

# il bus sharing che riempie i sedili

**Mobilità** | *Parte da Bergamo il primo BlaBlaCar dei torpedoni. GoGoBus consente di evitare corse a vuoto e offre i posti liberi. A vantaggio delle aziende e di chi vuole viaggiare low cost*

**GEA SCANCARELLO**

■ È toccato alle bici, alle auto, alle barche. A certe latitudini persino agli elicotteri. Mancavano solo gli autobus per chiudere il cerchio della mobilità in condivisione, trasformando anche il polveroso stereotipo dell'Italia che si sposta per la gita domenicale di gruppo in una scintilla di **innovazione**. Magari anche di rilancio economico.

L'idea - e forse non è un caso - è venuta a una manciata di persone sotto i 30 anni: freschi i ricordi dei viaggi di classe, recenti le estrazioni a sorte per chi deve guidare fino al concerto, sempre pochi i soldi nel portafoglio. L'humus real-giovanilistico perfetto per GoGoBus, primo esperimento europeo di sharing economy sui pullman, a partire da quelli che attraversano il Paese vuoti: succede, per esempio, ogni volta che una scolaresca viene accompagnata da qualche parte e l'autista tor-

**L'ideatore del progetto è Alessandro Zocca, 28 anni. La piattaforma ha raccolto in meno di un anno 130 operatori e 2.000 passeggeri. Con una strategia a tre punte**

na da solo al punto di partenza, per poi rifare l'itinerario al contrario qualche giorno dopo.

Secondo i conti dei fondatori della startup, ideata alla fine del 2014 e operativa da 11 mesi, in media ogni agenzia di noleggio autobus di grandi dimensioni fa 300 viaggi a vuoto all'anno, che diventano almeno una decina per le compagnie molto piccole. Moltiplicati per 3 mila, quante sono le agenzie italiane, significa che tutti i mesi vengono sprecati centinaia di migliaia di chilometri, con mezzi deserti e 50 posti potenzialmente da occupare per razionalizzare costi e spostamenti.

GoGoBus vuole riempire quei sedili, con una solida certezza: se anche solo un passeggero sale a bordo, c'è già da guadagnarci. Così, il bergamasco Alessandro Zocca, 28 anni, ideatore del progetto, ha preso a invitare tutte le società di noleggio pullman a iscriversi al portale e a segnalare le proprie tratte: ci sono quelli che scaricano scuole in città d'arte e quelli che portano i vacanzieri in aeroporto, ci sono i viaggi organizzati e i last minute. Tutti al ritorno avranno veicoli da popolare e chi vuole approfittarne può andare sul sito, controllare le partenze e prenotare un biglietto, a una cifra inferiore non solo all'equivalente tratta in treno, ma spesso persino a quello di un passaggio con BlaBlaCar o affini: la concorrenza, quando non c'è, bisogna inventarla.

Il mercato sembra crederci: GoGoBus ha raccolto finora 150 mila euro di investimenti da privati e sta per chiudere un altro round da 350 mila. La forza è un modello di ricavi strutturato su tre linee: le commissioni sui viaggi condivisi con autobus vuoti, che portano in cassa tra il 25 e il 40% del co-

sto del biglietto; l'offerta di posti su bus noleggiati appositamente in caso di eventi speciali, sui quali le tariffe scendono con l'aumentare dei posti prenotati; infine la possibilità per chiunque di organizzare un viaggio, indicando partenza e destinazione: se almeno 19 persone si iscrivono, l'autobus si mette in moto.

Finora 130 aziende che affittano pullman hanno aderito all'iniziativa, e 2 mila persone sono state trasportate in circa 11 mesi, da quando GoGoBus ha iniziato a operare. Numeri incoraggianti, specie considerata la freddezza – per non dire l'ostilità – con cui l'Anav (Associazione nazionale autotrasporto viaggiatori) ha accolto la comparsa della startup sharing, con il consueto timore corporativo che i nuovi arrivati possano sottrarre agli affiliati parte del business o dei circa 7 milioni di passeggeri che ogni anno in Italia scelgono di spostarsi in autobus. Eppure, i due mercati non sono sovrapponibili: da una parte c'è il trasporto di linea – recentemente liberalizzato e in pieno boom, con una crescita delle tratte del 310% –, dall'altro c'è quello turistico, con le inefficienze obbligate e la difficoltà a far quadrare i conti.

La torta non è dunque destinata a ridursi, ma ad allargarsi. Trainando la crescita del mercato, e i ricavi per le società di autonoleggio. Non è un caso probabilmente che ad avere apprezzato di più l'idea di GoGoBus siano state le compagnie del Sud, dove più difficili sono le condizioni economiche e minori spesso le opportunità di crescita. I trasportatori italiani sono in media piccole aziende, con una flotta di sette veicoli: farli spostare a vuoto di continuo incide negativamente sul bilancio, tanto più quando le tratte sono lunghe come quelle tra le province meridionali e le tipiche mete turistiche del centro nord Italia. L'idea della startup può quindi essere un aiuto per il business dei trasportatori, pur senza snaturarne le pratiche: uno dei primi esempi di come la sharing economy, pur nelle molte contraddizioni e nell'esigenza di un quadro normativo, possa aiutare anche l'economia non digitale, se gli operatori tradizionali sono capaci di raccogliere le possibilità all'orizzonte.

Il circolo virtuoso tra il variegato universo delle startup innovative e il business

vecchio stampo è in effetti uno degli aspetti emergenti della sharing economy, dopo le lunghe discussioni su cosa possa realmente definirsi condivisione, sulla legalità delle nuove pratiche e sulla necessità di un nuovo impianto fiscale.

Ad averlo capito tra i primi sono stati i francesi di BlaBlaCar, campioni europei di rivoluzione digitale della mobilità, che hanno recentemente aggiunto al loro servizio di *ride sharing* anche una copertura assicurativa stipulata con Axa. Chi offre un passaggio (e chi lo accetta) non deve fare nulla né versare contributi ulteriori: la polizza scatta automaticamente per ogni tratta prenotata e pagata con carta di credito (oggi sono quelle di Valle d'Aosta, Piemonte, Liguria, Lombardia, Veneto, Trentino-Alto Adige, Friuli Venezia Giulia, Emilia, Toscana e Sardegna; entro fine anno tutto il territorio nazionale sarà coinvolto). In questi casi, Axa si aggiunge alla normale assicurazione del veicolo, ampliando la gamma di servizi disponibili: copre per esempio quando non è il proprietario del veicolo ma il passeggero a guidare, un'ipotesi esclusa da alcune polizze personali; rimborsa il costo del carrozzeria in caso di guasti lungo il tragitto condiviso e persino il prezzo della spedizione di eventuali oggetti dimenticati a bordo. L'idea di BlaBlaCar, insomma, è di vincere paure e resistenze all'utilizzo del *car pooling* offrendo ai propri utenti il massimo delle garanzie possibili, superiori a quelle che avrebbero viaggiando da soli.

I numeri dicono che l'intuizione è vincente: in Lombardia e in Veneto, le due regioni più attive sul fronte del *ride sharing*, vengono condivisi rispettivamente 47 mila e 22.600 passaggi al mese; in Sardegna, dove i mezzi di trasporto pubblici scarseggiano, i passaggi mensili sono 8.300. Anche l'età media dei conducenti è (relativamente) alta: 37 anni gli uomini, 34 le donne, a testimoniare che il cambiamento non è appannaggio unicamente di smanettoni nativi digitali. In prospettiva, potrebbe alzarsi ancora: maggiori le garanzie, maggiori le chance che anche chi è resistente al cambiamento finisca per capitolare. Un po' come l'economia tradizionale, che dopo aver battagliato contro lo sharing potrebbe infine coglierne le opportunità di crescita.

## APPUNTAMENTO A FERRARA

### Il primo festival della condivisione

«Nuove economie, comunità attive e cambiamento». Si svolgerà a Ferrara, dal 20 al 22 maggio, il primo festival italiano della *Sharing economy*. Tre giorni di discussione ed eventi - promossi da Comune e Università di Ferrara - su un mondo che in Italia conta 186 piattaforme in 13 settori. Parteciperà anche *pagina99*, che con *Lettera43* è media partner del Festival. Info: [www.sharingfestival.it](http://www.sharingfestival.it).

**ON THE ROAD** Vista dal sedile di un pullman in viaggio su un'autostrada.



CHEMALARA/EYEEM/GETTYIMAGES

