

Indice

GreenWebEconomics: Manifesto	1
1. GreenWebEconomics	9
Dall'elefante alla cellula	9
L'economia della leggerezza	14
L'ingrediente fondamentale: il brain capital	17
La situazione italiana	19
La geografia della GreenWebEconomics	24
La nuova rete: le GreenWebCities	30
Le conseguenze della GreenWebEconomics per le imprese	32
I nuovi clienti della GreenWebEconomics	36
Le conseguenze per il capitale	41
2. Il Green	49
«Chisseneffrega del global warming!»	49
La Mercatizzazione Green	52
I drive for value della Mercatizzazione Green	58
I drive for growth della Mercatizzazione Green	69
Gli opportunity gap da colmare	75
I benefici di una Mercatizzazione Green per le imprese	78
Il modello di Mercatizzazione Green	80
3. L'auto e la casa	85
Il mercato dell'auto	85
It's the network, stupid!	94
Il ruolo degli smart device	97
Il mercato della casa	99

La casa Green	103
Alto Adige: la Silicon Valley della casa Green	110
4. La grande convergenza	117
Il Web delle cose: la co-creazione	117
Il campo d'azione: dalla Smart Grid all'individuo	119
La Smart Grid	120
L'individuo Green: Web Enablement	122
I modelli di business GreenWeb	124
5. La GreenWebSociety	127
Premessa	127
L'uomo al centro	128
L'impresa: un ritorno al futuro	134
Il «giuramento di Ippocrate» del manager	137
La nuova economia	141
Una nuova società	145
Bibliografia	151