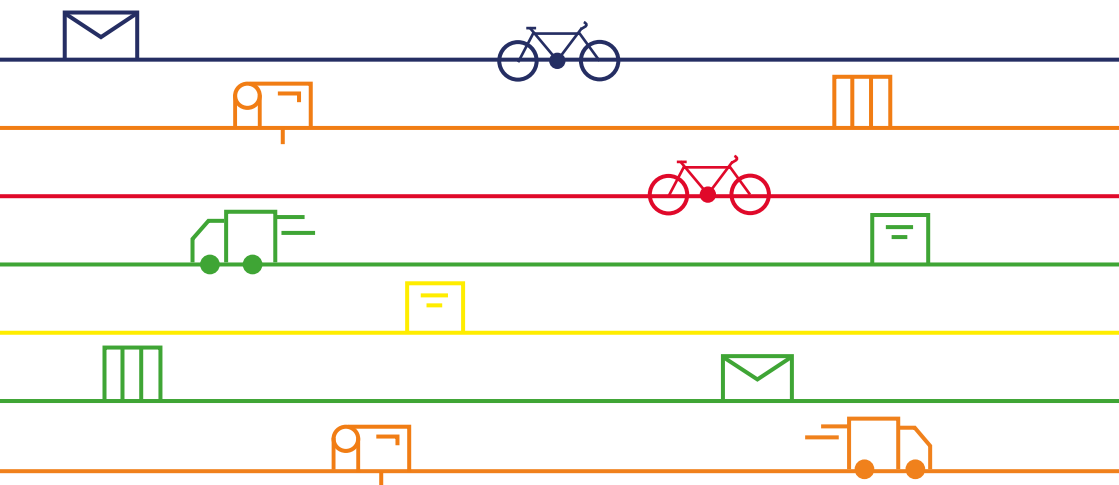


# SMART e SOSTENIBILI

## Le sfide dell'urban delivery



**Titolo**

SMART e SOSTENIBILI. Le sfide dell'urban delivery

**Gennaio 2019**

**Coordinamento editoriale e progetto grafico**

Koinètica

**Autori**

Duilio Cau, Roberta Culella, Livia Papi, Giorgio Reolon, Chiara Ricci



# INDICE

Introduzione	p. 4
Tempesta di cervelli. Un workshop generativo tra CSRnatives e Nexive di Duilio Cau	p. 5
La meglio gioventù di Roberta Culella	p. 6
Dall'università all'azienda nel giro di pochi secondi di Giorgio Reolon	p. 8
Cosa succede in città di Livia Papi	p. 10
Social effect dalle persone alle merci di Chiara Ricci	p. 12
Il network	p. 15



## Introduzione

Un workshop generativo e un ebook per raccontarlo. *Smart e sostenibili. Le sfide dell'urban delivery* nasce da una delle ultime attività del network, un nuovo tipo di workshop ideato per far incontrare il mondo dei giovani e quello delle aziende e “generare” nuovi spunti per affrontare una tematica specifica.

Nei primi tre capitoli si racconta il workshop, dal punto di vista metodologico ed esperienziale, che si è svolto presso Nexive.

Gli ultimi due contributi approfondiscono alcuni spunti nati durante l'esperienza. Da qui una riflessione su come il delivery (soprattutto food) ha cambiato il volto e le abitudini delle nostre città e su come l'effetto social (più relazione ma meno contatto) abbia investito non più solo i rapporti personali ma anche “il mondo delle cose”.



## **Tempesta di cervelli. Un workshop generativo tra CSRnatives e Nexive di Duilio Cau, Koinètica**


C'è un bella serie tv, *Mad Man*, che descrive molto bene l'ambiente di Madison Avenue, ovvero le agenzie pubblicitarie americane sul finire degli anni '50. Fu lì che nacque il termine (e la pratica) della cosiddetta tempesta di cervelli (brainstorming). Si trattava di una riunione per nulla strutturata dove quello che contava era sia il libero fluire di idee e proposte attorno a un tema che l'assenza di negazioni, una sorta di "pensa positivo" costante.

Figlio di quella pratica un po' naive è il workshop generativo che condivide con il brainstorming la libertà espressiva dei partecipanti ma vi aggiunge una capacità di formulare un esito articolato e concreto, utilizzabile a vario titolo.

Uno scontro ma, diremmo meglio, un incontro di cervelli è quello che è avvenuto in una sala riunioni di Nexive tra esponenti dell'azienda e CSRnatives.

Il tema, che in questa sede non è possibile divulgare trattandosi di informazioni proprietarie dell'azienda, ha riguardato un classico caso di marketing aggiornato a servizio molto "green" che Nexive potrebbe offrire al mercato.

Quasi un caso "di scuola" per la sua gravidanza, dove, a partire da un oggettivo limite economico del servizio, questo poteva diventare al contrario particolarmente appetibile a diverse fasce di mercato agendo su un vantaggio di base trasferibile da Nexive al cliente finale.




La metodologia del workshop generativo ha consentito di “tenere la barra a dritta” degli obiettivi e delle risorse disponibili “imbarcando” tuttavia il maggior numero di idee, spunti, sollecitazioni creative che hanno poi reso possibile un brillante risultato.



## **La meglio gioventù di Roberta Culella, CSR Manager Nexive**

Quando la Direzione dell’azienda ha approvato la mia proposta di sostenere il network dei CSRnatives, sono stata entusiasta: ero sicura, avendo già partecipato ad alcuni eventi del network in qualità di ospite per la sessione “Professione Sostenibilità”, che l’incontro tra l’azienda e i Natives sarebbe stato proficuo per entrambe le parti. Le mie aspettative sono state pienamente soddisfatte, con la proposta del Network di effettuare una ricerca di mercato sulla sensibilità dei giovani consumatori rispetto alla sostenibilità dei processi di logistica e consegna di pacchi, collegati agli acquisti online e addirittura superate con l’esperienza del workshop generativo.

In passato, avevo spesso preso parte a lavori di gruppo sia come facilitatore che come partecipante (focus group, think tank, socratic dialogues...), ma era la prima volta che facevo esperienza di questo formato (workshop generativo): una brevissima introduzione al tema da sviscerare e poi la condivisione di spunti, soluzioni, suggestioni e




soprattutto punti di vista diversi. Più concreti e attenti sui vincoli operativi quelli dei colleghi Nexive, più idealisti e focalizzati sulle opportunità quelli dei ragazzi. Il workshop è stato guidato in modo che ogni istanza (proposta o commento) fosse accolta con attenzione e rispetto, l'obiettivo finale è stato richiamato dal facilitatore ogni qual volta se n'è presentata la necessità, il che ha consentito di chiudere i lavori raggiungendo le attese e nel rispetto dei tempi.

L'esperienza ha confermato la mia idea che la diversità è ricchezza, gli approcci cognitivi diversi, l'esperienza diversa e una storia personale diversa – per motivi anagrafici, di provenienza geografica, di corso di studi e di mentalità – hanno generato realmente idee nuove e soluzioni che potranno essere prese in considerazione da Nexive in una prospettiva di medio termine.

Dal momento conclusivo del workshop, in cui i partecipanti hanno espresso e condiviso la loro opinione rispetto all'esperienza, è emersa una percezione positiva di arricchimento da parte di tutti (lato azienda e lato CSRnatives).

A differenza di altre esperienze di progetti scuola-lavoro, in cui si rischia di assistere o ad una formazione gratuita che lo studente riceve a dispendio dell'azienda (con conseguente atteggiamento "timido e altruista" dei vari manager che ritengono opportuno esimersi dall'esperienza a favore di altre direzioni/ funzioni aziendali) o ad uno "sfruttamento" dello studente per il disbrigo di attività che in azienda nessuno vuole compiere (con conseguente immiserimento dell'esperienza dello studente), ritengo che questa modalità di incontro, magari ripetuta e organizzata in modo continuativo, in diversi ambiti aziendali, possa creare reali opportunità in ottica win-win.

Il termine è volutamente tratto da un vocabolario business, perché



“la meglio gioventù” ha il dovere di introdurre nel mondo del lavoro una visione attraverso occhi vergini, e al contempo l’onere di farlo attraverso un linguaggio che arrivi al business in modo diretto, partendo dal presupposto che una comunicazione efficace si misura sul messaggio recepito e non sulle intenzioni comunicative.



---


## **Dall’università all’azienda nel giro di pochi secondi**

### **di Giorgio Reolon, CSRnative**

Partecipare a questo workshop generativo è stata senza dubbio un’esperienza positiva. Per noi CSRnatives è stata interessante la metodologia.

Nel mondo universitario da cui proveniamo la maggior parte dell’apprendimento avviene in maniera frontale, con un professore che illustra gli argomenti e pochi interventi da parte degli studenti. Il workshop, invece, ci ha fatto entrare in contatto con il mondo del lavoro, in cui è fondamentale sviluppare delle competenze trasversali. Abbiamo dovuto analizzare un caso con l’obiettivo di generare idee con la nostra testa; dopo averle generate, le abbiamo illustrate a degli interlocutori argomentandole nel miglior modo possibile.





In questo processo abbiamo lavorato direttamente con dei manager e anche ciò è stato formativo perché siamo entrati in contatto con il loro modo di approcciarsi ad una, seppur specifica, questione di business.


Ascoltando le loro parole, si ha conferma che nella vita aziendale quando si crea una strategia è fondamentale che essa sia integrata tra le diverse funzioni aziendali; in questo specifico caso si è partiti da una strategia legata alla sostenibilità, che doveva essere integrata con una strategia marketing e commerciale.

Il workshop generativo è stato un momento di co-creazione. C'è stato un continuo scambio di pareri tra persone con background accademici ed esperienziali differenti e di diverse età. Questo, a mio parere, è stato uno dei maggiori punti di forza del workshop stesso. Mettere a confronto persone con background differenti fa sì che i loro punti di vista vadano in alcuni casi a scontrarsi, ma in altri a completarsi gli uni con gli altri. Si possono generare degli spunti di riflessione a cui magari il management non aveva mai pensato; può venire confermata la bontà delle strategie precedentemente individuate; oppure possono venire evidenziati dei punti deboli riguardanti queste stesse strategie.

Il workshop generativo è stato per me un susseguirsi di emozioni. Nella fase iniziali avevo solo una visione generale dell'argomento ed ero perciò un po' spaesato.

Poi, invece, mano a mano che si veniva guidati nella generazione di idee, ho compreso sempre di più il tema in oggetto, mi sono sentito sempre più coinvolto e i miei interventi sono stati più precisi e mirati.

Al termine dell'esperienza ero soddisfatto perché ho notato che




erano sorti diversi spunti di riflessione. Credo quindi che il lavoro svolto sia stato positivo.



## **Cosa succede in città di Livia Papi, CSRnative**

Da qualche anno a questa parte ci siamo sempre più interrogati sulla qualità dell'impatto di alcune soluzioni digitali che hanno cambiato il nostro stile di vita e le abitudini di tutti i giorni. Uno dei settori e-commerce che più si è espanso grazie al supporto di app dedicate è proprio quello del food delivery, fenomeno che esiste da tempo (prima sotto forma di "grocery delivery off line" e poi on line) ma che ha raggiunto oggi un mercato ben consolidato, che conta in Italia più di 5 miliardi di investimenti tra il 2012 e il 2017 e un giro d'affari di 400 milioni di euro. Le città italiane dove si è riscontrato il maggior sviluppo sono Roma e Milano, grazie anche alla presenza di colossi come Foodora e Deliveroo e all'alta concentrazione di Millennials (18-36), prima fascia per richiesta di digital food delivery (Fonti: GFK e JustEat 2017).


In una società ormai abituata a soluzioni rapide e a portata di smartphone, è quindi doveroso interrogarsi sul peso che certe nostre scelte di consumatori hanno su quello stesso mercato del lavoro che si è rapidamente adeguato, pronto a coprire la crescente richiesta di



servizi sempre più continuativi e logisticamente articolati. Stiamo parlando della gig-economy, l'economia dei lavoretti, una nuova forma di economia digitale on demand che, attraverso piattaforme informatiche online, esternalizza ampiamente la sua forza lavoro. Ma chi fa le spese di questo outsourcing che, rispetto alle più classiche esternalizzazioni del personale, può portare sino ad un risparmio del 50%? Sono i lavoratori – giovani e meno giovani, stranieri ma anche tanti italiani – che decidono di abbracciare una soluzione lavorativa più flessibile, da freelance, attirati dalla possibilità di organizzarsi autonomamente e scegliere quanto e quando lavorare, rimanendo però scoperti da un punto di vista di assicurazioni, indennità in caso di maltempo e di una paga minima oraria vista la scarsa e disomogenea regolamentazione a livello internazionale.

Infatti, nonostante l'apparente convenienza del servizio, l'alta competitività tra service che diminuisce sempre più i tempi d'attesa e le soluzioni di trasporto “green” adottate in ottica di strategie marketing ecologiste e salutiste, nel 2018 non sono passati inosservati i numerosi incidenti stradali che hanno visto coinvolti i nostri “ragazzi delle pizze” e le lotte sindacali che, già dal 2016, hanno popolato non solo le piazze italiane ma anche i palazzi di governo. Conseguenza diretta di tanto scompiglio è stata l'uscita di Foodora dal mercato italiano perché considerato “difficile”, per cui è “meglio vendere” (a Glovo). Tuttavia noi italiani non siamo stati gli unici ad aver rallentato la crescita esponenziale del colosso tedesco in quanto, come già annunciato nell'agosto 2018, anche i riders francesi, olandesi e australiani appenderanno la bicicletta “rosa” al chiodo.

Nell'anno che verrà, in un'ottica più ampia di crescita del comparto ristorazione, previsioni fatte sulla base non solo di un incremento nell'efficienza del servizio in termini di maggior digitalizzazione




ma soprattutto di ricerca sulla qualità del cibo ed esperienza di consumo, il futuro del food delivery è più che roseo. E proprio grazie all'estesa applicazione di risorse tecnologiche, non ci dovrebbe stupire che Foodora ricompaia alle nostre finestre, e non suonando il campanello, grazie al suo investimento in droni e soluzioni alternative alla forza lavoro più tradizionale. Che questa eventualità creerebbe ulteriori dibattiti a livello normativo ma anche “di piazza” non abbiamo dubbi, come non possiamo per altro sapere se a quel punto non sarebbe più rapido e conveniente farsi una passeggiata durante la pausa pranzo o ritagliarsi quei 10 minuti a fine giornata per cucinare un pasto, probabilmente poco appetitoso ma almeno fatto in casa.



---

## **Social effect dalle persone alle merci** **di Chiara Ricci, CSRnative**

Con l'avvento dei social network non possiamo negare che negli ultimi anni il concetto di relazione ha subito un notevole cambiamento. La conseguenza più prossima è stata proprio quella di rivoluzionare ogni aspetto della nostra vita. Il primo pensiero va sicuramente al mutato rapporto nelle relazioni amicali o di amore. Mentre prima lo scambio avveniva attraverso la lettera o una chiamata, al telefono fisso s'intende, ora lo scambio è continuo e il messaggio inviato molto breve.



Se da un lato possiamo affermare che l'irruzione dei social network nelle nostre vite ha annullato le distanze tra le persone, dall'altro ha impoverito i rapporti personali rendendoli più difficili e freddi.


Similarmente l'effetto cosiddetto social non ha contaminato solo le relazioni intime tra le persone ma ha addirittura investito il mondo delle cose.

In questo contesto, si sono sempre più diffuse modalità di acquisto dei beni di consumo attraverso piattaforme di acquisto online, quali Amazon, Yoox, Privalia. E per sostenere la concorrenza molti negozi con diverse sedi in Italia hanno aperto siti e-commerce.

L'introduzione della compravendita online ha cambiato indissolubilmente la relazione tra il cliente e il venditore configurandosi come un mero scambio di denaro e cose. Il cliente di oggi, difficile da comprendere, sfuggente, liquido non lascia alcuna scelta al venditore se non quella obbligata di sottostare a regole del mercato che hanno permesso ai grandi negozi online come Amazon di Jeff Bezos di schiacciare letteralmente la concorrenza.

Se prima la vendita era un dialogo fatto di domande e risposte, dove lo scopo era di riflettere e capire insieme al cliente qual era il vero bisogno - anche solo una chiacchierata - ora l'azione di comprare diventa un obbligo, un dovere che si aggiunge a tutta una serie di compiti a cui dobbiamo ottemperare entro la fine della giornata. Ed è così che il semplice gesto di comprare e di vendere diventa meccanico, povero e spurio di ogni emozione.

Possiamo non essere contenti di questo cambiamento e trovarci in completo disaccordo su come questi strumenti vengono utilizzati. Rimane comunque il fatto che il modo di interagire tra le persone,



la comunicazione di notizie, il mondo della vendita al dettaglio e la possibilità di espressione di ognuno di noi non saranno più gli stessi. Il cambiamento è qui ed ora, l'unico potere di cui disponiamo è il buon senso.





## Il network

La rete CSRnatives è nata nel 2015 ed è l'unico network in Italia di giovani appassionati di sostenibilità.

Oggi ha oltre 260 membri, ha pubblicato 4 eBook, ha organizzato 3 eventi aperti al pubblico e tante riunioni a cui hanno partecipato molti iscritti. Inoltre ha collaborato con alcune imprese e ha partecipato a numerosi eventi di rilievo sui temi della sostenibilità.

### **Fanno parte del network:**

Gaia Alaimo, Stefania Alberoni, Serena Altamura, Eden Aloi, Costanza Andreini, Andrea Apostolo, Federico Arcidiacono, Maria Ardizzone, Ramon Armani, Francesca Attolino, Vincenzo Baccari, Matteo Balice, Beatrice Barbareschi, Gabriele Barbieri, Melissa Bartolini, Emanuele Basile, Matteo Bastianel, Federica Battirossi, Paola Battista, Ghada Baydoun, Claudia Belardi, Nicola Bellantuono, Katia Benassi, Giovanna Benvegna, Sonia Bequri, Michele Beretta, Cristina Bertato, Stefania Bertelli, Alice Berti, Gaia Bertoldi, Lorenzo Bezzi, Marica Biancotti, Tommaso Bicocchi, Mara Biral, Gianluca Bitelli, Sonia Bona, Lara Bonelli, Maria Bonuzzi, Mauro Bordin, Ambra Borghi, Noemi Bosco, Luca Brambilla, Stefania Brigante, Michela Buonpensiero, Paolo Buzzelli, Matteo Cadeddu, Francesca Caimi, Stefano Camoriano, Valentina Campana, Michele Campanella, Silvia Compagno, Elisabetta Caneva, Luca Carbonara, Concetta Cardamone, Paolina Casalinuovo, Annalisa Casino, Ambra Cavedini, Valentina Cecchetto, Danilo Cesari, Giacomo Chessa, Giulio Cilia, Valentina Coccozza, Leonardo Cola, Sara Comba, Nenzi Condipodaro, Maria Carmela Contaldo, Francesca Conte, Cecilia Cornaggia, Dario Cordone, Monica Cosentino, Claudio Costantino, Maria Craveri, Ylenia Crivellin, Emilia Crocelle, Federica Cusimano, Simone D'antoni, Caterina Dadà, Federico D'Agostino, Nicola Dambra, Sara Danelli, Luca Daolio, Alessandra Daretti, Giulia De Lellis, Francesca De Matteis, Marta Del Genio, Francesco Del Rosso, Giorgio Delbarba, Davide Della Ricca, Davide Della Valle, Antonina Di Bernardino, Maria Caterina Di Franco, Eleonora Di Vico, Paola Di Vico, Darlain Edeme, Giovanni Esposito, Giulia Facciola, Marsia Facini, Antonella Faioli, Francesca Fantinel, Larissa Fanzini, Alberto Fascetto, Marina Ferraro, Giacomo Ferri, Beatrice Ferri, Deborah Foresto, Susanna Formenti, Eleonora Foschi, Elena Francois, Rosa Franzese, Bianca Furlotti, Chiara Fusar Bassini, Elena



Gaffurini, Laura Gaggioli, Tiziana Gammarota, Federica Ganna, Ilaria Gaspari, Alvisè Gasparotto, Maria Sofia Gerace, Silvia Giacomarra, Alice Giacomelli, Ruggieri Giordana, Alessio Giorgetti, Beatrice Gragnoli, Viola Graldi, Virginia Grozio, Francesco Guastamacchia, Benoit Guého, Roberta Guido, Antonello Iannielli, Domenico Iermito, Angelica Ignisci, Benedetta Iofrida, Lucia Iori, Matteo Itri, Natalia La Torre, Ruben Lasen, Domenico Laurenda, Nicola Lazzari, Francesco Lazzarino, Margherita Leder, Chiara Limongelli, Lapo Loddi, Einan Lom, Donato Lopello, Elena Lucchini, Arianna Luerti, Valentina Lupo, Giangiorgio Macdonald, Doriana Maci, Greta Magistrelli, Linda Mane, Francesca Manganiello, Pietro Marchesano, Francesca Mariani, Claudia Marras, Tania Martinelli, Giovanni Francesco Martocchia, Sergio Alberto Massari, Isabella Mattarelli, Ludovica Maveri, Francesca Mazzega, Alessia Mazzù, Tommaso Meazza, Sofia Melloni, Tania Melotti, Marco Menni, Maria Chiara Merlo, Marta Messineo, Chiara Miccoli, Psoroulas Michele, Simone Miraglia, Lucrezia Mirandola, Camilla Mirone, Maria Sole Monolo, Claudia Montevecchi, Claudia Montonati, Andrea Moro, Gilberto Mosconi, Domenico Musso, Diletta Naldoni, Filomena Noemi Nicoletti, Alessandro Niro, Arianna Nobili, Salvatore Nolli, Francesca Olini, Silvia Oppizzio, Richard Brian Ore Arango, Noemi Pagliuca, Federica Pansini, Ilaria Paolucci, Vincenzo Paradiso, Nicola Paris, Giulia Passaro, Chiara Passerini, Sara Pastena, Silvia Pau, Alessia Penati, Antonio Percolla, Marco Pessagno, Licia Pettinau, Daniela Piatti, Hillary Piazza, Leonardo Piccoli, Valentina Pietta, Elisa Pigoli, Samantha Piro, Alfonsina Pisano, Anthea Pocci, Silvana Posteraro, Veronica Praticò, Jacopo Prina, Valeria Procoli, Alice Quitadamo, Rebecca Raguso, Danilo Rainò, Giorgio Reolon, Paolo Ribotta, Veronica Ricca, Valentina Ricchiuti, Claudia Ricci, Chiara Ricci, Francesca Ricciardi, Romina Rizzo, Melissa Roncetti, Rosa Rosolia, Giulia Rossi, Veronica Rucco, Andrea Ruggeri, Maria Sofia Russo, Francesca Sacco, Elisa Santagata, Miro Scariot, Chiara Schivo, Valentina Scillieri, Giulia Sciusco, Nadia Scotti, Davide Scroccaro, Erika Scudiero, Alberto Sculatti, Elisa Semproni, Francesco Serio, Camilla Serra, Cristian Soldati, Raffaella Maria Spadafora, Gianandrea Spadoni, Eleonora Sperandio, Eleonora Sposato, Margherita Stea, Debora Susani, Andrea Tamas, Elida Tatani, Francesco Toffoletto, Jose Toffoletto, Giovanni Eugenio Tomassetti, Giuseppe Toninelli, Raffaele Toppi, Marco Travain, Elena Travi, Chiara Tura, Luciana Tursellino, Alessia Uggeri, Federica Ulisse, Giulia Variara, Andrea Vergani, Viviana Vetere, Flavia Vighini, Giovanni Vitale, Lei pin Xu, Ylenia Esther Yashar, Andrea Zamboni, Elena Zanchi, Alessandro Zennaro Follini





