



Davide Reina
Silvia Vianello

GreenWebEconomics

La nuova frontiera



1. Una nuova economia.
2. Nuove imprese.
3. Il green e il web.

Torino, 15 novembre 2011



Grey Economics

Crescita continua

Aumento del PIL

Bassa mobilità sociale

Massimizzazione

Economia finanziaria e speculativa

Rendita da patrimonio

Concentrazione del plusvalore

Investimenti «sui costi»

Alta intensità di lavoro

Alta intensità energetica e di CO₂

Economia dei prodotti

Produzione centralizzata

Consumo e rifiuto

Proprietà del prodotto

Gerarchia e competizione

Intermediazione

Grande impresa

Top-down e Closed

GreenWebEconomics

Sviluppo e qualità della vita

Riduzione dell'Indice di GINI

Alta mobilità sociale

Ottimizzazione

Economia reale e produttiva

Profitto da innovazione

Distribuzione del plusvalore

Investimenti «sul valore»

Alta intensità di conoscenza

Bassa intensità energetica e di CO₂

Economia dei flussi

Produzione decentrata e microgenerazione

Utilizzo e riciclo

Renting & Sharing

Partenariato e cooperazione

Disintermediazione

Piccola impresa

Bottom-up e Open



GREEN: FATTORI DI CRESCITA:

1. SCALE-DOWN
 2. ENERGIA PARASSITARIA
 3. BIO-INNOVAZIONE
 4. IPERCONNETTIVITA'
-



LOCAL MOTORS

Local motors

Gestione «bottom-up»
(dal basso: gli appassionati/clienti,
verso l'alto: la direzione dell'impresa)

Co-creazione (open-source)

Micro-fabbriche locali

Piccole serie customizzate

Disintermediazione (no concessionari)

Case automobilistiche

Gestione «top-down» (dall'alto: la direzione
dell'impresa, verso il basso, i clienti)

Creazione interna (closed-source)

Grandi fabbriche globali

Grandi serie standardizzate

Intermediazione (concessionari)



INNOCENTIVE

COLUMBIA FOREST PRODUCTS

RECYCLEBANK

WOLFHAUS

FIBERFORGE

CASA A 100.000 EURO

INNOWATTECH

PLUGSHARE

WINDTRONICS



Variabile	GreenWeb business model	Grey business model
<i>Gestione</i>	Bottom-up	Top-down
<i>Creazione di valore (innovazione, prodotto, branding)</i>	Open-source	Closed source
<i>Cliente</i>	Utilizzatore appassionato	Consumatore
<i>Prodotto</i>	Valore nell'uso	Valore nella proprietà
<i>Go-to-market</i>	Dis-intermediato	Intermediato
<i>Prezzo</i>	Il Right-Value-for-Money	Il più alto
<i>Margini</i>	Ottimizzazione margine assoluto	Massimizzazione margine unitario
<i>Market strategy</i>	Product+Network, Disruptive innovation	Market control, Incremental innovation
<i>Dimensione organizzativa</i>	Piccola/Media	Grande
<i>Scelte organizzative</i>	Cooperazione/«Permeability»/ Equilibrio dinamico	Make or buy / Equilibrio statico
<i>Rapporto di lavoro</i>	Cooperativo	Gerarchico



“Ogni azione fatta dalla natura non si pò fare con più breve modo co’ medesimi mezzi. Date le cause la natura partorisce li effetti per i più brevi modi che far si possa”.

Leonardo da Vinci



GRAZIE PER L'ATTENZIONE !.

davide.reina@sdabocconi.it
