

Giovani, occupati e tre volte smart: la prima ricerca sui viaggiatori italiani in ride sharing racconta una community che ama spostarsi in modo consapevole

Realizzata dall'Istituto di Management della Scuola Superiore Sant'Anna con gli utenti di BlaBlaCar, la prima piattaforma di ride sharing in Europa, la ricerca mostra il profilo di una comunità sempre connessa, attenta al risparmio e all'ambiente e fiduciosa nella condivisione.

Milano, 27 novembre 2014 – Giovani, occupati, amanti della tecnologia, rispettosi dell'ambiente e attenti al risparmio. Ecco chi sono i viaggiatori che scelgono il ride sharing in Italia. Lo ha scoperto BlaBlaCar, la piattaforma online che mette in contatto automobilisti con posti liberi a bordo delle proprie auto con persone in cerca di un passaggio che viaggiano verso la stessa destinazione. BlaBlaCar ha coinvolto i suoi utenti in una ricerca realizzata dall'Istituto di Management della Scuola Superiore Sant'Anna di Pisa, grazie al team composto dal Professor Alberto Di Minin e dai ricercatori Andrea Paraboschi e Elena Casprini. Le oltre 5.000 risposte raccolte hanno permesso di tracciare il profilo degli italiani che amano condividere l'automobile per lunghi spostamenti e di scoprire le loro attitudini nei confronti della condivisione.

«La collaborazione con un'istituzione prestigiosa come il Sant'Anna è stata davvero positiva: la ricerca ha riservato molte sorprese, come la scoperta che i ride sharer italiani appartengano a fasce d'età e di reddito molto più elevate di quanto ci si potesse aspettare», commenta Andrea Saviane, country manager Italia di BlaBlaCar. «Tra i dati che ci hanno stupito di più c'è quello sul passaparola», continua Saviane: «Il 99% degli intervistati consiglia il ride sharing ad altre persone. Si tratta di un risultato straordinario ed eloquente: dimostra il potenziale di una soluzione di viaggio innovativa, nei cui confronti gli italiani si rivelano entusiasti».

Giovane e lavoratore: ecco il viaggiatore in ride sharing italiano

Il profilo che emerge è quello di un viaggiatore con un'età media di 31 anni (il 76% degli utenti si colloca nella fascia tra i 18 e i 40 anni, mentre il 16% ha un'età compresa tra i 41 e i 50 anni). Solo il 21% dei ride sharer italiani è costituito da studenti: ben il 71% è infatti composto da lavoratori attivi (in maggioranza impiegati e liberi professionisti). Tra questi, il 69% ha un contratto a tempo indeterminato, e il reddito lordo annuo in media è di 24.000 €.

Da una prospettiva geografica, si rileva che il 60% degli intervistati dall'Istituto di Management Sant'Anna risiede nel Nord Italia: il 20% in Lombardia, il 12% in Emilia Romagna e l'8% nel Veneto, ma anche regioni del Centro come Lazio e Toscana si trovano ai primi posti con rispettivamente l'11% e l'8% di utenti.

Un viaggiatore tre volte smart

Il viaggiatore in ride sharing italiano è tre volte smart. Innanzitutto, nell'85% dei casi, si dichiara sempre connesso a internet; nell'82% si tratta di persone che fanno shopping online e, nell'83%, possiedono uno smartphone, da cui utilizzano l'app di BlaBlaCar in 2 casi su 3. Chi condivide l'auto, offrendo o ricercando passaggi con BlaBlaCar, è smart anche perché pensa al risparmio: la prima ragione per cui il ride sharing viene preferito ad altre modalità di viaggio è proprio quella economica, indicata sia da quanti usano il servizio come

conducenti che da coloro che sono passeggeri. Per addirittura il 99% degli intervistati, BlaBlaCar è vantaggioso o molto vantaggioso rispetto ad altre soluzioni di trasporto.

Inoltre, il ride sharer italiano è smart anche perché si preoccupa dell'ambiente: il 61% degli utenti indica la tutela ecologica tra le principali motivazioni per cui sceglie di utilizzare il servizio. E a ragione: nel 58% dei passaggi offerti, il conducente riceve tante richieste da riuscire a occupare tutti i posti liberi nella propria auto. Un dato da non sottovalutare, se si considera che ogni passeggero potrebbe circolare con un altro veicolo privato sulla stessa tratta, moltiplicando le emissioni di CO2

Ride sharing: fiducia e passaparola

«Le tecnologie ICT 2.0. diventano abilitanti di nuovi modelli di business che espandono una value proposition in segmenti di mercato nuovi», commenta Alberto Di Minin, ricercatore presso la Scuola Superiore Sant'Anna e coordinatore scientifico di questo progetto, che aggiunge: «La collaborazione con BlaBlaCar ci ha permesso di analizzare come le piattaforme social stiano trasformando tanti aspetti della nostra vita».

A questo proposito, nella ricerca dell'Istituto di Management della Scuola Superiore Sant'Anna di Pisa, a stupire è anche il grado di coinvolgimento degli utenti all'interno di una community il cui successo dipende proprio dal fatto che i suoi membri siano attivi e responsabili nei confronti degli altri. Dopo ogni viaggio effettuato con BlaBlaCar, i passeggeri hanno la possibilità di lasciare un feedback ai conducenti con cui hanno viaggiato e viceversa, condividendo informazioni che saranno utili agli altri viaggiatori nella scelta dei propri compagni di strada. Dalla ricerca emerge che ben il 93% degli utenti lascia sempre o spesso un feedback dopo aver offerto o ottenuto di un passaggio, contribuendo a un sistema che contribuisce a generare fiducia tra persone che non si sono mai incontrate in precedenza.

Se il nome BlaBlaCar fa riferimento al 'livello di chiacchiera' che ogni utente può indicare sul proprio profilo (da Bla per i più silenziosi a BlaBlaBla per chi ama raccontarsi), non stupisce che la community sia composta da persone che amano condividere, anche a voce, le loro esperienze: il 99% degli utenti consiglia ad altre persone di utilizzare il servizio, innescando un passaparola tanto positivo da essere la ragione per cui il 50% degli utenti si è iscritto alla piattaforma.

BlaBlaCar

Fondata nel 2006 e con sede a Parigi, BlaBlaCar (Comuto SA) opera tramite app e siti web in dieci lingue (tra cui BlaBlaCar.it in italiano) in Italia, Spagna, Francia, Regno Unito, Germania, Portogallo, Paesi Bassi, Belgio, Lussemburgo, Polonia, Russia, Turchia e Ucraina. BlaBlaCar è network che mette in contatto automobilisti con posti liberi a bordo con persone in cerca di un passaggio. La community BlaBlaCar è formata da più di 10 milioni di iscritti e conta decine di migliaia di destinazioni in tutta Europa. BlaBlaCar sta creando un modo nuovo, economico e sostenibile di viaggiare per oltre due milioni di persone ogni mese. Per garantire la qualità del matching tra i conducenti e passeggeri, il sito mostra le loro preferenze: fumatori o non fumatori, animali accettati in macchina o meno, ecc. Gli utenti specificano, inoltre, il loro grado di "loquacità" scegliendo tra "Bla", "BlaBla" e "BlaBlaBla": da qui il nome BlaBlaCar.

Scuola Superiore Sant'Anna - Istituto di Management

La Scuola Superiore Sant'Anna è un istituto universitario pubblico a statuto speciale, che opera nel campo delle scienze applicate (Scienze economiche e manageriali, Scienze Giuridiche, Scienze Politiche, Scienze agrarie e biotecnologie, Scienze Mediche e Ingegneria Industriale e dell'Informazione). Situata nella città di Pisa, la Scuola Superiore Sant'Anna ricopre una posizione unica nel panorama dell'alta formazione: facendo sinergia con la Scuola Normale Superiore e l'Università di Pisa, offre corsi di eccellenza di laurea triennale, specialistica, Master e programmi di dottorato e si pone l'obiettivo di sperimentare percorsi innovativi nella ricerca e nella formazione, selezionando i migliori studenti a livello nazionale ed internazionale attraverso un rigoroso processo di assessment.

Docenti e ricercatori vivono e interagiscono con gli allievi ogni giorno, in un continuo scambio culturale e intellettuale. Da qui nascono idee innovative, sviluppate in collaborazione con università, enti, aziende e istituti di ricerca stranieri.

Grazie al suo carattere internazionale, alla formazione di eccellenza e alla comunità scientifica, la Scuola Superiore Sant'Anna si è affermata come punto di riferimento in Italia e all'estero.

L'Istituto di Management è uno dei sei Istituti in cui si declinano le attività della Scuola Sant'Anna: i programmi di ricerca e di formazione dell'Istituto di Management si caratterizzano per il loro carattere sistemico e per la focalizzazione su questioni rilevanti per il sistema economico e le istanze di modernizzazione e innovazione del Paese, che comportano cambiamenti strategici e organizzativi a livello delle istituzioni e delle imprese.

Per ulteriori informazioni

Ufficio stampa BlaBlaCar.it • Burson - Marsteller

Maja Minino

02 72143514

3482736150

maja.minino@bm.com

Claudia Masala

02 72143537

345 7143115

claudia.masala@bm.com

Ufficio stampa Scuola Superiore Sant'Anna

Francesco Ceccarelli

050 883378

348 7703786

francesco.ceccarelli@sssup.it

Bla Bla Car

Condividi un posto in auto