine, fiducia e partecipazione collettiva.

Anche per gli edifici è prevista una prima fase gratuita, attraverso un programma pilota. In questo periodo la community può sperimentare l'app, verificare l'interesse degli abitanti e iniziare a costruire una rete di scambi. L'obiettivo del pilota non è il guadagno immediato, ma la verifica del funzionamento del servizio in un contesto reale, quanti oggetti vengono condivisi, quanti prestiti vengono completati, quante persone partecipano e quali acquisti possono essere evitati grazie alla condivisione.

Il modello economico si sviluppa quindi su tre livelli: "Kula Free", "Kula Secure" e "Kula Pro".

Il primo livello, "Kula Free", comprende le funzioni essenziali dell'app: accesso alla community tramite QR code o codice edificio, catalogo degli oggetti, pubblicazione, chat, proposta di orario, conferma dello scambio, badge base e riepilogo semplice dell'attività della community. Questo livello permette al servizio di diffondersi più facilmente.

"Kula Secure" invece, riguarda una protezione opzionale attivabile sui singoli scambi. Questa funzione nasce da una delle principali criticità emerse durante la ricerca: il timore che un oggetto prestato venga danneggiato, perso o restituito in condizioni peggiori. Invece di introdurre un abbonamento obbligatorio, Kula Secure può essere scelto solo quando il proprietario di un oggetto seleziona la voce "cauzione", a questo punto l'utente che desidera un bene può decidere se versare la cauzione oppure se utilizzare "Kula Secure", dove in caso di perdita o di danno sarà l'assicurazione a intervenire. Un'aggiunta pensata per oggetti più costosi, fragili o soggetti a maggiore rischio.

La protezione potrebbe prevedere un piccolo costo variabile in base alla categoria o al valore dell'oggetto, con limiti, franchigie e massimali definiti attraverso un eventuale partner assicurativo esterno (servizi come Omocom). In questo modo Kula non agisce come compagnia assicurativa, ma integra una forma di tutela all'interno dell'esperienza di scambio. L'obiettivo è aumentare la fiducia senza trasformare tutto il servizio in un sistema a pagamento.

Il terzo livello, "Kula Pro", è pensato per edifici, studentati, residenze universitarie, co-living o condomini che desiderano strumenti più avanzati. Questo piano può includere dashboard di monitoraggio, statistiche sugli scambi, recap periodici della community, assistenza dedicata, storico esteso degli oggetti e soprattutto la presenza di un locker nell'atrio.

Kula Pro non è necessario per usare il servizio, ma rappresenta un'estensione per le realtà che vogliono gestire Kula in modo più strutturato. Questa scelta permette di evitare un paywall iniziale, che rischierebbe di rallentare la diffusione del progetto, soprattutto nei condomini privati dove l'adesione degli abitanti deve essere costruita gradualmente.

La logica del modello è quindi quella di generare valore prima attraverso l'uso e solo in un secondo momento attraverso funzioni opzionali a pagamento. L'accesso alla community resta gratuito, mentre le funzioni premium rispondono a bisogni più specifici.

In questo modo, la sostenibilità economica del servizio non dipende da un'unica fonte di ricavo, ma da una struttura graduale. Gratuita nell'accesso, opzionale nella protezione e scalabile nelle funzioni avanzate dedicate a edifici e residenze.

Storyboard

Per mostrare il funzionamento del servizio nella quotidianità degli utenti, è stato sviluppato uno storyboard d'utilizzo. Lo storyboard racconta una situazione concreta e mostra come Kula possa trasformare un bisogno personale in un'occasione di scambio all'interno dell'edificio.

Lo scenario scelto riguarda una persona che deve partire per qualche giorno e si accorge di non avere una valigia adatta. Invece di acquistarne una nuova per un utilizzo limitato, l'utente nota il poster di Kula collocato nell'atrio del palazzo. Scansionando il QR code, accede alla community del proprio edificio e può consultare il catalogo degli oggetti disponibili.

All'interno dell'app trova una valigia condivisa da un altro abitante. Apre la scheda dell'oggetto, guarda le fotografie, legge la descrizione e verifica le condizioni, la disponibilità e le modalità di scambio. A questo punto può scrivere al proprietario oppure proporre direttamente un orario per il ritiro.

Una volta confermata la richiesta, lo scambio avviene nel punto fisico del Kula Ring, collocato nell'atrio o in uno spazio comune dell'edificio. Dopo l'utilizzo, la valigia viene restituita e il prestito viene registrato all'interno dell'app.

Lo storyboard mostra quindi l'intero percorso dell'utente: dalla nascita del bisogno alla scoperta del servizio, dalla ricerca dell'oggetto allo scambio vero e proprio. La valigia non rimane un oggetto fermo e inutilizzato, ma diventa una risorsa condivisa tra più abitanti dello stesso edificio.

1. Il bisogno



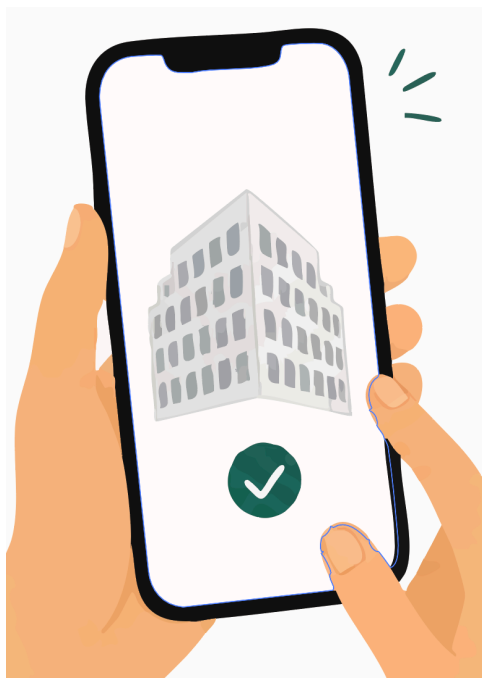
Sara deve partire per qualche giorno, ma non ha una valigia abbastanza capiente.

2. La scoperta



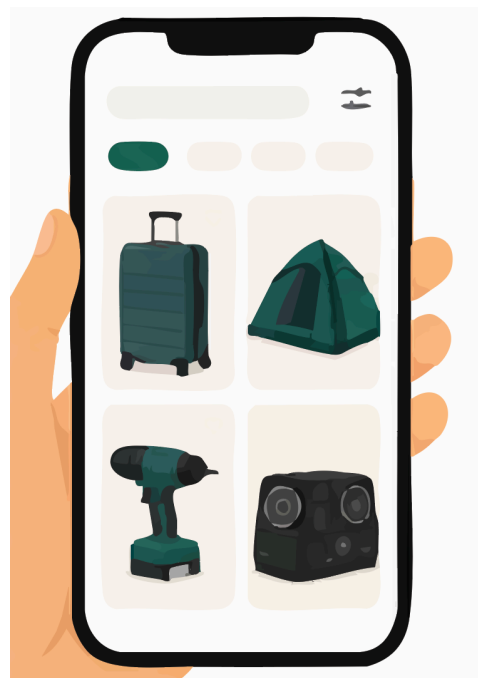
Nell'atrio del palazzo scopre Kula attraverso il poster e il QR code.

3. Accesso alla community



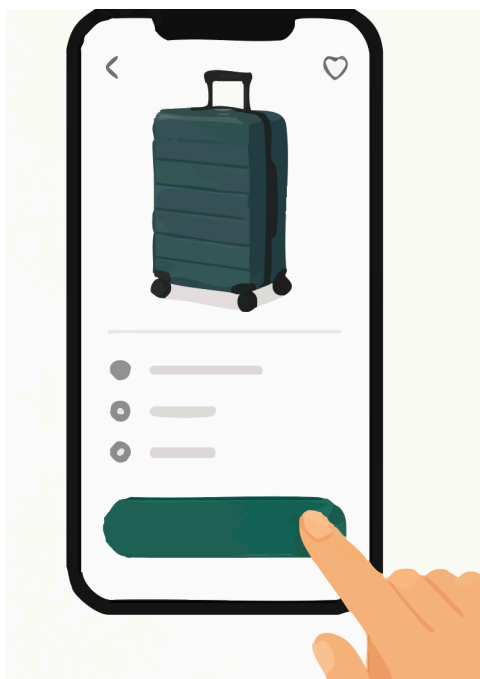
Scansionando il QR, accede alla community del proprio edificio.

4. Ricerca



Nel catalogo trova una valigia disponibile e apre la scheda dell'oggetto.

5. Richiesta



Consulta foto, descrizione e disponibilità, poi propone un orario per il ritiro.

6. Conferma



Il proprietario conferma la richiesta tramite app.

7. Scambio



Lo scambio avviene nell'atrio, nel punto fisico del Kula Ring.

8. Restituzione e recap



Dopo l'utilizzo, la valigia viene restituita e aggiunge un nuovo passaggio alla sua storia.

Campa- gna

Perché Kula possa funzionare come servizio di prossimità, non basta progettare un'app efficace. È necessario anche costruire una comunicazione capace di far capire rapidamente che cos'è il servizio, come funziona e perché può essere utile nella vita quotidiana di un edificio.

La campagna nasce quindi con l'obiettivo di accompagnare l'attivazione di Kula, mostrando il valore degli oggetti che spesso restano inutilizzati nelle case. Molti beni vengono usati poche volte all'anno, pur occupando spazio e mantenendo un valore d'uso. La comunicazione lavora proprio su questa contraddizione. Ciò che per una persona rimane fermo, per qualcun altro può diventare una risorsa.

In questo senso, la campagna non promuove soltanto un'app, ma prova a rendere più familiare l'idea dello scambio tra vicini. Il messaggio deve essere semplice, riconoscibile e vicino all'esperienza quotidiana degli utenti.

Obiettivi della campagna:

Gli obiettivi principali della campagna sono tre:

- Il primo è far conoscere Kula e spiegare in modo immediato il suo funzionamento: un servizio che permette di condividere oggetti all'interno del proprio edificio, attraverso un'app e un punto fisico di accesso, il Kula Ring.
- Il secondo obiettivo è ridurre la distanza psicologica rispetto alla pratica dello scambio. Per questo la campagna presenta lo scambio come un gesto semplice e quotidiano, legato a un contesto vicino e riconoscibile: il proprio palazzo.

- Il terzo obiettivo punta a valorizzare il senso di comunità che il servizio può offrire. I contenuti infatti non parlano di un oggetto in modo individuale infatti, ma in una modalità che ne rispecchia il suo valore intrinseco rispetto alla condivisione.

Concept creativo:

Il concept della campagna nasce proprio per sottolineare il sottoutilizzo di alcuni oggetti. La comunicazione vuole mettere a confronto il tempo reale di utilizzo di un bene, evidenziando il suo potenziale se venisse utilizzato da altre persone. Da questo contrasto nascono i titoli della campagna, brevi e diretti, costruiti attorno a oggetti comuni.

Le frasi usate, come “Ti serve per quindici minuti. Non per tutta la vita.” Sintetizzano il senso del progetto. Non sempre possedere un oggetto è la scelta più sensata, soprattutto quando viene utilizzato raramente. E grazie a Kula, l’oggetto non resta fermo nello spazio domestico, ma può entrare in una rete di utilizzi condivisi.

La campagna presenta un tono semplice, diretto e simpatico. Che non vuole fare la morale ma vuole fare notare qualcosa e vuole offrire una soluzione.

Manifesti pubblicitari

La campagna prevede alcuni manifesti pubblicitari, che rispondono a diverse categorie di oggetti. Come una tenda da campeggio o un trapano. Questi vogliono fare riflettere chi interagisce con i manifesti, vogliono che si immedesima nella sua realtà e rifletta sul suo utilizzo di oggetti come questi, e di quanto possano essere effettivamente utili per altri.

Questi manifesti seguono una struttura ripetuta tra loro. Immagine fotografica, headline evidenziata dal colore, payoff esplicativo e logo.

Il payoff “Scambia oggetti nel tuo condominio con Kula” chiarisce la funzione del progetto, risulta chiara e immediata a chi la legge.

I manifesti hanno soprattutto una funzione di awareness. Servono a far conoscere Kula, incuriosire gli utenti e introdurre il tema della condivisione come alternativa all’acquisto individuale. Il messaggio non si limita a dire che un oggetto può essere prestato, ma suggerisce che ogni bene poco utilizzato può generare nuovo valore se condiviso con altre persone.



Comunicazione social:

Accanto ai manifesti, la campagna prevede una declinazione digitale attraverso una pagina Instagram dedicata. I contenuti social hanno il compito di raccontare il servizio in modo più continuativo, alternando post di awareness, caroselli informativi e contenuti legati alla vita delle community.

Una prima tipologia di contenuto riprende le headline dei manifesti e le adatta al formato social. Questi post mantengono il tono diretto della campagna e lavorano sul riconoscimento immediato del problema, oggetti utili ma usati raramente.

Una seconda tipologia è costituita da caroselli esplicativi, pensati per mostrare il funzionamento dell'app in pochi passaggi: scansione del QR, accesso alla community, ricerca dell'oggetto, contatto con il proprietario.

Una terza categoria riguarda invece la dimensione comunitaria. Post e stories possono mostrare gli oggetti più condivisi, i badge ottenuti, gli utenti più attivi o alcuni dati del recap periodico degli edifici. In questo modo la comunicazione social rende visibile ciò che la community produce nel tempo.

Poster di attivazione:

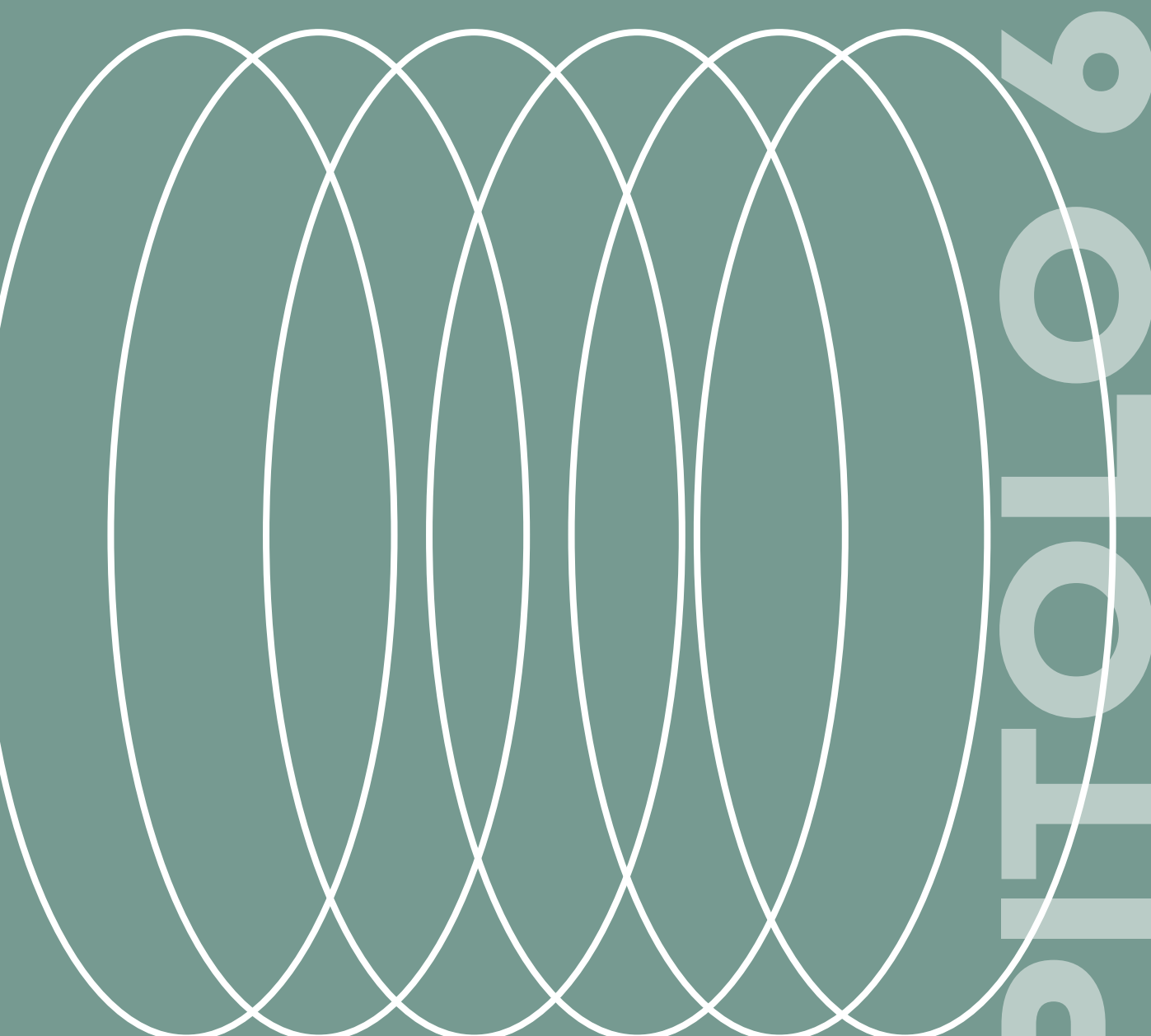
Il poster collocato nell'atrio ha un ruolo diverso rispetto ai manifesti pubblicitari, non serve solo a comunicare il concept, ma invita l'utente a compiere un'azione concreta.

Il poster contiene un messaggio sintetico, il logo del servizio e un QR code collegato alla community dell'edificio. La presenza del poster nell'atrio è importante perché rende Kula visibile proprio nel luogo in cui il servizio prende forma. L'androne non viene trattato solo come spazio di passaggio, ma come punto di accesso alla rete di scambi dell'edificio.



INDICE

6.1 Conclusioni.....	110
6.2 Dichiarazione sull'uso dell'AI.....	111



Conclusioni

CONCLUSIONI

Il percorso di ricerca sviluppato in questa tesi è partito da una domanda semplice: perché continuiamo ad acquistare oggetti destinati a essere utilizzati raramente, anche quando attorno a noi esistono risorse inutilizzate? L'analisi del passaggio dal possesso all'uso, della sharing economy e delle pratiche di scambio ha mostrato come la risposta non riguardi soltanto la convenienza economica o la sensibilità ambientale. La condivisione incontra spesso difficoltà quando richiede troppo tempo, espone a un rischio percepito, genera imbarazzo o costringe le persone a organizzare autonomamente uno scambio con qualcuno che non conoscono.

L'analisi dei casi studio ha confermato l'importanza di ridurre questi ostacoli. La fiducia deve essere sostenuta da verifiche, regole e strumenti riconoscibili. La logistica deve essere semplice e il passaggio tra digitale e fisico non può essere lasciato interamente agli utenti. Allo stesso tempo, molti servizi interessanti dal punto di vista sociale e ambientale faticano a raggiungere una scala più ampia, mentre le piattaforme più diffuse tendono spesso a privilegiare modelli maggiormente transazionali. È a partire da queste osservazioni che è stato sviluppato Kula.

Il progetto prova a rispondere a queste criticità lavorando su una scala volutamente ridotta. Kula non costruisce una rete anonima a livello urbano, ma parte da una comunità già esistente: le persone che abitano nello stesso edificio. La prossimità permette di semplificare la logistica e rendere più riconoscibili le persone coinvolte. L'app e i touchpoint fisici lavorano insieme per rendere il prestito più guidato e semplice da organizzare. Le richieste alla community riducono complicazioni o frizioni come quello della domanda diretta, i sistemi di verifica e protezione intervengono sulla sicurezza percepita, mentre badge, punti e riepiloghi mostrano il valore prodotto nel tempo dagli scambi.

Kula non pretende tuttavia di rappresentare una soluzione definitiva al problema del consumo o della condivisione. La sua efficacia dovrebbe essere verificata attraverso una sperimentazione reale, preferibilmente in un contesto circoscritto come uno studentato o un condominio. Un futuro sviluppo dovrebbe osservare quanti abitanti decidono effettivamente di partecipare, quanti oggetti vengono messi in circolo, quante richieste si trasformano in prestiti completati e, soprattutto, quante persone tornano a utilizzare il servizio dopo il primo scambio. Sarà inoltre necessario approfondire aspetti come la gestione della privacy, le responsabilità in caso di danno, il funzionamento delle forme

di protezione e la soglia minima di partecipazione necessaria per mantenere attiva una community.

Il valore di Kula non risiede quindi soltanto nell'oggetto condiviso, ma anche in ciò che il suo passaggio può generare. Il nome stesso del progetto richiama il Kula ring osservato da Malinowski, in cui gli oggetti acquistavano valore attraverso il loro passaggio di mano e le relazioni costruite attorno a essi. Portata nel contesto contemporaneo, questa idea suggerisce una possibilità, ovvero quella di progettare servizi in cui la storia degli oggetti non si concluda con l'acquisto, ma continui attraverso nuovi utilizzi e nuove persone. Kula nasce come un tentativo di rendere questo passaggio più semplice e quotidiano, partendo dal luogo più vicino possibile: le persone e le risorse che si trovano già a pochi metri da noi.

Dichiarazione sull'uso dell'intelligenza artificiale

I contenuti testuali presenti in questa tesi sono stati elaborati in modo originale. Gli strumenti di intelligenza artificiale sono stati utilizzati come supporto alla revisione linguistica, alla correzione di refusi, alla riformulazione di alcuni passaggi e all'organizzazione del testo.

Alcune immagini, illustrazioni e visual presenti nel progetto sono stati generati tramite intelligenza artificiale. Alcuni di questi sono stati poi modificati, altri sono rimasti come elementi puramente generati.

Bibliografia e Sitografia

Banca d'Italia (n.d.) "Effetto dotazione", Economia per tutti. Disponibile a: <https://economiepertutti.bancaditalia.it/aree-tematiche/trappole-comportamentali/effetto-dotazione/index.html>

Botsman, R. and Rogers, R. (2010) What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption. New York: HarperBusiness.

BVA Doxa (2025) "Second Hand Economy a livelli record: il digitale traina la crescita e supera l'offline per la prima volta anche a valore", BVA Doxa, 12 maggio. Disponibile a: <https://www.bva-doxa.com/second-hand-economy-a-livelli-record-il-digitale-traina-la-crescita-e-supera-loffline-per-la-prima-volta-anche-a-valore/>

Dialoghi di Pistoia (n.d.) "La condivisione non è un dono!". Disponibile a: <https://www.dialoghidipistoia.it/it/evento/la-condivisione-non-e-un-dono/>

EconomiaCircolare.com (2024) "Come passare (davvero) dalla cultura del possesso alla cultura dell'uso", EconomiaCircolare.com. Disponibile a: <https://economiecircolare.com/come-passare-davvero-dalla-cultura-del-possesso-alla-cultura-delluso/>

EconomiaCircolare.com (2025) "Eurostat: utilizzo circolare dei materiali UE al 12,2%", EconomiaCircolare.com, 20 novembre. Disponibile a: <https://economiecircolare.com/eurostat-utilizzo-circolare-dei-materiali-ue-al-122/>

Ellen MacArthur Foundation (2013) Towards the Circular Economy Vol. 1: Economic and Business Rationale for an Accelerated Transition. Cowes: Ellen MacArthur Foundation.

Elkington, J. (1997) Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business. Oxford: Capstone.

Fondazione per lo Sviluppo Sostenibile (2024) 1° Rapporto Future Ways. Roma: Fondazione per lo Sviluppo Sostenibile.

Hygglo (n.d.) "Hygglo UK". Disponibile a: <https://hygglo.com/uk.> .

Ipsos Public Affairs (2014) La Sharing Economy in Italia. Presentazione. Disponibile su: https://www.collaboriamo.org/media/2014/07/Sharing_Economy_in_Italia.pdf

Isfort (2025) 22° Rapporto sulla mobilità degli italiani. Roma: Isfort.

Leila Bologna APS (n.d.) "Leila Bologna: la biblioteca degli oggetti". Disponibile a: <https://leila-bologna.it.> .

Malinowski, B. (1922) *Argonauts of the Western Pacific: An Account of Native Enterprise and Adventure in the Archipelagoes of Melanesian New Guinea*. London: George Routledge & Sons.

Mauss, M. (1925) *Essai sur le don. Forme et raison de l'échange dans les sociétés archaïques*. L'Année sociologique. (Einaudi, 1965)

Omocom (n.d.) "About Omocom". Disponibile a: <https://www.omocom.insurance/en/>

Osservatorio Nazionale Sharing Mobility (2025) 9° Rapporto Nazionale sulla Sharing Mobility. Roma: Osservatorio Nazionale Sharing Mobility.

Peerby (n.d.) "Peerby". Disponibile a: <https://www.peerby.com/en-us>

Perani, G. and Nascia, L. (a cura di) (2023) *La misurazione dell'economia delle piattaforme in Italia*. Roma: Istat.

Remotti, Francesco (2021), *Condividuo. Prove di fruibilità antropologica*, in *L'Uomo*, vol. XI, n. 2, pp. 61-86.

Schor, J.B. (2014) "Debating the Sharing Economy", *Great Transition Initiative*, October. Disponibile a: <https://greattransition.org/publication/debating-the-sharing-economy/>

Library of Things (n.d.) *Library of Things*. Disponibile a: <https://www.libraryofthings.co.uk/>
(<https://www.libraryofthings.co.uk/>)

Swapush (n.d.) *Swapush*. Disponibile a: <https://www.swapush.com/> (<https://www.swapush.com/>).

OR Collective (n.d.) *Rent. Wear. Rotate*. Disponibile a: <https://orcollective.co.uk/> (<https://orcollective.co.uk/>)

Grover (n.d.) *Rent tech flexibly with Grover*. Disponibile a: <https://www.grover.com/> (<https://www.grover.com/>)

Grover (n.d.) *Sustainable tech use: Circular economy instead of e-waste*. Disponibile a: <https://www.grover.com/de-en/blog/sustainable-tech-use-circular-economy-instead-of-e-waste> (<https://www.grover.com/de-en/blog/sustainable-tech-use-circular-economy-instead-of-e-waste>).

Cantiere (n.d.) *SMS – Spazio di Mutuo Soccorso*. Disponibile a: <https://www.cantiere.org/sms/>

(<https://www.cantiere.org/sms/>).

SMS Spazio di Mutuo Soccorso (2023) Abbiamo uno Spazio!. Disponibile a: <https://www.mutuosoccorsomilano.it/2023/11/30/abbiamo-uno-spazio/> (<https://www.mutuosoccorsomilano.it/2023/11/30/abbiamo-uno-spazio/>).

CommonsHood (n.d.) CommonsHood. Disponibile a: <https://www.commonshood.eu/> (<https://www.commonshood.eu/>).

Interconnessioni (n.d.) Interconnessioni: Banca del tempo e scambio di servizi a Torino. Disponibile a: <https://interconnessioni.terramiaonline.org/> (<https://interconnessioni.terramiaonline.org/>).

Pumpipumpe (n.d.) Pumpipumpe. Disponibile a: <https://pumpipumpe.ch/en/home-en/> (<https://pumpipumpe.ch/en/home-en/>).

OLIO (n.d.) Olio: Your local go-to for free food (and more). Disponibile a: <https://olioapp.com/en/> (<https://olioapp.com/en/>)

OLIO (2026) What is Olio? Disponibile a: <https://olioapp.com/en/getting-started-on-olio/what-is-olio/> (<https://olioapp.com/en/getting-started-on-olio/what-is-olio/>)

BlaBlaCar (n.d.) BlaBlaCar: Carpool & Bus Travel Deals. Disponibile a: <https://www.blablacar.co.uk/> (<https://www.blablacar.co.uk/>)

Zuora (2025) Subscription Economy Index Report. Redwood City, CA: Zuora. Disponibile a: <https://www.zuora.com/resource/subscription-economy-index/> .

Immagini: Unsplash: Macdonald, B. Hussaini, H.

Foto di Khajonkiet Noobut su Unsplash

Foto di James su Unsplash

Foto di Beth Macdonald su Unsplash

Carles Rabada

Foto di Bernd Dittrich su Unsplash

Foto di Chi Lok TSANG su Unsplash

Foto di Claudio Schwarz su Unsplash

Foto di Rob Curran su Unsplash

Foto di Roberto Cortese su Unsplash

Foto di Windows su Unsplash

