

# DAL PRIMO COWORKING ITALIANO, REALIZZATO A MILANO, A 100 IN TUTTA ITALIA.

La sfida degli spazi di lavoro condivisi raccontata dal suo pioniere italiano

*A cura della Redazione*

Se prima della pandemia il 95% delle aziende italiane non aveva mai pensato all'idea di spazi condivisi, né tantomeno provato, e il 5% faceva i primi test, ora il quadro è differente: solo il 5% delle aziende non ha avuto il problema di "dove far lavorare le persone", mentre il restante 95%, nello spazio di poche settimane, ha vissuto l'urgenza di interrogarsi sul modo per svolgere le attività aziendali, pur non andando in ufficio.

Queste sono le riflessioni presenti nel libro **"HO FATTO UN COWORKING, ANZI 100. Se la Relazione viene prima del Business. Storia di Cowo®"**. Il volume porta la firma di **Massimo Carraro, fondatore di Cowo®**, la Rete di Coworking indipendenti e racconta la nascita del principale Network di Coworking space in Italia, a partire dal primo che sia mai stato aperto nel nostro Paese, nel 2008: il Cowo® di Milano Lambrate che è stato in grado di fornire un servizio nuovo in un mercato che non esisteva ancora. Il libro è acquistabile qui: <https://www.amazon.it/dp/B09BYDH2WK>

Carraro racconta la sua storia che inizia con una doppia sfida: il cambio di paradigma nel suo lavoro da creativo pubblicitario (complice l'affermarsi di Internet), accompagnato dalla volontà di investire nelle nuove possibilità offerte dalla tecnologia che consente di lavorare da remoto aprendo milioni di nuove prospettive. I primi capitoli raccontano queste premesse, radici portanti di un'idea che con il tempo si è rivelata vincente e forte. Il libro prosegue con l'analisi delle diverse fasi di crescita di un progetto che ha saputo evolversi e cambiare in funzione dei tempi e, anche, delle crisi economiche e professionali. Dal voler fare Coworking insieme condividendo uno spazio di lavoro per ammortizzare le spese di ufficio e combattere la solitudine lavorativa (idee che hanno segnato le basi di Rete Cowo®) alla gestione dei primi aspetti burocratici, fiscali, amministrativi. **Sostenibilità e relazione sono sempre stati i valori alla base di**



**Cowo®** e che, con il tempo, non sono mai stati persi di vista. Oggi Cowo® è un Network, una community realizzata intorno a valori condivisi.

Il volume affronta anche il periodo pandemico. Com'è stata affrontata la pandemia? Cos'è emerso dal lavoro dei coworker? Questi anni di incertezze sono stati l'occasione per fermarsi, raccogliere dati e storie, analizzare dubbi, ascoltare e cogliere le tendenze di domani.

Dall'analisi degli ultimi periodi, sono emerse **tre tendenze:**

**MASSIMO CARRARO,  
FONDATORE DI COWO®,  
LA PRIMA RETE DI COWORKING  
INDIPENDENTI, CON IL LIBRO  
“HO FATTO UN COWORKING,  
ANZI 100 - SE LA RELAZIONE  
VIENE PRIMA DEL BUSINESS.  
STORIA DI COWO®” PRESENTA  
TRE TENDENZE DEL SETTORE  
PER IL FUTURO DEGLI SPAZI  
CONDIVISI.**

#### **TENDENZA N°1**

In un periodo di quarantena forzata, l'interesse per il Coworking non scompare, anzi.

Contrariamente a quanto inizialmente tutti si aspettavano, fin dai primi giorni della pandemia e poi via via per tutto il periodo dell'emergenza di questi mesi del 2021-2021, le richieste di spazi di Coworking talvolta in chiave esplorativa per il futuro, tal altra per sondare disponibilità immediate, non si sono mai interrotte. Al contrario, si è registrato un nuovo tipo di interesse, da parte di soggetti precedentemente non coinvolti negli ecosistemi degli spazi collaborativi, quali le PMI e gli stessi dipendenti, costretti a non poter utilizzare i “soliti” uffici, ma al tempo stesso alle prese con le difficoltà del lavoro da casa. Anche a livello di nuovi spazi, vi sono state numerose nuove aperture di Coworking Cowo®, in tutte le zone d'Italia, da Rovigo a Pisa, da Milano a Bari.

#### **TENDENZA N°2**

Le aziende mandano i dipendenti al Coworking. Coerentemente con una tendenza già crescente prima della pandemia (come testimoniato dalla piattaforma online “CoworkingPerAziende.it” già lanciata da Cowo® fin dal 2017) il trend delle aziende in Coworking si è rafforzato significativamente da marzo 2020. Il dato di rilievo, proveniente da una ricerca di TRAILab-Università Cattolica, parla di un 52% di spazi Coworking che ha ricevuto nuove richieste da parte di aziende (fonte “La trasformazione dei coworking di Milano nell'emergenza pandemica”).

#### **TENDENZA N°3**

Aumentano le richieste a giornata: sessioni di lavoro e videochiamate, riunioni condominiali. Tutti gli spazi di Coworking

hanno ricevuto, nell'arco del 2021-2021, molte più richieste del solito relativamente a utilizzi di sale riunioni per sessioni di lavoro tra dipendenti, postazioni per videochiamate (anche qui, spesso per dipendenti che si mettevano in contatto con la propria sede) e perfino riunioni condominiali e discussioni di tesi per studenti universitari.

Nei prossimi anni, spiega il libro, andrà sempre più a decadere ogni forma di distinzione nominale per ciò che riguarda i luoghi dove svolgere attività lavorativa. Già oggi, nella mente del consumatore medio, affittare un ufficio viene applicato indistintamente ai business center e ai Coworking.

La cosa importante, la disruption che oggi, 2021, è solo all'inizio, sarà questa: l'ufficio odierno diventerà una soluzione minoritaria, la gran parte di noi lavorerà in luoghi diversi, la cui offerta verrà articolata secondo modalità che oggi sono solo in embrione (per esempio, ora ragioniamo in termini geografici, città quartieri, ma già iniziamo a parlare di Coworking condominiale), le cui caratteristiche diventeranno la loro distintività.

Anche il turismo dedicherà una parte delle sue mete agli smartworkers e alle loro esigenze di flessibilità; le strutture ricettive sono sempre più organizzate al fine di fornire i comfort necessari al lavoro da remoto e la presenza o meno di questa a volte incide sulla scelta dello spostamento, che avviene non più solo in periodi di vacanza ma potenzialmente tutto l'anno. Ciò che non verrà standardizzata è la competenza umana, la professionalità del singolo, le soft skill che nessuna intelligenza artificiale riuscirà a riprodurre. Esattamente come accade con la tecnologia, il valore e il senso degli spazi sarà là dove si sarà saputo coltivare il patrimonio sociale, relazionale e umanistico dell'ambito lavorativo.

Il libro termina con la postfazione **dell'Assessora alle Politiche del lavoro, Attività produttive, Commercio e Risorse umane del Comune di Milano Cristina Tajani**, che conferma il ruolo del Coworking e l'importanza di offrire ai lavoratori questi nuovi spazi, già ampiamente dimostrata negli anni in vari modi, a partire dagli incentivi economici erogati a più riprese dall'amministrazione comunale fin dal 2013 e articolata poi nell'attivazione delle Giornate (posti diventate Settimane) del Lavoro Agile, sperimentazione sviluppatasi su vari anni con successo, fino all'interruzione forzata causa pandemia.

**Il Comune di Milano sta rendendo esigibile il tema del NearWorking per i propri dipendenti** e per farlo, dovrà guardare all'area urbana e anche alla città metropolitana, dove abita la metà dei 14 mila dipendenti del Comune, individuando i luoghi in cui si trovano le più grandi aggregazioni residenziali dei dipendenti a maggiore distanza dagli uffici municipali.

In sintesi, con il NearWorking l'obiettivo è arrivare a una condivisione degli spazi tra uffici e funzioni pubbliche e attività private, il che rappresenta una novità e ha in sé un grande potenziale trasformativo.

# COWO®. LA RETE DEI COWORKING INDIPENDENTI

---

L'idea di Cowo®, nonché il Coworking italiano, è nata all'inizio del 2008 a Milano, negli uffici di un'agenzia di comunicazione chiamata Monkey Business/advertising in the jungle.

I suoi soci, il copywriter Massimo Carraro e l'art director Laura Coppola realizzarono come gli spazi di lavoro fossero diventati eccessivi per le attività dell'agenzia, ormai in gran parte sempre più gestite da remoto, e che potevano quindi essere ripensati in maniera costruttiva. Max e Laura, infatti, non avevano voglia di lasciare la location di Milano Lambrate: via Ventura era stata una scelta di cuore, allestita con cura e vissuta con soddisfazione fin dal primo giorno, nell'ottobre 2002.

L'ispirazione arrivò in primavera e, il 1° aprile 2008, la proposta di condivisione collaborativa di spazio professionale – anche detta Coworking – trovava la sua prima espressione italiana al quartiere Lambrate di Milano, negli uffici di Monkey Business, in via Ventura 3.

Parallelamente, i due professionisti aprivano una conversazione online – allo scopo sia di far conoscere la proposta a eventuali interessati, sia di sondare che tipo di ricezione poteva avere sul web – con il blog CoworkingMilano.com (tutt'ora aggiornato con notizie, approfondimenti, informazioni). Nell'intestazione del sito, un piccolo logo rosso con la scritta "Cowo®" dalle "o" sorridenti, a rappresentare un luogo ideale dove il lavoro si può svolgere con atteggiamento positivo, e il sorriso sulle labbra.

La Rete rispose, e il primo coworker arrivò grazie a un contatto online, direttamente da Londra.

E poi un altro, e poi un altro. Era nato il Coworking italiano. Era nato Cowo®.

Nel corso di quel primo anno, in via Ventura a Milano si testò in modo approfondito l'esperienza di condividere uffici e giornate di lavoro con professionisti fino a un momento prima sconosciuti.

Cosa significa avere un "estraneo" in ufficio? È una cosa interessante? Migliora o peggiora il lavoro? È per lui o lei? E quando sono più di uno, cosa succede?

Va detto che i primi coworker furono fondamentali – con il loro apprezzamento e partecipazione costante all'evolversi dell'idea – nel far capire ai titolari dell'attività che stavano mettendo le basi per qualcosa di importante, qualcosa che ancora non esisteva in Italia.

Un'esperienza che poteva fare la differenza per molti, in termini di benessere lavorativo, di networking professionale e, in ultima analisi, di evoluzione positiva nell'approccio



al lavoro.

Tali segnali furono ben presto confermati dall'interesse concreto manifestato da molti soggetti da varie parti d'Italia, nel momento in cui si rivolgevano a Cowo® per far nascere progetti di Coworking simili sui vari territori. Dal Veneto alla Liguria, dal Piemonte alla Sardegna, furono parecchie le richieste a Cowo® di "fare la stessa cosa", presso realtà che stavano seguendo online l'evoluzione dello spazio di Coworking di Milano Lambrate e ambivano a replicarlo. Fu così che, nel corso dell'inverno 2008-2009, venne messo a punto un iniziale progetto di Network.

La knowledge-base operativa, amministrativa, fiscale, legale messa a punto da Cowo® nel periodo iniziale di attività venne affinata e ampliata, per poter essere d'aiuto e supporto a ogni tipo di realtà che si avvicinasse per la prima volta al Coworking. Allo stesso modo venne predisposta una prima struttura comunicativa e di marketing al servizio dei primi affiliati Cowo®, così che

anche loro, come già successo con il sito CoworkingMilano.com, potessero incontrare contatti e opportunità online, attraverso il Web.

Il 20 febbraio 2009, nel corso di una Girl Geek Dinner al Cowo® Milano Lambrate, veniva ufficialmente presentato il progetto di Rete Cowo®-Coworking Network.

Da quel giorno, chiunque voglia dedicare una parte dei propri spazi professionali alla condivisione collaborativa con altri professionisti, può attivarsi rapidamente, in modo sicuro ed efficiente, grazie a Cowo®. Il progetto aveva, e ha ancora oggi, vocazione trasversale, ed è in grado di coinvolgere allo stesso modo e con la stessa efficacia proprietari immobiliari e realtà in affitto, aziende e singoli professionisti, associazioni e fondazioni, società ed enti pubblici. E così infatti si è sviluppato. Da quei primi mesi sono trascorsi anni, ma lo spirito di Cowo® è rimasto lo stesso, così come le sue figure di riferimento.

L'approccio di fondo è rimasto tale e quale, anche oggi che il Coworking si è sviluppato in modo importante e Rete Cowo® ha raggiunto e superato i 100 spazi condivisi in tutta Italia e in Svizzera, aggregando una business community di migliaia di professionisti, in tutti i settori lavorativi.

Il Web continua ad essere un ambiente di riferimento importante per l'ecosistema Coworking e il sito del Network, Cowo.it – con i suoi 1.400 articoli e pagine, snodi di una conversazione continua e sempre in evoluzione sul Coworking sotto ogni aspetto – è dal 2009 un punto di riferimento noto e apprezzato da tutta la Coworking Community, non solo in Italia. Nel corso degli anni, inoltre, Cowo® ha sviluppato un approccio integrato, ben impostato e ottimamente articolato a favore di coloro che desiderano avviare un Coworking, così che chiunque possa sviluppare una corretta e proficua attività di Coworking. Dalla formazione tematica allo studio costante della contrattualistica (con fornitura di moduli contrattuali aggiornati, in italiano e in inglese) dal monitoraggio e assistenza in occasione di sovvenzioni e bandi alle strategie di marketing/comunicazione personalizzate, dagli eventi nazionali ai rapporti con le istituzioni ad ogni livello e su qualunque territorio, sono molte le aree di attività di Rete Cowo®, nell'ottica di una continua evoluzione, a beneficio di tutto il Network. Il marchio Cowo® è un marchio registrato, sia verbale sia figurativo, a livello europeo, così come sono registrati i marchi Cowo.it®, Cowo® PresentationLunch!® e CowoPro®.

## MASSIMO CARRARO

*“Max” è il soprannome di Massimo Carraro, co-fondatore del progetto Rete Cowo® insieme a Laura Coppola. Copywriter per Fulvio Nardi, Emanuele Pirella e Michele Götsche nella prima parte della sua carriera, nel 2000 ha aperto a Milano l'agenzia di pubblicità e marketing Monkey Business/advertising in the jungle. Nel 2002, Monkey Business acquista la sede di via Ventura a Lambrate, dove qualche anno dopo nasce il primo Coworking italiano, e dove avrà sede, dal 2009 in poi, il Network Cowo®. Max è autore di un libro dedicato al Web Marketing pubblicato nel 2009 (“Un etto di Marketing – È un etto e mezzo, lascio?”), Alpha Test) e degli Ebook “Marketing Horror” (Apogeo) insieme a Roberto Ghislandi. Per alcuni anni, a partire dal 2007, ha scritto un blog dedicato alla comunicazione d'impresa chiamato “Oh My Marketing!”. Dal 2016 si occupa principalmente di Coworking, dalla sede nazionale del Network (nonché Cowo® Milano Lambrate) e nei frequenti viaggi per supportare le Coworking Community della Rete. È convinto che il Coworking sia l'espressione concreta di un modo migliore di lavorare, e di vivere. Ritiene che il Coworking sia uno dei pochi business fondati sulle relazioni di valore e sulla costante generazione di stimoli per tutti, non solo per chi è in cima alla piramide. In particolare, ama sintetizzare l'approccio di business sostenibile del suo lavoro, citando il punto 5 del Cowo® Manifesto, richiamato anche nel sottotitolo del libro: “Nel nostro modello, la relazione viene prima del business.” Il suo impegno primario è sviluppare con successo l'attività dei singoli Coworking sui vari territori in cui operano, che costituiscono “il senso e la ragion d'essere del progetto Rete Cowo®”.*