

Indice

Prefazione all'edizione italiana, di <i>Sergio Iasi</i>	XI
---	----

Introduzione

Rispettare e superare tutti i limiti	1
--------------------------------------	---

1 Fare meglio con meno	7
------------------------	---

Parte I

La rivoluzione dello sharing B2B

2 I grandi benefici della condivisione B2B	17
--	----

La condivisione B2B aumenta efficienza, agilità e innovazione delle imprese	18
--	----

I benefici sociali ed ecologici della condivisione B2B	21
--	----

La condivisione B2B combatte il Covid-19 e salva vite	23
---	----

3 Padroneggiare la condivisione B2B	29
-------------------------------------	----

Livello 1. Condivisione di rifiuti e risorse scartate	30
---	----

Livello 2. Condivisione di beni fisici	34
--	----

Livello 3. Condivisione del potere d'acquisto	38
---	----

Livello 4. Condivisione dei dipendenti	41
--	----

Livello 5. Condivisione dei clienti	45
-------------------------------------	----

Livello 6. Condivisione di proprietà intellettuale e conoscenza	47
---	----

Padroneggiare l'intero spettro	50
--------------------------------	----

4 Dallo Smart Sharing al Wise Sharing	53
Valore contro Valori	54
Raggiungere gli SDG più velocemente, meglio e a minor costo	58

Parte II

Manifattura distribuita e reti di valore iper-locale

5 Espansione della produzione	65
9/11, Covid-19 e la necessità di reti di fornitura adattive	68
Espandere in orizzontale contro espandere in verticale	72
Espandere la produzione automobilistica per massimizzare l'impatto locale	73
Espandere la generazione energetica per costruire comunità sostenibili	76
6 Espandere orizzontalmente le economie virtuose di nuova generazione	83
Trasformare i rifiuti in risorse	83
Curare la nostra dipendenza dal petrolio con la bioeconomia	85
Migliorare le vite grazie alla medicina personalizzata	88
Catturare e utilizzare la CO ₂ per creare valore locale	90
7 Reti di valore iper-locali	95
La catena del valore non coinvolge i «prosumer»	102
La catena del valore non favorisce la collaborazione esterna	104
La catena del valore è ottimizzata per l'efficienza, non per l'adattabilità	105
La catena del valore è troppo complessa per decarbonizzarsi e raggiungere il <i>net zero</i>	105

Parte III

Rigenerare persone, luoghi e il Pianeta

8	L'ascesa delle imprese rigenerative	121
	Le imprese rigenerative fanno più bene	127
9	Sviluppo rigenerativo	141
	Espandere la consapevolezza e agire consapevolmente	144
	Rigenerare lo spirito di una città ferita	145
10	Come le imprese possono guidare la tripla rigenerazione	155
	Umanizzare la rigenerazione e ancorarla ai luoghi	158
	Rafforzare la vitalità e la longevità aziendale attraverso la tripla rigenerazione	164
	Meiji Yasuda aumenta la tua vitalità invece di assicurarti contro la mortalità	168
	Oltre la moda sostenibile: Eileen Fisher guida la tripla rigenerazione	170

Parte IV

Per degli Stati Uniti frugali

11	Gli Stati Uniti devono guidare con l'esempio	177
	Un pioniere della sanità frugale	181
	Dare potere alle donne attraverso l'imprenditoria di base	184
12	Far fiorire 3.143 economie frugali	189
	Condivisione B2B: sostituire la competizione con la cooperazione	189
	Manifattura distribuita: liberare opportunità iper-locali	191
	Tripla rigenerazione: rivitalizzare l'anima del cuore dell'America	195
	Conclusioni.	
	L'ascesa dei «nativi» frugali	203

Note	209
Ringraziamenti	231
Sull'autore	235