

IL SORPASSO DEL CAR SHARING

Tariffe ridotte, semplicità di utilizzo, concorrenza
Nel 2016 è stato superato il milione di utenti
(+45% in un anno), anche i ricavi sono in aumento
Ecco i bilanci delle auto in condivisione in Italia

di **Leonard Berberi**
e **Giacomo Valtolina**

M

ister Bao atterra nella Milano cinese a pochi giorni dal primo derby della Madonnina orientale. Ex militare, oggi imprenditore, 47 anni, produce 80 mila automobili elettriche l'anno, terza industria del settore al mondo. Ha alle spalle il colosso Geely, quello che ha inglobato Volvo. In tre anni i suoi quadricicli Zd hanno conquistato anche le strade d'Italia. Da poche centinaia nel 2014 sono diventati 1.450, pronti a moltiplicarsi fino a 4.500 entro l'anno. Sono le automobiline gialle del car sharing Share'ngo che, zitte zitte, hanno invaso le città, insidiando la leadership di Car2go di Daimler-Mercedes (oltre duemila Smart) e di Enjoy di Eni (2.170 Fiat 500 rosse) laddove solo DriveNow (con 500 tra Mini e Bmw) osa competere. Tuttavia, quando gli si parla delle prospettive economiche l'espressione di Bao Wen Guang si fa pensierosa: «Dovrò essere paziente, so che non avrò un ritorno economico immediato». E infatti i bilanci di Share'ngo sono in rosso. Così come quelli di tutti gli altri concorrenti. Dalla Germania agli Stati Uniti.

Utenti (e fatturato) in crescita

È il paradosso del car sharing. Le auto in condivisione sono entrate nelle vite dei cittadini, integrando la rete del trasporto pubblico delle metropoli italiane. Semplici da usare, ci s'iscrive e si paga pochissimo, tra i 22 e i 34 centesimi al minuto. Vanno di moda, hanno un'immagine innovativa, incuriosiscono e si propongono di sostituire le auto in città. Nel 2016 gli utenti hanno sfondato quota un milione e i noleggi sono stati almeno 6,4 milioni.

Ma quando si guarda ai bilanci, i numeri raccontano un'altra realtà, certo in fase di start up. Crescono i fatturati, ma crescono anche le perdite d'esercizio. Gli operatori non comunicano i dati, anche se dalle visure camerali si può osservare come nel 2015 Car2go Italia Srl abbia messo a bilancio costi di produzione (22,5 milioni) quasi doppi rispetto ai ricavi (12,3 milioni) e un perdita di esercizio di 7,5 milioni, in crescita rispetto agli 1,9 milioni del 2013 (per 1,5 milioni di fatturato) e ai 5,9 del 2014 (per ricavi da 9,2 milioni). Più difficile analizzare i conti di Enjoy dispersi nella società Eni Fuel Srl, o di DriveNow, non ancora disponibili.

La controprova è Share'ngo di Mr. Bao. La livornese Cs Group Spa — a cui fa capo il car sharing elettrico — sta sviluppando il fatturato, ma nel 2015 di fronte a ricavi per 3 milioni di euro i costi di produzione raggiungevano i 4,5 milioni

per una perdita d'esercizio di 1,2 milioni. Confrontando con la realtà più sviluppata del settore — la Car2go tedesca — pur in presenza di fatturati più rilevanti da 29,3 milioni di euro (dati 2015) si registrano perdite di esercizio del 50% circa, da 14,3 milioni con costi totali di 43,7 milioni di euro.

Tra le tante voci di spesa ci sono anche gli imprevisti come gli atti di vandalismo. Incidenti, furti di pezzi o dell'intera auto sono costi imprevisti che minano l'investimento.

L'investimento in prospettiva

C'è anche un «non detto» che riguarda il settore: aziende come Mercedes, Eni, Bmw e Share'ngo vanno oltre i parametri economici. «Il car sharing elettrico ha grandi costi, ma è come un corso accelerato di esperienze», dice Mr. Bao ricordando quanta gente abbia provato per la prima volta un'elettrica grazie alla condivisione. Conferma il professore di Strategia dello Sda Bocconi, Francesco Saviozzi: «I grandi gruppi hanno anche altre ragioni nello sviluppare società di car sharing: valorizzazione delle proprie economie di scala industriali, promozione dei modelli di vetture più innovativi, marketing per migliorare l'immagine e sviluppo di nuove tecnologie. Non parlerei di business a perdere. Piuttosto di mercati non ancora decollati, dove se si riescono a contenere i costi saranno sempre più sostenibili all'aumentare degli utilizzatori. È un buon segnale che i grandi player dell'automotive siano presenti sui mercati del futuro, anche se rischiano di entrare in conflitto con la loro stessa attività principale».

Su quest'ultimo punto concorda Massimo Ciuffini, responsabile mobilità della Fondazione per lo sviluppo sostenibile che ha coordinato i lavori per il primo rapporto nazionale sulla sharing mobility. «Le case automobilistiche hanno colto la capacità di operare in mercati dove non ci sono», dice. «Prendiamo Share'ngo. Ti avvicini a un mondo — quello dell'auto elettrica — che in Italia non decolla ancora. La condivisione diventa uno strumento dove puoi integrare altri segmenti del mercato. Per cui magari l'investimento non è positivo oggi, ma ci si sta con la prospettiva di guadagnare nel lungo periodo». Ma perché chi vende auto dovrebbe investire in questo settore? «Gli studi hanno dimostrato che non fa perdere più di tanti clienti — continua Ciuffini —. Eppoi vige il principio di precauzione: il car sharing è una



Peso: 80%

realtà, intanto ci si mette piede. Quando il mercato sarà maturo le società ci sono già, con le loro macchine, la loro reputazione e i clienti».

La «rivoluzione culturale»

Alcuni manager sostengono che possano bastare due anni per rientrare con i numeri, ma l'opinione più diffusa è che ne servano almeno tre, forse cinque. «Il nostro obiettivo è chiudere il 2017 in attivo — spiega invece l'ad di Share'ngo Emiliano Niccolai —. È difficile, ma non impossibile. Altrimenti ci riusciremo sicuramente nel 2018. Stiamo portando avanti una rivoluzione culturale silenziosa, serve tempo, siamo come un "seme intelligente" che aspetta di germogliare». Anche Andrea Leverano, ad di DriveNow (che fa capo a Bmw e al leader del noleggio Sixt) reputa imprescindibile la sostenibilità economica: «Ci è richiesta, ma soprattutto è necessaria per difendere il servizio da eventuali cambi di strategie aziendali. E in un mercato così promettente, si può raggiungere in due-tre anni: il segreto è un'attenzione maniacale ai costi. Ridurli rende l'azienda efficiente senza dipendere dall'incognita dei fatturati».

Far provare auto elettriche come l'iz (ce ne sono 20 a Milano) è un'operazione di marketing. Lo stesso discorso vale per le Mini, per auto di livello (e prezzi) più alto come le Serie 2, ma anche per le Fiat, le Smart e le elettriche Zd. Che Enjoy, invece, punti sul marketing lo si può dedurre anche dalla loro struttura aziendale. Basta leggerli il comunicato, dell'ottobre scorso, in cui si annunciava la nascita di Eni Fuel Spa — in cui confluiva Enjoy — «con l'obiettivo di accentrare in un'unica società tutte le attività

commerciali rivolte al consumo di Eni Refining & Marketing».

Gli incassi per i Comuni

Chi non ha nulla di cui lamentarsi sono i Comuni che incassano canoni per consentire la sosta e l'accesso alle zone a traffico limitato dagli operatori: 1.100 euro l'anno per ogni veicolo a Milano, 1.200 a Roma, 600 a Firenze, 700 a Torino. Se scaltri, poi, fanno fioccare multe — che naturalmente l'operatore scarica sull'iscritto responsabile, con maggiorazioni di 20-25 euro per le spese di gestione — dato che lo sport cittadino è la sosta creativa: «Abbiamo il 10% in più di incidenti che nelle città tedesche», sintetizza Leverano.

Visti i numeri e le dinamiche quale potrebbe essere il futuro del car sharing? «Si gioca tutto su quanto si svilupperà il sistema di trasporto alternativo all'auto di proprietà (metro, bus, tram, Uber, taxi) — analizza Ciuffini —: più sarà efficace, meno le persone saranno incentivate a comprare macchine e più si butteranno sull'utilizzo delle auto in condivisione».

lberberi@corriere.it
gvaltolina@corriere.it

104

Mila
Quanti erano nel 2014 i veicoli messi a disposizione per il car sharing in tutto il mondo

Le strategie

«I gruppi investono nel settore anche per altre ragioni, come il marketing e la promozione dei modelli» spiega Saviozzi (Bocconi)

I canoni nelle città

Per la sosta e l'accesso alle zone a traffico limitato di ogni auto si versano ai Comuni 1.100 euro all'anno a Milano, 1.200 a Roma

Le case automobilistiche investono perché non perdono clienti e per esserci quando il mercato esploderà

Massimo Ciuffini Fondazione per lo sviluppo sostenibile

4,8

Milioni
Gli utenti iscritti a un servizio di car sharing in tutto il mondo (nel 2014); in crescita del 65% rispetto al 2013

Nel lungo periodo

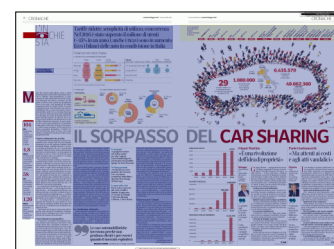
«So che dovrò essere paziente: di certo non avrò un ritorno economico immediato» dice Bao Wen Guang di Share'ngo

58

Mila
Il parco auto a disposizione per il servizio di car sharing in Europa (nel 2014), il più ampio del mondo

1,26

Milioni
Gli utenti iscritti al mercato tedesco del car sharing nel 2016. L'anno prima erano circa un milione



Peso: 80%

Il bilancio nel nostro Paese

LE SOCIETÀ DI CAR SHARING PIÙ RILEVANTI

	Flotta	Iscritti	Tariffa (euro/minuto)	I bilanci (anno 2015 - milioni di euro)	Ricavi	Costi di produzione	Perdita di esercizio
Share'ngo	1.450	75.000	0,22 0,28	C.S. Group Spa (Share'ngo)	3	4,5	1,2
Car2go	2.070	350.000	0,24 0,26	Car2go Italia srl	12,3	22,5	7,5
Enjoy	2.170	600.000	0,25*	Enjoy (Eni Fuel)	-	-	-
Drive Now	500	67.000	0,31 0,34	DriveNow	-	-	-

*per i primi 50 km; poi 0,25€ al km oltre i 50 km

LE TIPOLOGIE

Free floating

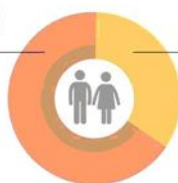


Station based



LE CARATTERISTICHE DEGLI UTENTI

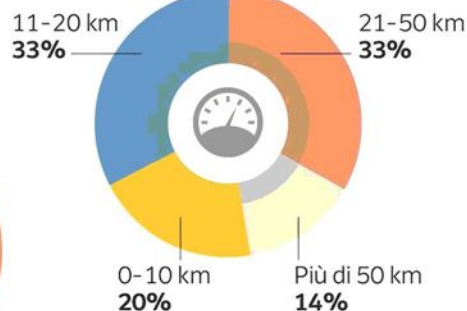
Maschi 66% | Femmine 34%



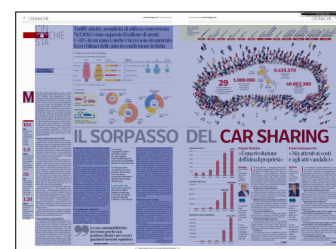
Giorni di utilizzo



Percorrenza media



Fonte: elaborazione Corriere della Sera su dati società di car sharing; Osservatorio nazionale sulla sharing mobility/Fondazione per lo sviluppo sostenibile; Aniasa/Bain & Company



Peso: 80%

LE ATTIVAZIONI
DEI PRINCIPALI
SERVIZI
DI CAR SHARING
IN ITALIA



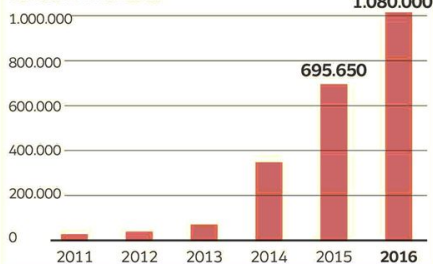
Illustrazione: Fotolia

Corriere della Sera

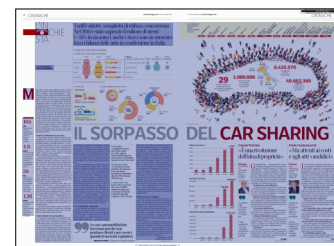
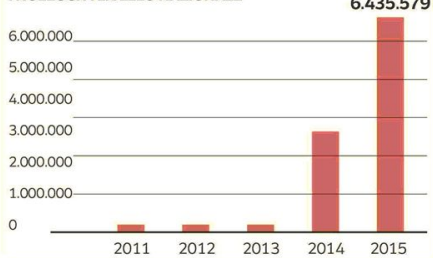
I VEICOLI IN FLOTTA



GLI ISCRITTI IN ITALIA



I NOLEGGI A LIVELLO NAZIONALE



Peso: 80%