

Digital Social Market:

un sistema di premialità per incentivare scelte sostenibili a Milano

Federico Lia – Poliedra Politecnico di Milano





This project has received funding from the European Union's Horizon 2020 research and innovation programme under Grant Agreement N° 691895





H2020 SCC-01-2015

3 LEAD CITIES

3 FOLLOWERS

20-35 SCALE UP CITIES

6 TRANSVERSAL PARTNERS

20+ DEVELOPMENT PARTNERS

Sistema Politecnico:

DAStU

DENG

Cefriel

Fondazione Politecnico

Implementation: 2016-2018

Monitoring: 2019-2020





PLACE

Infrastructure solutions for **low-energy districts** (e-mobility, building retrofit, home energy management systems, smart lamp posts)

PEOPLE

Reward system, engagement actions, co-design with citizens

PLATFORM

Urban sharing platform based on **open data**

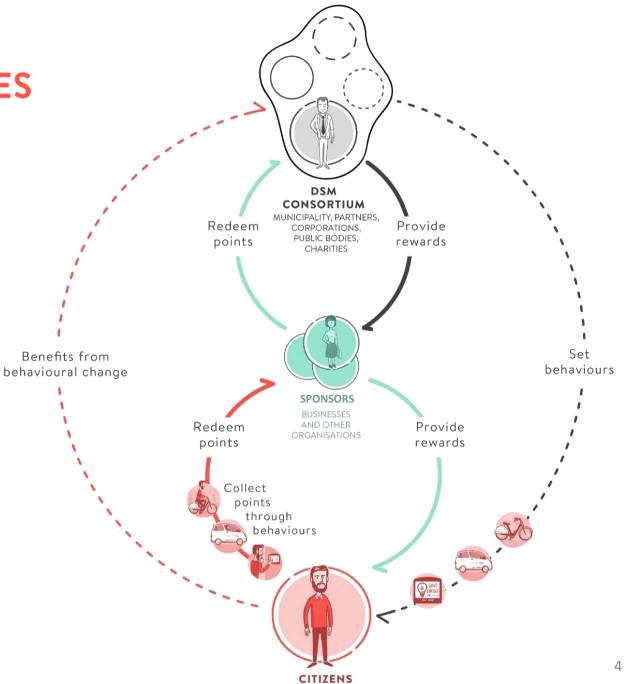




DIGITAL SOCIAL

MARKET

Un insieme di relazioni innescate dando valore e visibilità a scelte e comportamenti sostenibili

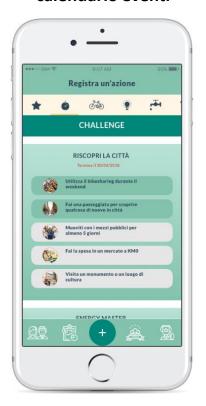




Monitoraggio consumi personali e punti raccolti



Partecipazione a sfide costruite su calendario eventi



Comunicazione e condivisione di iniziative e luoghi sul territorio





Per l'amministratore pubblico il DSM è un servizio che:

- valorizza le scelte sostenibili dei cittadini → incoraggiamento
- accompagna il cittadino nel valutare i propri consumi → consapevolezza
- restituisce dati su consumi e scelte, per definire nuove politiche → conoscenza
- sfrutta servizi e dati resi disponibili dalle piattaforme Open Data → integrazione
- lancia e supporta luoghi, iniziative ed eventi sostenibili → comunicazione
- valuta l'effetto di politiche basate sulla «premialità» → sperimentazione
- •
- è basato su esperienze di successo (TrafficO2, Greenapes, ...
- da testare per tutto il 2019 e 2020;



Per il cittadino il DSM è:

- un diario personale di azioni e scelte sostenibili, strutturato per domini (mobilità, energia, ... rifiuti, acqua...) → monitoraggio
- una leva per **provare nuovi servizi** → **cambiamento**
- uno strumento che incoraggia le **aggregazioni** «virtuose» di cittadini → collaborazione
- un luogo per informarsi e consumare in maniera più consapevole → consapevolezza
- la chiave di accesso ad una rete visibile di sponsor «vicini» → prossimità





Per gli **sponsor** il DSM è:

- un'occasione per valorizzare servizi e prodotti «a basso impatto» → green marketing
- una vetrina «ecologica» per farsi conoscere
 visibilità
- un canale per fidelizzare i propri clienti e per raggiungerne nuovi → comunicazione
- un'occasione per (ri)cucire legami con i cittadini → prossimità



Poliedra – Politenico di Milano www.poliedra.polimi.it

Federico Lia federico.lia@polimi.it

Giuliana Gemini giuliana.gemini@polimi.it

Roberto Nocerino roberto.nocerino@polimi.it







DIGITAL

monitoraggio condivisione di dati ...

SOCIAL

consapevolezza cambiamento aggregazione

• •

MARKET

visibilità promozione nuovi utenti

•••