POLITECNICO DI MILANO

CdLM Disegno Industriale
Lab. Sviluppo Sistema Prodotto
S.Maffei - V. Arquilla

Cecile Charroy
Maria Clara Fustinoni
Chiara Gambarana

CITYLAB

Costruire la visione di una Milano possibile

PRODUZIONE - DISTRIBUZIONE - CONSUMO

POLITECNICO DI MILANO

CdLM Disegno Industriale
Lab. Sviluppo Sistema Prodotto
S.Maffei - V. Arquilla

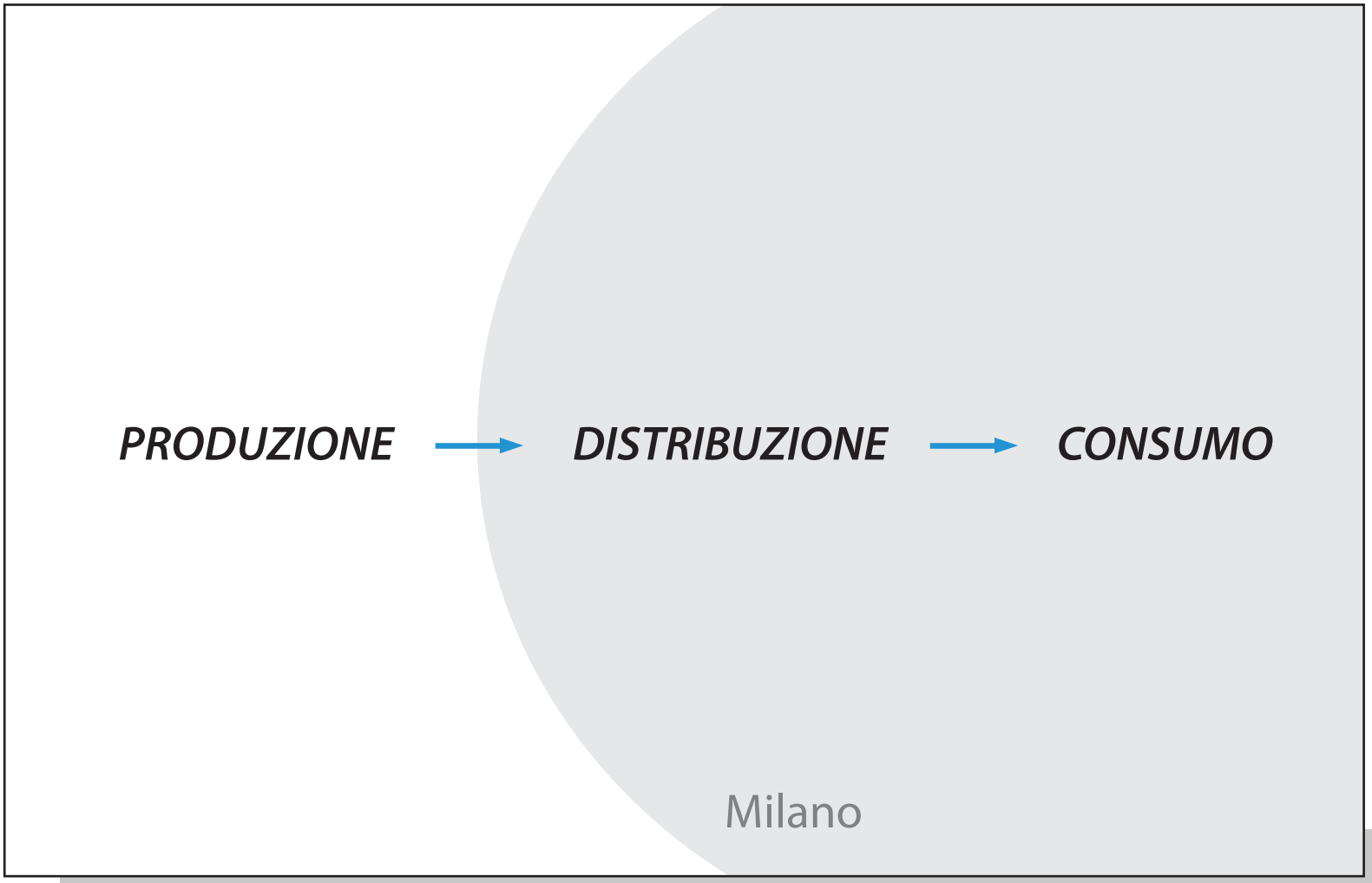
Cecile Charroy
Maria Clara Fustinoni
Chiara Gambarana

CITYLAB

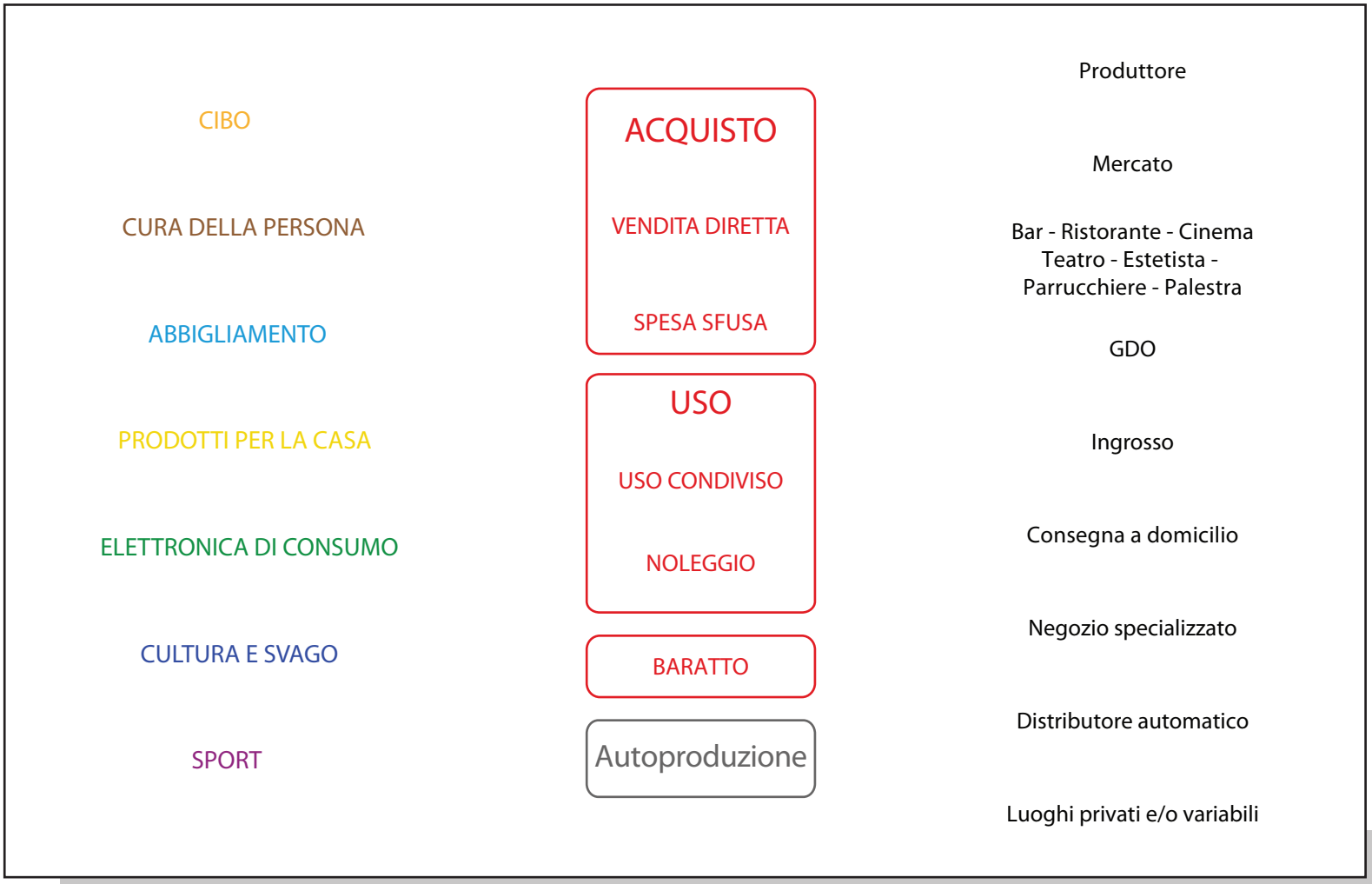
Costruire la visione di una Milano possibile

INDICE

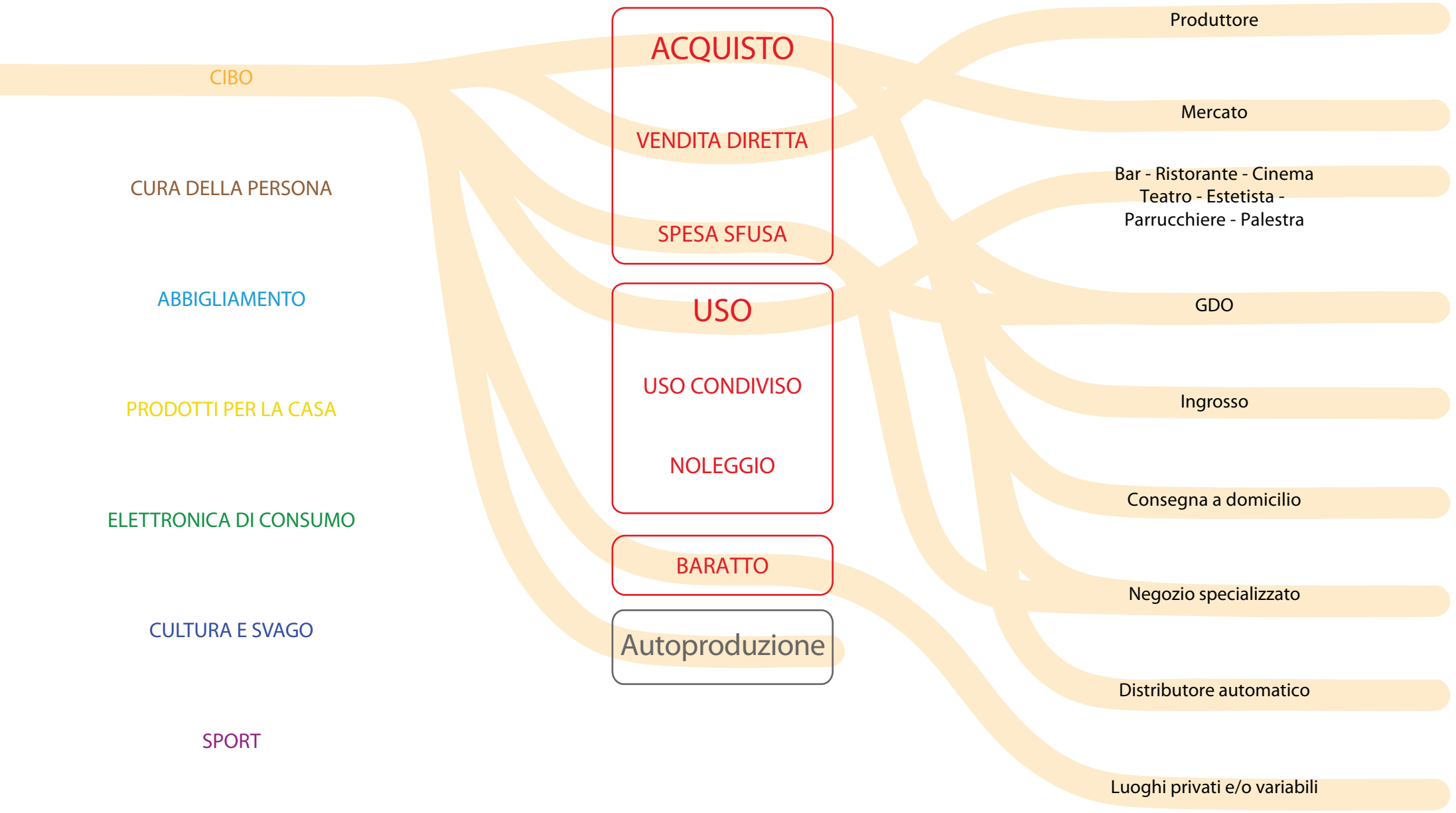
1. Tema
2. Flussi Merce
3. Tag cloud
4. Sostenibilità
5. Casi studio
6. Considerazioni
7. Sitografia

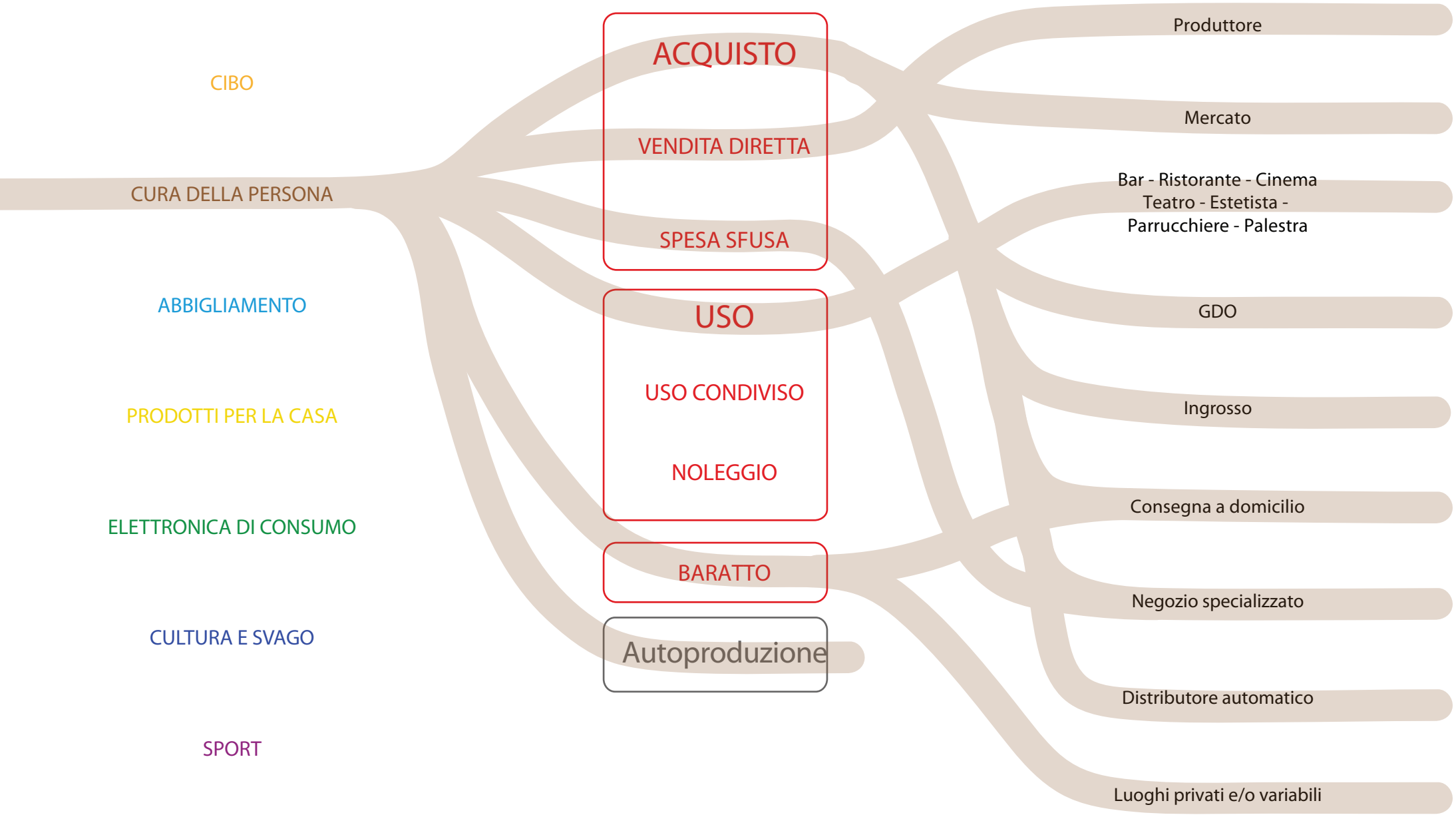


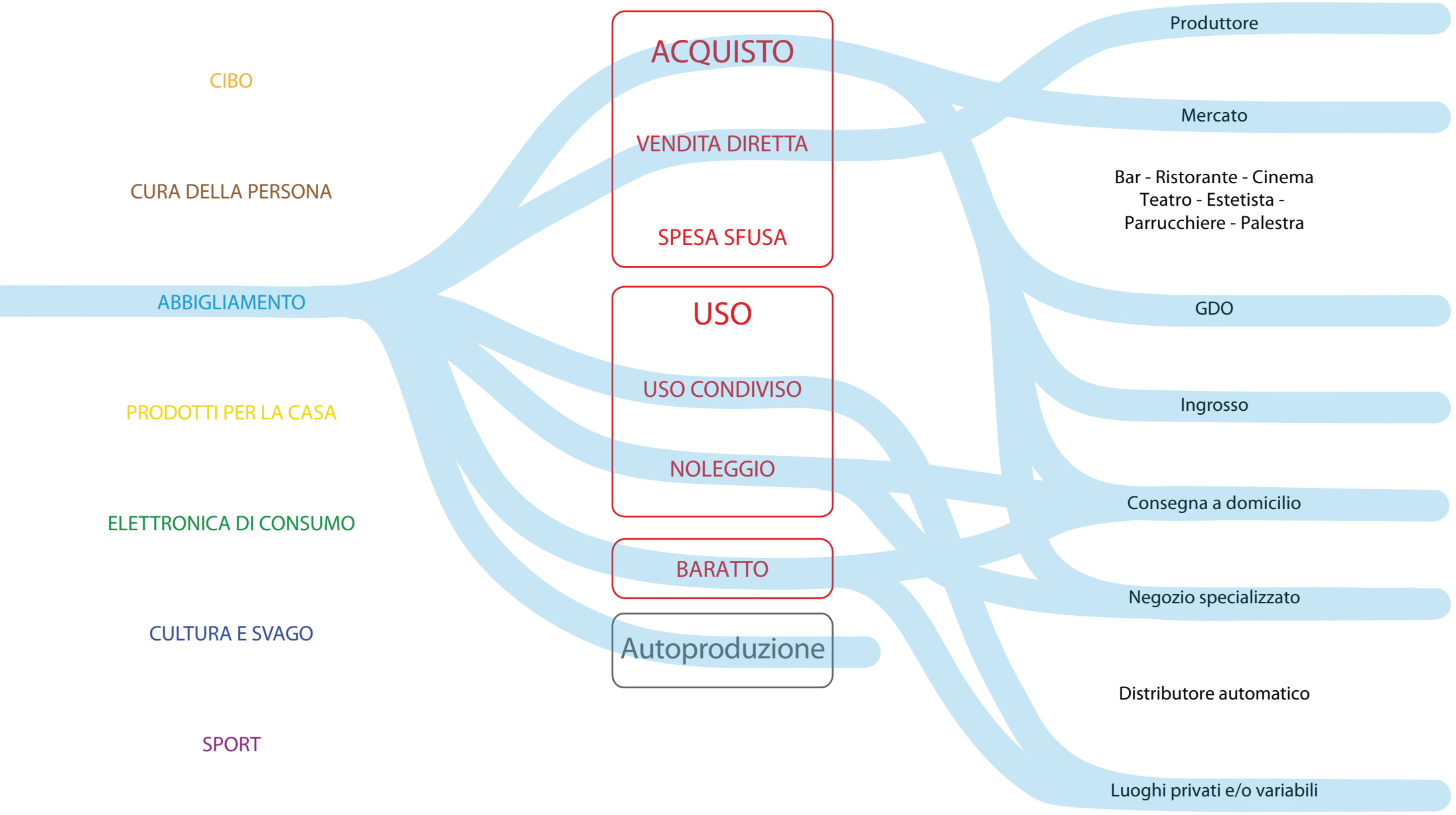
Le *fasi* di produzione, distribuzione e consumo avvengono nella maggior parte dei casi in momenti e luoghi molto *distanti* tra loro. Se si analizza il tema con il *filtro* di ciò che avviene in *città* emerge che soltanto le fasi di *distribuzione* e *consumo* le appartengono, in quanto la *produzione* (tranne qualche raro caso) avviene in campagna o nei paesi con manodopera a basso costo.
Nell'analisi che segue si è quindi scelto di prendere in considerazione i luoghi della distribuzione e le forme di consumo che li caratterizzano.

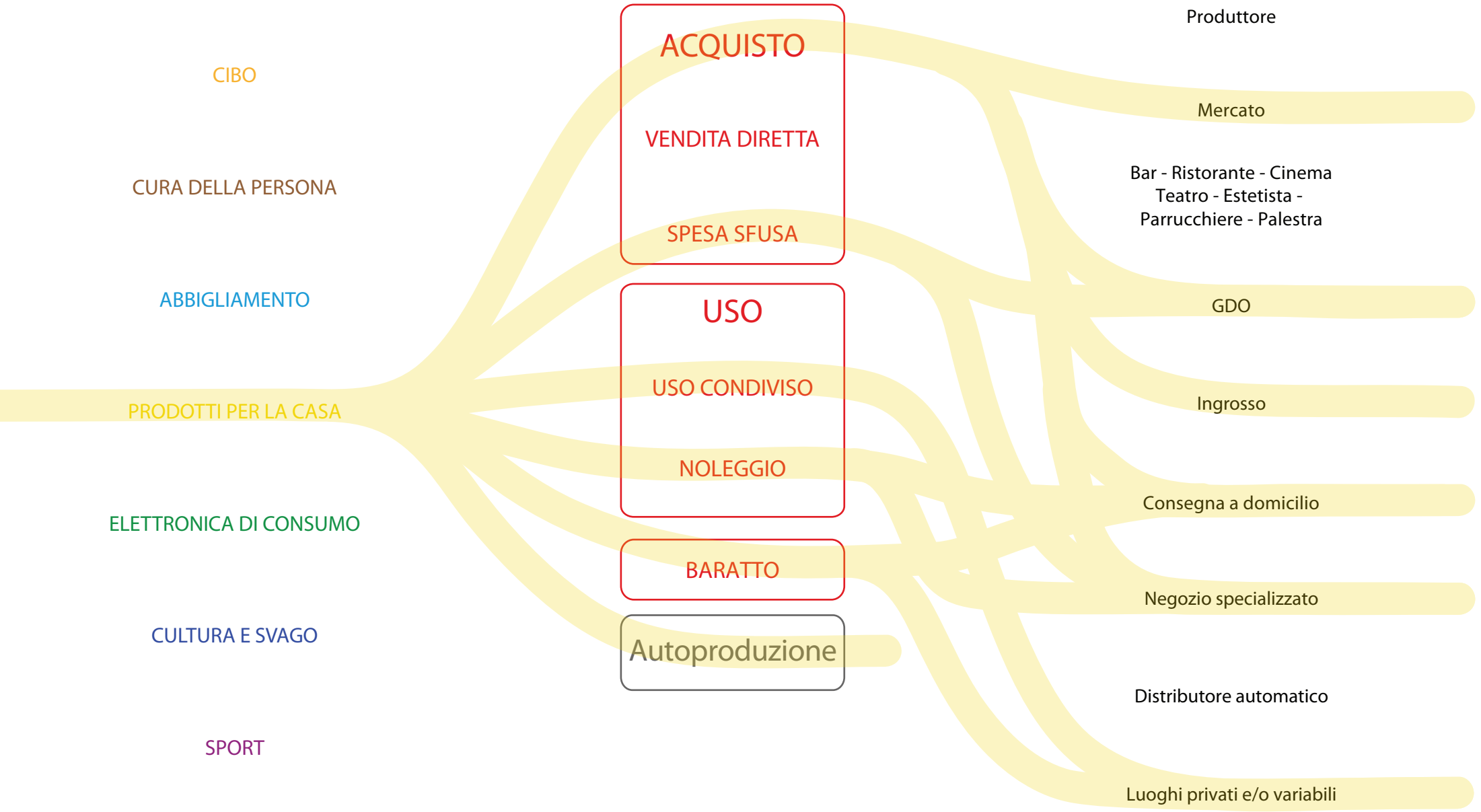


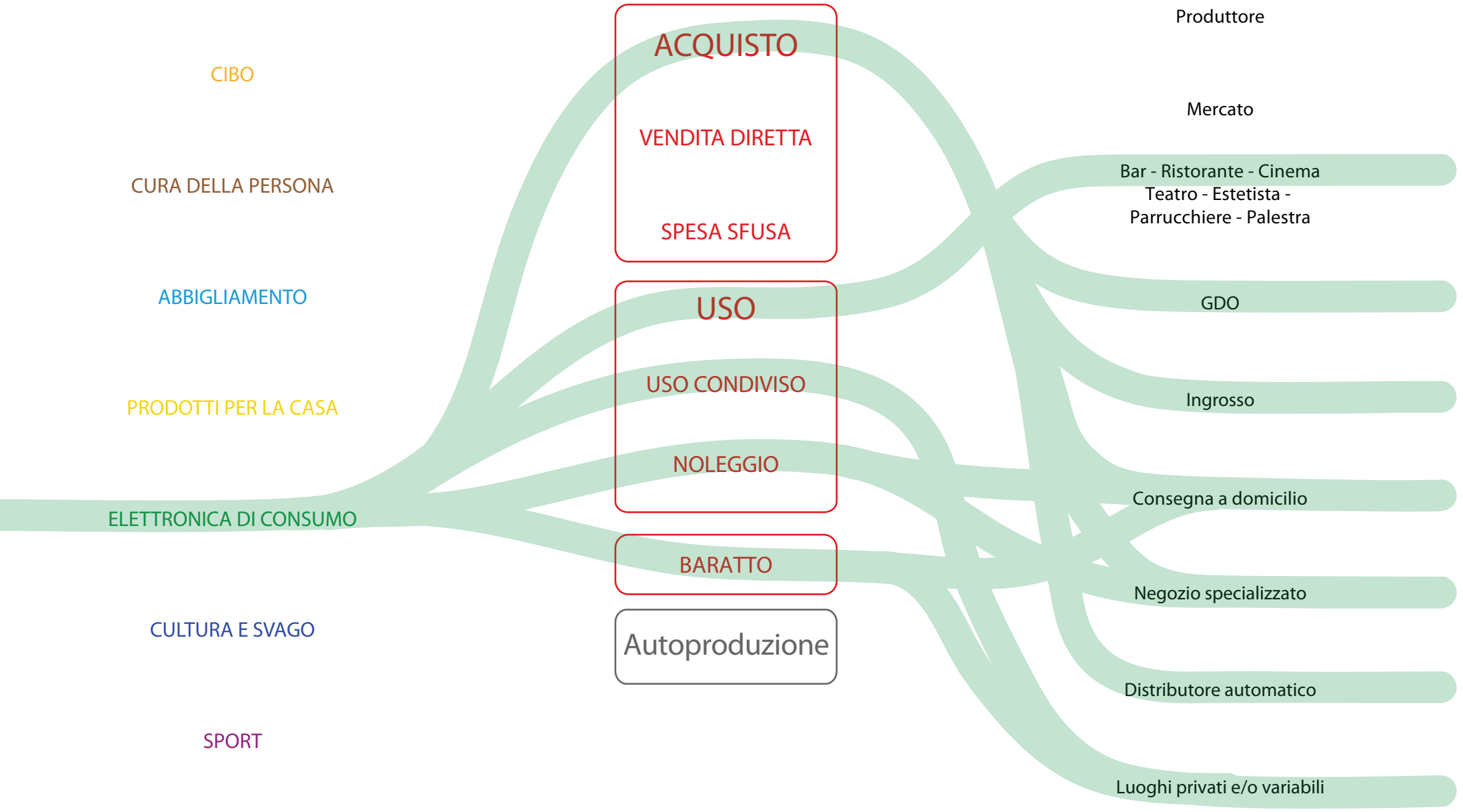
Per capire quali relazioni intercorrono tra le tipologie di *merci,* i luoghi della distribuzione e le *forme di consumo* sono state prese in considerazione le principali categorie di prodotti (nella prima colonna), di cui sono state analizzate le modalità con cui il consumatore ne entra in possesso o vi accede (colonna centrale) e in quali *luoghi* questo avviene (ultima colonna). Nella colonna centrale sono state individuate delle macrocategorie: *acquisto* (possesso in seguito ad un pagamento), *uso* (accesso e non possesso), *baratto* (scambio di merce) e infine *autoproduzione*. Anche se quest'ultima appartiene alla fase di produzione è stata presa in considerazione in quanto può avvenire all'interno della città.

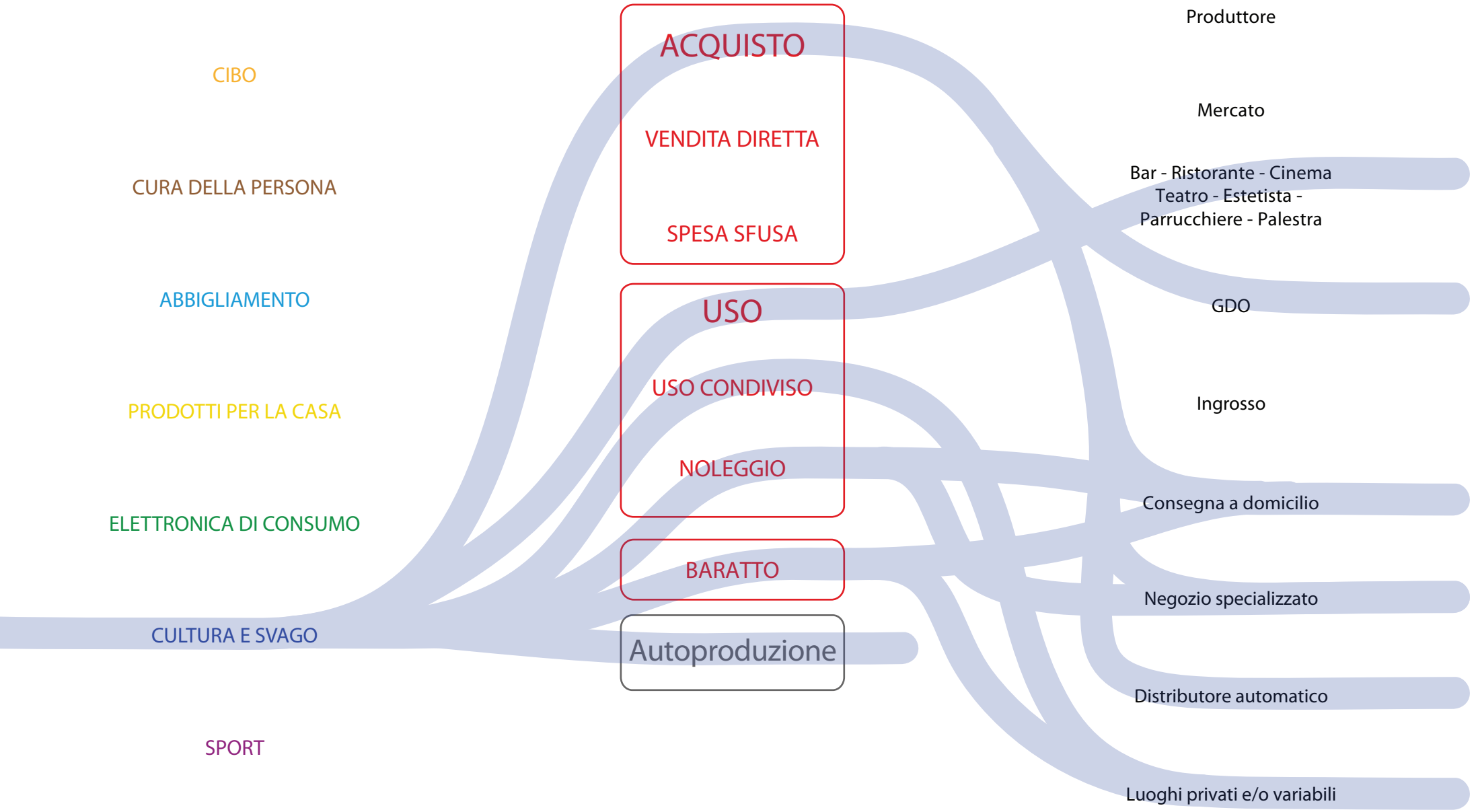

CIBO
CURA DELLA PERSONA
ABBIGLIAMENTO
PRODOTTI PER LA CASA
ELETTRONICA DI CONSUMO
CULTURA E SVAGO
SPORT
ACQUISTO
VENDITA DIRETTA
SPESA SFUSA
USO
USO CONDIVISO
NOLEGGIO
BARATTO
Autoproduzione
Produttore
Mercato
Bar - Ristorante - Cinema
Teatro - Estetista -
Parrucchiere - Palestra
GDO
Ingrosso
Consegna a domicilio
Negozio specializzato
Distributore automatico
Luoghi privati e/o variabili

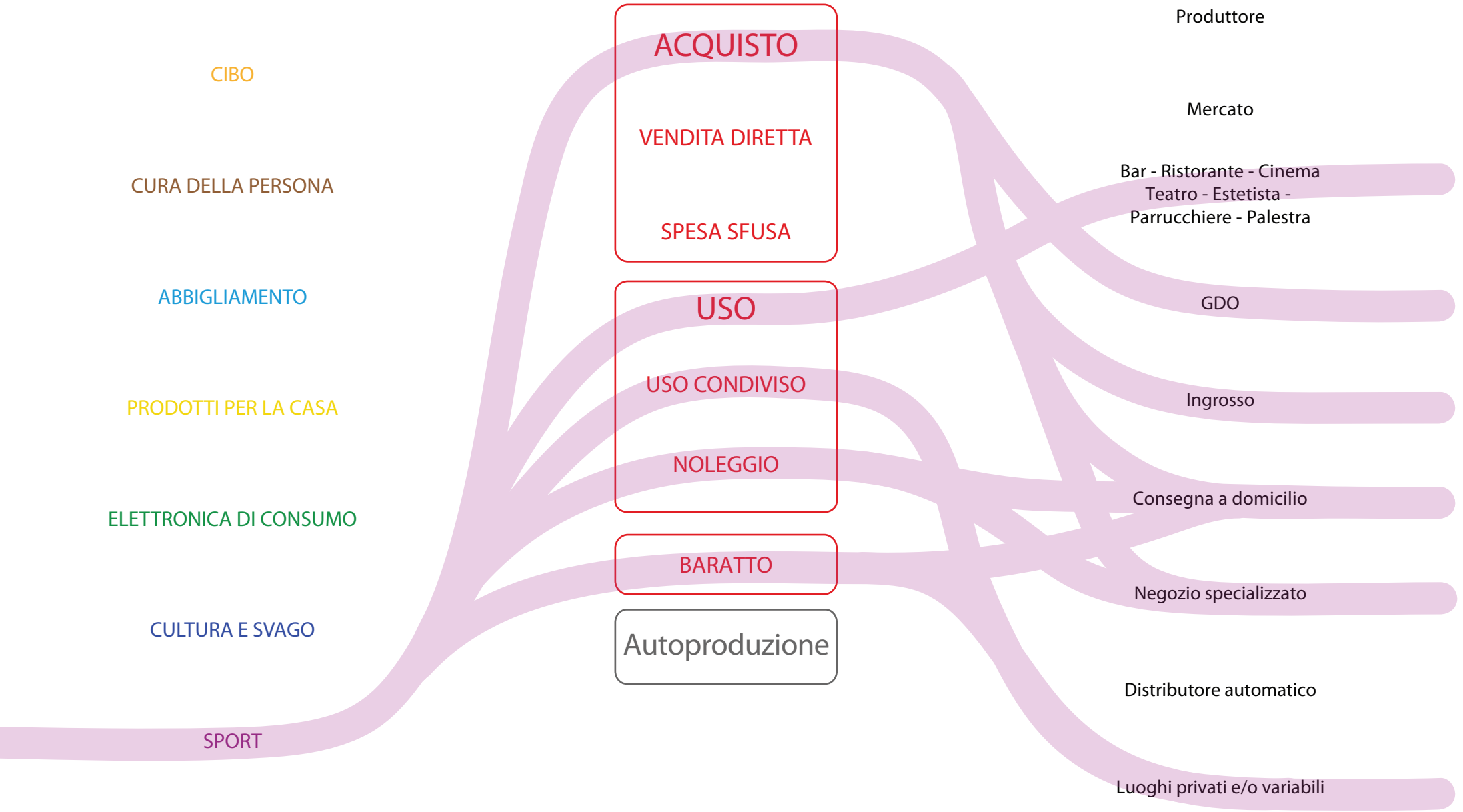

CIBO
CURA DELLA PERSONA
ABBIGLIAMENTO
PRODOTTI PER LA CASA
ELETTRONICA DI CONSUMO
CULTURA E SVAGO
SPORT
ACQUISTO
VENDITA DIRETTA
SPESA SFUSA
USO
USO CONDIVISO
NOLEGGIO
BARATTO
Autoproduzione
Produttore
Mercato
Bar - Ristorante - Cinema
Teatro - Estetista -
Parrucchiere - Palestra
GDO
Ingrosso
Consegna a domicilio
Negozio specializzato
Distributore automatico
Luoghi privati e/o variabili


CIBO
CURA DELLA PERSONA
ABBIGLIAMENTO
PRODOTTI PER LA CASA
ELETTRONICA DI CONSUMO
CULTURA E SVAGO
SPORT
ACQUISTO
VENDITA DIRETTA
SPESA SFUSA
USO
USO CONDIVISO
NOLEGGIO
BARATTO
Autoproduzione
Produttore
Mercato
Bar - Ristorante - Cinema
Teatro - Estetista -
Parrucchiere - Palestra
GDO
Ingrosso
Consegna a domicilio
Negozio specializzato
Distributore automatico
Luoghi privati e/o variabili

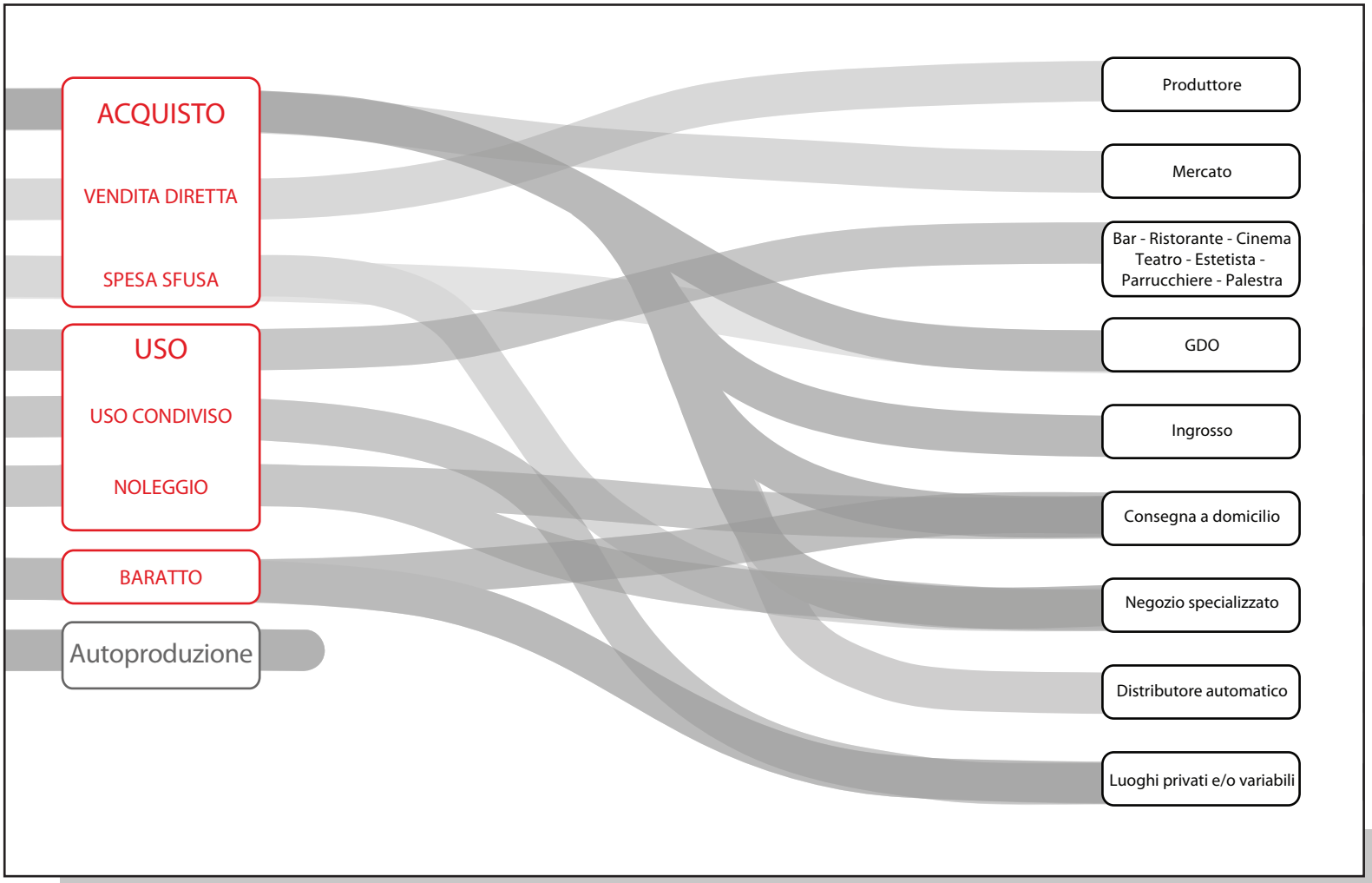

CIBO
CURA DELLA PERSONA
ABBIGLIAMENTO
PRODOTTI PER LA CASA
ELETTRONICA DI CONSUMO
CULTURA E SVAGO
SPORT
ACQUISTO
VENDITA DIRETTA
SPESA SFUSA
USO
USO CONDIVISO
NOLEGGIO
BARATTO
Autoproduzione
Produttore
Mercato
Bar - Ristorante - Cinema
Teatro - Estetista -
Parrucchiere - Palestra
GDO
Ingrosso
Consegna a domicilio
Negozio specializzato
Distributore automatico
Luoghi privati e/o variabili


CIBO
CURA DELLA PERSONA
ABBIGLIAMENTO
PRODOTTI PER LA CASA
ELETTRONICA DI CONSUMO
CULTURA E SVAGO
SPORT
ACQUISTO
VENDITA DIRETTA
SPESA SFUSA
USO
USO CONDIVISO
NOLEGGIO
BARATTO
Autoproduzione
Produttore
Mercato
Bar - Ristorante - Cinema
Teatro - Estetista -
Parrucchiere - Palestra
GDO
Ingrosso
Consegna a domicilio
Negozio specializzato
Distributore automatico
Luoghi privati e/o variabili


CIBO
CURA DELLA PERSONA
ABBIGLIAMENTO
PRODOTTI PER LA CASA
ELETTRONICA DI CONSUMO
CULTURA E SVAGO
SPORT
ACQUISTO
VENDITA DIRETTA
SPESA SFUSA
USO
USO CONDIVISO
NOLEGGIO
BARATTO
Autoproduzione
Produttore
Mercato
Bar - Ristorante - Cinema
Teatro - Estetista -
Parrucchiere - Palestra
GDO
Ingrosso
Consegna a domicilio
Negozio specializzato
Distributore automatico
Luoghi privati e/o variabili



Flussi Merce



Nello schema sono sintetizzate le relazioni tra i luoghi della distribuzione e le forme di consumo; essi derivano dalla somma dei flussi delle singole categorie di prodotti.
Emerge chiaramente che alcune *forme* (come ad esempio la spesa sfusa, il noleggio, l'uso condiviso...) sono strettamente *legate a* determinati *luoghi*. Vi sono quindi flussi ben delineati per ciascuna forma di consumo, e questo indipendentemente dalla tipologia di merce presa in considerazione.
Dallo schema emergono inoltre quali sono i *flussi ad alta densità* di tipologie di merce (più scuri) e quelli invece che riguardano solo alcuni prodotti (più chiari).

MERCI

CIBO

Acqua
Pane e Cereali
Ortaggi
Frutta
Latte
Zucchero, caffè, droghe
Formaggi e Uova
Carne
Pesce
Oli e grassi
Vino e Birra
Bevande

CURA DELLA PERSONA

Igiene Personale
Cosmetica e Profumi
Farmaci
Occhiali

ABBIGLIAMENTO

Vestiti
Calzature
Gioielli
Accessori

PRODOTTI PER LA CASA

Detersivi
Biancheria
Stoviglie
Elettrodomestici
Arredo e Complementi

ELETTRONICA DI CONSUMO

Cellulare
PC
Lettori musicale
TV
Stereo
Console
Accessori

CULTURA E SVAGO

Libri, Giornali e Riviste
Musica, Film e Spettacoli
Giochi
Cancelleria

SPORT

Attrezzi
Accessori

AUTOPRODUZIONE

FORME DI DISTRIBUZIONE

ACQUISTO

VENDITA DIRETTA

SPESA SFUSA

USO

USO CONDIVISO

NOLEGGIO

BARATTO

LUOGHI

Produttore
Bar - Ristorante
Parrucchirere - Estetista
Cinema - Teatro
GDO
Ingrosso
Mercato
Consegna a domicilio
Negozio Specializzato
Distributore Automatico
Luoghi Privati e/o Variabili

Flussi Merce

ACQUISTO

USO

AUTOPRODUZIONE

A partire dagli schemi precedenti sono state isolate le forme di consumo principali, *acquisto* e *uso*, e l'*autoproduzione*. Attorno ad esse sono state evidenziate delle *parole chiave* che riguardano tematiche o trend emergenti in riferimento anche ad alcuni luoghi della distribuzione. Correlati a ciascuna parola chiave sono stati individuati uno o più *casi studio* che la esemplificano.

Tag cloud

Casual Blue
TOMS Shoes
Absolute Cities Series
Guerlain
LastminuteMarket
Spesa energetica
Embedded generosity
A BASSO IMPATTO
Simply Sma
Sunnan Led di IKEA
URBAN PRIDE
klikkapromo.it
Serie limitate
Luoghi d'acquisto
Grocery Zen
ACQUISTI CONSAPEVOLI
Limited locations
INTERATTIVITA'
i-tunes
Specchio interattivo
Seasons
Gambero rosso wine
e-book
GoodGuide
iPizza
Sushi time
monclick.it
DIGITALIZZAZIONE
CONOSCENZA
Nutricate
Fromage
yoox.com
e-coop.it
e-commerce
Ikea space planner
esselungaacasa.it
prontospesa.it
ACQUISTO
TRACCIABILITA' DELL'ORDINE
onlinemarket.it
cocomyles.com
Design your dress
tesco.com
Domino's pizza tracker
Supermercati on-line
sisa.it
Mass customizing
Distributori automatici
Distripain
Veg Van
NikeiD
PERSONALIZZAZIONE
DELOCALIZZAZIONE
NETWORKING
loanbles.com
Alfaromeo giulietta
Lego design by ME
hirethings.co.nz
Distributori latte
crudo, detersivi
Spesa sfusa
Tuttosfuso
Unpackaged
erento.co.uk
rentstuff.ie
Pick your own
GAS
Menu km0
Effecorta
RIDUZIONE PACKAGING
myluxury.biz
Noleggio
eGo
Vendita diretta
borsedilusso.it
Little luggage
Farmer's market
Come in cantina
SOSTENIBILITA'
wash & milk maps
FILIERA CORTA
ACCESSIBILITA'
USO
Produzione on-site
Cucchiaio d'argento
BarterQuest.com
Settimana del baratto
Vertical farms
Cityscape farm
Handy cook book
Artusi
Co-housing
Baratto
Orti urbani
Ricettari digitali
iLiquori
Uso condiviso
Babel Menù
Swap party
Dress crossing
Ecohabitare
saicosatispalmi.org
Book crossing
Co-creazione
AUTOPRODUZIONE
Palette.able
Ponoko
ilmiolibro.it
SUPPORTO TECNOLOGICO

Tag cloud

Si possono collegare al tema di Informazione e Comunicazione una serie di applicazioni per iPhone che consentono agli utenti di *conoscere* e *valutare* quello che stanno acquistando (Seasons, iPizza ecc), ma anche dei siti come klikkapromo.it, che permettono di confrontare le offerte dei vari supemercati e quindi di migliorare l'organizzazione della propria spesa. Oltre alle applicazioni che rendono gli *acquisti più consapevoli*, ve ne sono altre che supportano i processi di autoroduzione (ad es. i ricettari digitali).

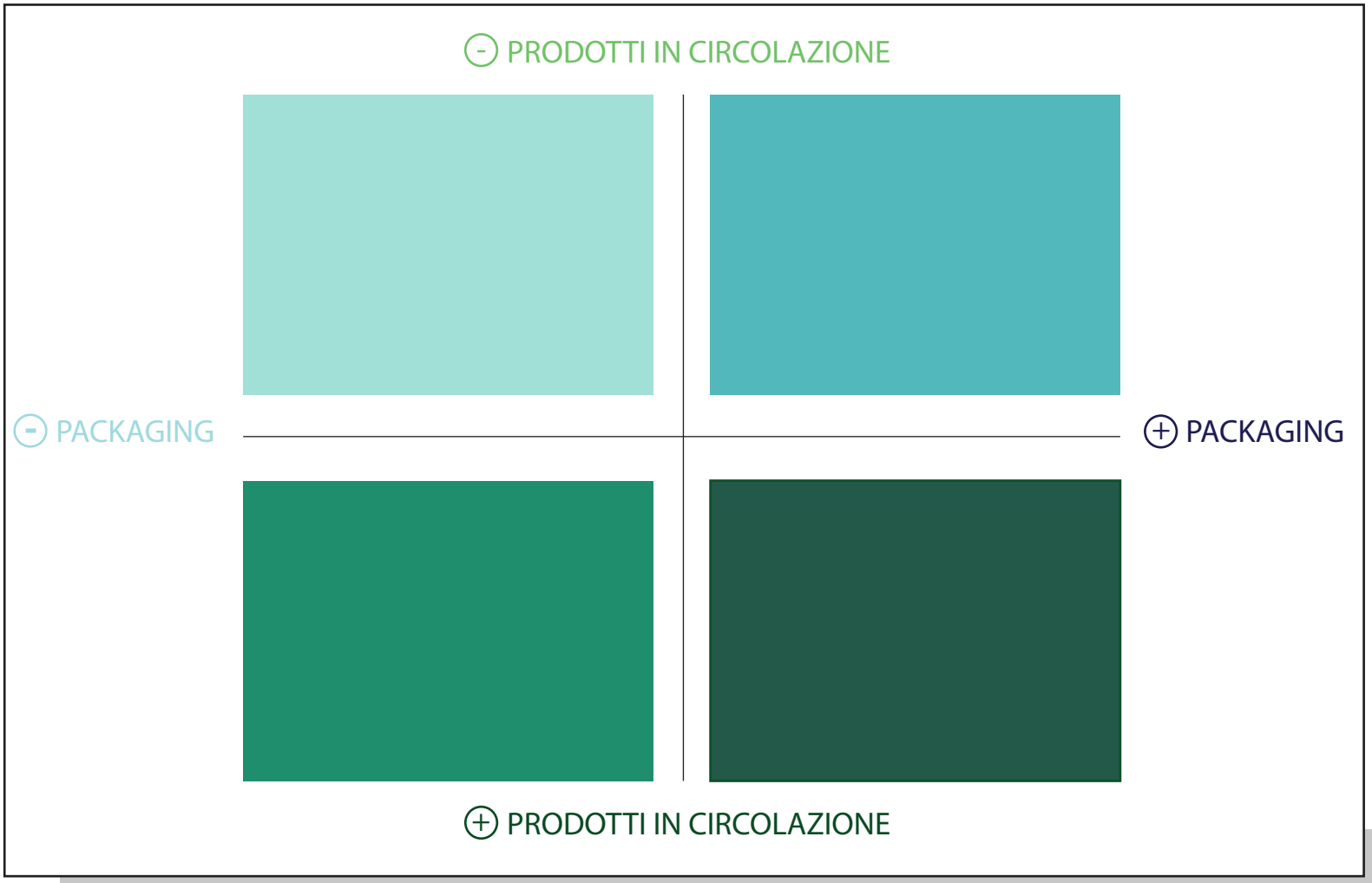
Nel mondo dell'*e-commerce* l'informazione sui prodotti e sullo stato del proprio ordine, piuttosto che la possibilità di mettere in comunicazione coloro che offrono un prodotto con chi ne ha bisogno, sono caratteristiche sempre più importanti.

Il *consumatore* è sempre più *informato* sui prodotti che acquista e il prezzo ormai non è più l'unica informazione che lo interessa; anche il fare la spesa può essere quindi un momento di educazione, in cui scoprire quali sono i prodotti di stagione (Seasons), quelli più sostenibili ed etici (GoodGuide) o quelli tipici di alcune regioni o di altri paesi (sushi time).

Educazione

Legati al mondo della distribuzione e del consumo vi sono numerosi servizi alla persona. Ad esempio, attraverso alcuni siti web è possibile *personalizzare* dei prodotti partendo da una piattaforma di base (NikeiD), oppure è possibile fare la spesa on-line, che verrà poi recapitata direttamente a casa (i supermercati offrono così servizi aggiuntivi). Vi sono inoltre servizi di solidarietà incorporati nell'acquisto di determinati prodotti (*embedded generosity*). Infine anche il *noleggio* può essere considerato un servizio alla persona, perché permette al consumatore di avere maggiore *accessibilità* a determinati prodotti o determinate quantità di prodotti.

Per quanto riguarda le tematiche Energia, Rifiuti e risorse il collegamento risulta evidente in tutti quei casi di *filiera corta* e *riduzione packaging*.
Nello specifico sono stati analizzati casi di *produzione on-site* e *autoproduzione* di cibo (Vertical farms, Orti Urbani, Ecohabitare) e di *vendita diretta*, tramite gruppi d'acquisto solidale (GAS) e mercati (Farmers' market). Distributori di latte crudo e detersivi, o luoghi come Tuttosfuso e Unpackaged, adottano una tipologia di *vendita alla spina* riducendo l'utilizzo di packaging. Inoltre sono stati evidenziati casi di nuovi supermercati che, oltre ad avere un *basso impatto energetico*, praticano la spesa sfusa come metodo di vendita.



A fronte dell'analisi del tema in relazione alle altre tematiche, sono stati individuati due parametri sui quali è stata approfondita la ricerca: la *quantità di prodotti in circolazione* in città in rapporto al *packaging*.
L' orientamento analitico del tema è quindi un orientamento volto alla *sostenibilità*.

Sono state individuate quattro forme di distribuzione di merci: *Acquisto*, la forma che implica grande quantità di merce in circolazione, *Noleggio*, *Uso Condiviso* e *Baratto* che gradualmente diminuscono questa quantità. Per ogni forma sono stati appuntati dei casi studio interessanti, posizionati considerando il comportamento di ognuno rispetto al packaging.

Settimana del baratto

La settimana del baratto è un'iniziativa promossa da B&B e altre *strutture di microricettività* che offrono un soggiorno in cambio di prodotti o servizi tra i più svariati. Essa è l'occasione per mettere in circolo *viaggiatori*, sensibilità, *esperienze* creando *nuove relazioni* di amicizia, stima e fiducia, oltre che un ottimo e inusuale modo per conoscere l'Italia e la sua gente.

BarterQuest.com

BarterQuest è un *sito web* di commercio senza soldi. Un *utente* fa un'offerta di un prodotto, un altro utente la accetta e poi il primo utente conferma lo scambio. Lo scambio può avvenire anche tra più di due utenti. Il sito web consente quindi di *mettere in contatto* coloro che hanno qualcosa da scambiare; nella pagina "how to trade" viene spiegato molto bene il funzionamento del servizio.

Swap Party

Una tendenza che ha preso piede soprattutto in Italia è lo Swap *Party*. Per organizzarne uno basta decidere una data e invitare tutte le *amiche* a bere una cioccolata o un aperitivo. L'importante è portare abiti, gioelli, scarpe, accessori, borse, collane, cinture, insomma qualsiasi cosa sia finita nel fondo di qualche armadio. Con lo Swap Party si può rinnovare il guardaroba senza spendere nemmeno un euro, nulla è in vendita, esiste solo il semplice scambio. A Milano lo Swap Party si fa anche *sui mezzi pubblici*, non solo a casa, ad esempio sul treno andando al lavoro.

Il *baratto* una forma di commercio antica? Sembra di no, anzi, forse più attuale che mai e lo dimostrano i numerosi *portali* che si stanno affacciando su internet ad esso dedicati, molti dei quali completamente gratuiti, che offrono un *servizio di scambio* tra gli utenti e si ripropongono di diffondere lo spirito di tale modalità economica. Si tratta di una forma di commercio che contiene sia un *valore sociale*, perchè offre occasioni per tessere nuove relazioni, che educativo, in quanto forma di circolazione o riciclo sostenibile di beni e oggetti.

Co-housing

Un progetto di co-housing comprende dalle 20 alle 40 *famiglie* che convivono come una comunità di vicinato (vicinato elettivo) e gestiscono gli *spazi comuni* in modo collettivo ottenendo in questo modo risparmi economici e benefici di natura ecologica e sociale. Da un lato, infatti, la progettazione partecipata e la condivisione di spazi, attrezzature e risorse agevola la *socializzazione* e la mutualità tra gli individui, dall'altro questa pratica, unitamente ad altri "approcci" quali ad esempio la costituzione di gruppi d'acquisto solidale, il car-sharing o la localizzazione di diversi servizi, favoriscono il *risparmio energetico* e diminuiscono l'impatto ambientale di queste comunità.

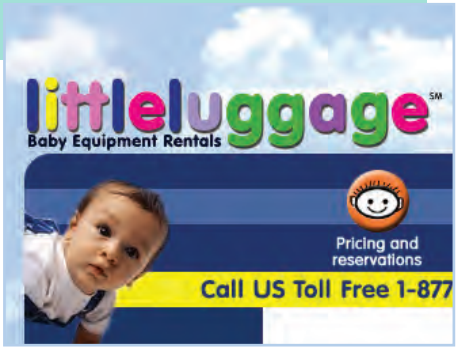
Book Crossing

"Se ami un libro, lascialo libero": è questa la filosofia del bookcrossing, il sistema di scambio gratuito di *libri* ideata dall'americano Ron Allen Hornbake nel 2001. Per liberare un proprio libro è sufficiente *iscriversi* al movimento dei bookcorsari sul loro sito, registrare il volume assegnandogli un codice e lasciare il libro in un *luogo pubblico*. Sullo stesso sito è possible poi *seguire* il *percorso* del libro.

Dress Crossing

Il Dress Crossign è una tendenza che si sta diffondendo tra le *donne* che amano lo shopping. Basta trovare qualche amica dai simili gusti e dalle analoghe pulsioni, formare un *gruppo d'acquisto* e comprare, con una cassa comune, tutti i must di stagione senza finire sul lastrico e con la possibilità di farli "girare" fra i membri del gruppo.

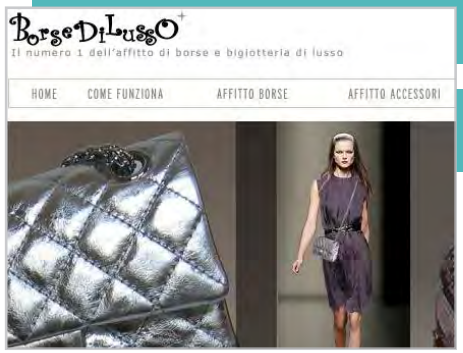
Little Luggage



Little Luggage è un servizio offerto ai *turisti* che visitano la *città* di San Francisco; consiste nel noleggio di attrezzature e prodotti per bambini (seggiolini, passeggini...). I prodotti possono essere ritirati presso il punto vendita o recapitati nell'hotel in cui i turisti alloggiano. Il soggiorno in città viene quindi reso più *accessibile* a genitori con bambini piccoli.

eGo

Indossare ogni giorno abiti diversi è complicato se non impossibile, prima di tutto per la disponibilità economica e di spazio. Alle *donne* che amano o che per lavoro devono *cambiare* spesso abito eGo, negozio situato nella *città* di Brescia, offre la possibilità di noleggiarne uno al giorno a prezzi modici, servizio di lavanderia compreso. Ogni settimana si scelgono e si ritirano gli abiti e il pagamento avviene mensilmente.



borsedilusso.it

myluxury.biz

Prodotti di lusso *accessibili* a molti? Si può. Il noleggio di borse e gioielli delle grandi firme è diventato una vera e propria moda, ecco alcuni *siti web* dove è possibile effettuarlo. Si esegue la ricerca verificando subito la disponibilità e il prezzo, si ordina e la borsa o il gioiello vengono *recapitati a casa* in meno di 24 ore. Nei siti i prodotti sono suddivisi in collezioni che coprono diverse fasce di prezzo.

Noleggio

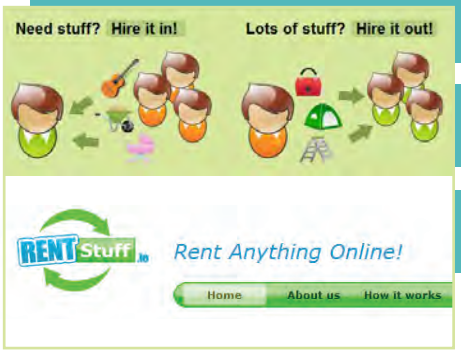
erento.co.uk

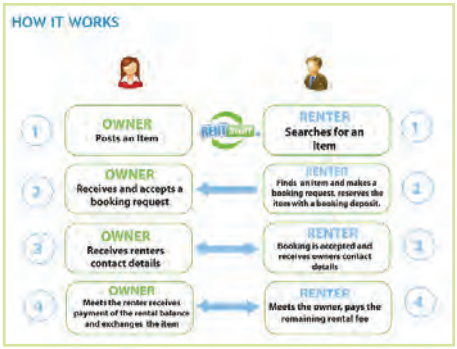
Il *sito web* Erento consiste in un motore di *ricerca* che consente di trovare e paragonare le offerte per un determinato prodotto, controllarne la disponibilità, calcorarne il prezzo e infine mettersi in contatto con la ditta che effettua il noleggio. Grazie al sito i prodotti, anche quelli più particolari o introvabili, diventano più *accessibili*.

loanables.com

hirethings.co.nz

rentstuff.ie





Loanables, Hirethings e Rentstuff sono *siti web* che consentono di *mettere in contatto* coloro che hanno a disposizione dei prodotti da noleggiare con coloro che ne hanno bisogno. La ricerca è effettuata cercando i prodotti che si desiderano ma anche il luogo in cui ci si trova in modo da visualizzare gli *owner* più vicini. Le modalità di consegna e il prezzo vengono poi concordati tra owner e *renter*.

Noleggio

Farmers' Markets

I Farmers' Markets sono dei mercati, tenuti in *spazi pubblici*, in cui i contadini o semplicemente coloro che possiedono un orto possono vendere i propri prodotti. I vantaggi per il consumatore sono: il prezzo più basso, in quanto si eliminano dei passaggi nella filiera distributiva, e la garanzia di acquistare *prodotti locali*, freschi, *di stagione* e di qualità.

GAS

Un *gruppo d'acquisto* e' formato da un insieme di persone che decidono di incontrarsi per acquistare all'ingrosso prodotti alimentari o di uso comune, da ridistribuire tra loro. Un gruppo d'acquisto diventa *solidale* nel momento in cui decide di utilizzare il concetto di solidarieta' come criterio guida nella scelta dei prodotti. Questi ultimi sono provenienti da piccoli produttori locali, in alcuni casi biologici o ecologici, e realizzati rispettando delle eque condizioni di lavoro.

Pick your own

Pick your own è un' iniziativa che offre la possibilità a quei consumatori che vogliono cibi sicuri, di qualità e *contatto diretto* col produttore di acquistare direttamente nell'orto delle aziende agricole che partecipano a questo progetto, raccogliendo frutta e ortaggi nel campo. Sul sito si può cercare l'azienda agricola più vicina a casa e il tipo di ortaggi che vi si potranno trovare.

Veg Van

Veg Van è un'associazione fondata in Inghilterra da un piccolo gruppo di persone con lo scopo di rendere *accessibili prodotti freschi*, sani e di stagione in quelle zone in cui non è facile reperirli. Ogni settimana infatti un *camioncino* colorato gira per alcune zone di Londra vendendo i prodotti che provengono da produttori locali.

Vendita diretta

Tuttosfuso

Unpackaged

Effecorta

Tuttosfuso, Unpackaged e Effecorta sono *negozi* in cui è possibile acquistare *prodotti alla spina* (spesso provenienti direttamente dal produttore) con un notevole vantaggio per l'ambiente grazie alla riduzione di packaging.

Simply Sma

Simply Sma è un *supermercato* situato vicino a Brescia e il primo in Italia in cui tutto, ma proprio tutto, è stato progettato in un'ottica di sostenibilità e di *risparmio energetico*. Oltre agli interni e all'architettura, sono sostenibili anche i prodotti, a *Km zero* e venduti alla spina.

Distributori latte crudo

Distributori detersivi

Come in cantina

Il latte crudo e i detersivi sono i *prodotti liquidi* più diffusi che vengono venduti alla spina. In particolare i distributori di *latte crudo* sono situati in vari punti delle città e spesso anche nelle aziende in cui viene prodotto, mentre quelli di *detersivi* alla spina si trovano all'interno dei *supermercati*.

L'iniziativa Come in cantina, nata in Piemonte, promuove la diffusione di distributori di *vini piemontesi DOC* nei *supermercati* della regione.

Distributori automatici

Sono sempre di più i prodotti che vengono distribuiti nelle cosiddette "*vending machines*": non solo cibi e bevande in confezioni monodose, ma anche piatti pronti, prodotti per l'igiene personale, libri e accessori. I vantaggi per il consumatore? Prodotti a portata di mano senza dover fare code nei negozi o nei supermercati. Gli svantaggi? Eccesso di *packaging*, necessità di rifornire costantemente i distributori (perchè la loro capacità è limitata) e prezzi non convenienti.

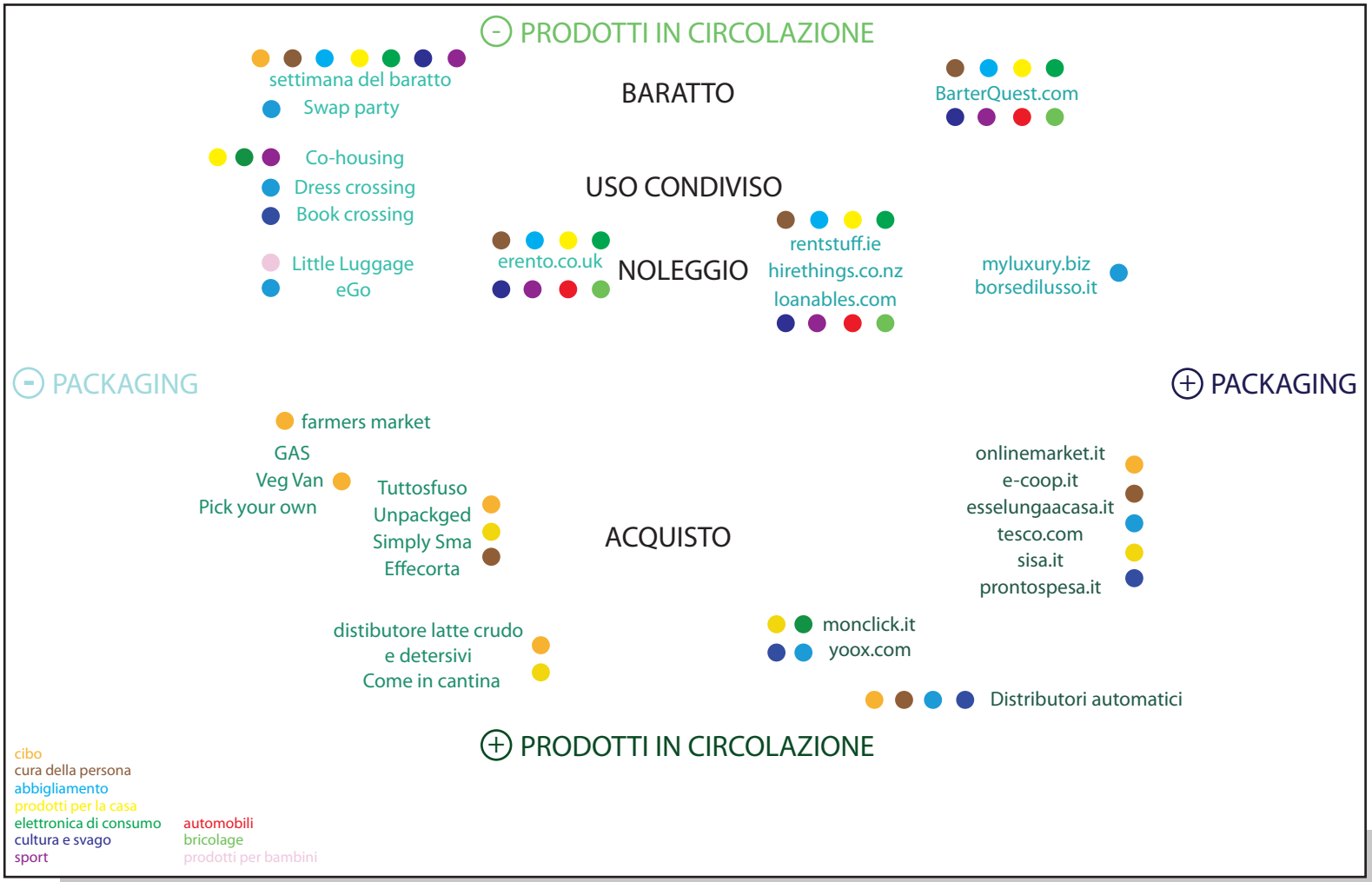
Supermercati on-line

La *spesa on-line* si sta diffondendo anche in Italia. Se da una parte consente di fare la spesa anche a coloro che hanno difficoltà a muoversi da casa e di *risparmiare tempo*, dall'altra non può essere paragonata a quella in un supermercato reale: ad esempio al momento non è possibile avere informazioni on-line sulla data di scadenza dei prodotti e per quanto riguarda frutta e verdura fresche non consente di effettuare una scelta qualitativa come quella che si fa al supermercato reale selezionando e tastando i prodotti.

yoox.com

monclick.it

Ormai su *internet* si può acquistare di tutto e sono sempre di più le persone che ogni giorno lo fanno. Un vantaggio è sicuramente la *comodità*, ma anche i *prezzi*, inferiori rispetto al retail tradizionale.



Individuando quali merci appartengono a ciascun quadrante (in base ai casi studio analizzati) emerge una loro diversa distribuzione. In particolare si può notare che le pratiche di spesa sfusa e di vendita diretta coinvolgono principalmente cibo, prodotti per l'igiene personale e per la pulizia. La pratica di uso condiviso invece, coinvolge solamente merci durevoli.

In ultimo sono stati ripresi i *luoghi di distribuzione* per ogni quadrante. Interessante è notare come forme di distribuzione quali il Baratto l'Uso Condiviso o il Noleggio, non abbiano luoghi dedicati e aperti a tutti. Si tratta di forme che si sviluppano privatamente tra gruppi, comunità o amici. Per quanto riguarda l'acquisto invece, in particolar modo per la spesa sfusa, si tratta di negozi o supermercati di piccole dimensioni, nei quali non emerge ancora il valore e il vantaggio di un acquisto più sostenibile.

In un progetto futuro per la città di Milano potrebbe essere interessante lavorare sulla riduzione del packaging progettando servizi che ne permettano una *diffusione di massa* (per ottenere *significativi cambiamenti* in un'ottica di sostenibilità) e che trasmettano valore per il consumatore.

Considerazioni

Acquisto

http://www.effecorta.it/
http://beunpackaged.com/
http://www.tuttosfuso.net/
http://www.esselungaacasa.it/ecommerce/reg/home.do
http://www.prontospesa.it/
http://www.supermercatoissimo.it/
http://direct.tesco.com/
http://itunes.apple.com/app/fromage/id298883838?mt=8
http://itunes.apple.com/it/app/ipizza/id357462937?mt=8
http://itunes.apple.com/it/app/groceryzen/id288654588?mt=8
http://www.distripain.fr/
http://www.pickyourown.org/
http://www.dominos.com/home/tracker/pizzatracker.jsp
http://designbyme.lego.com/en-us/default.aspx
http://klikkapromo.it/
http://www.milkmaps.com/index.php
http://www.greenme.it/consumare/eco-spesa/1972-spesa-energetica-arriva-il-carrello-che-produce-elettricita
http://www.seasonsapp.com/
http://www.goodguide.com/about/mobile
http://www.lastminutemarket.org/
http://www.youtube.com/watch?v=QU5DrVu2gdg
http://www.dressbydesign.com/
http://cocomyles.com/
http://nutricate.com/index.html
http://www.vegvan.ca/vegvan/Welcome.html
http://www.settimanadelbaratto.it/
http://cityscapefarms.com/

Uso

http://www.barterquest.com/
http://www.littleluggage.com/index.html
http://www.myluxury.biz/
http://www.borsedilusso.it/
http://www.erento.co.uk/hire/info/eng_hire/
http://www.loanables.com/home
http://www.rentstuff.ie/Public/default.aspx
http://www.hirethings.co.nz/
http://www.bookcrossing-italy.com/
http://www.suiteatwork.it/indexs.php?pag=1

Autoproduzione

http://www.ponoko.com/
http://itunes.apple.com/it/app/palette-able/id359547425?mt=8
http://itunes.apple.com/it/app/babelmenu/id360254845?mt=8#
http://ilmiolibro.kataweb.it/

Altri contributi

http://www.newitalianlandscape.it/citylab/
http://www.federconsumatori.it/ShowDoc.asp?nid=20081016150707&t=news
http://trendwatching.com/trends/10trends2010/#urbany
http://www.yankodesign.com/2009/11/12/powered-by-trash/
http://www.cameradicommercio.it/
http://vimeo.com/8812686
http://vimeo.com/7287386

Sitografia