

Lo sharing in Italia e in Europa. Nuovi player e consolidamento degli incumbent

Marco Mastretta – Direttore ICS

Smart Mobility World 2016

Lainate



Smart*Mobility***World**

DOVE È IL MERCATO DEL CAR SHARING?

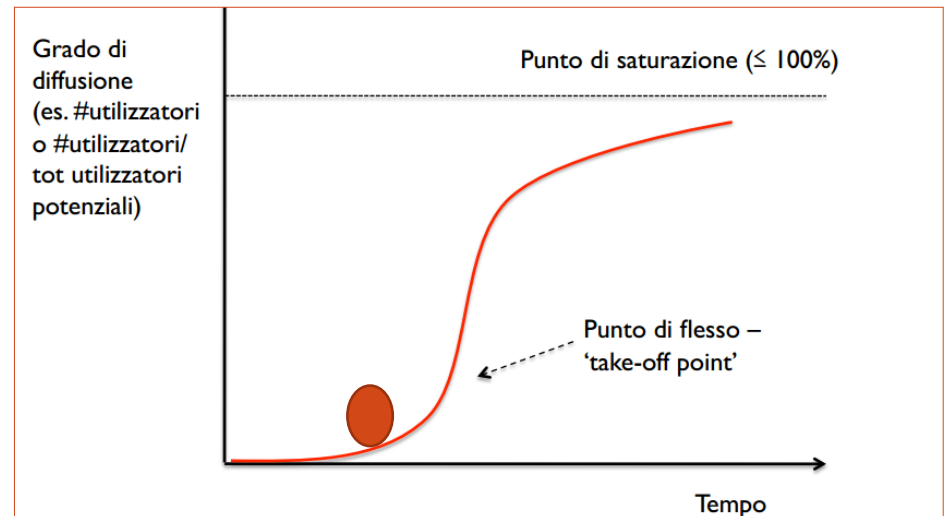
Solo 3 anni fa ci chiedevamo quanto a lungo potesse durare la fase di introduzione sul mercato del car sharing

Oggi sappiamo che :

- questa fase per il c.s. è stata molto lunga (almeno 25 anni)
- il punto di flesso è stato superato in tutti i mercati più sviluppati e ci si attendono grandi
- trend di sviluppo (una derivata molto alta)
- uno dei driver principali del superamento è stata l'innovazione tecnologica.

Ma non sappiamo :

- quanto lontano sia il secondo flesso
- quanto alto sia il punto di saturazione

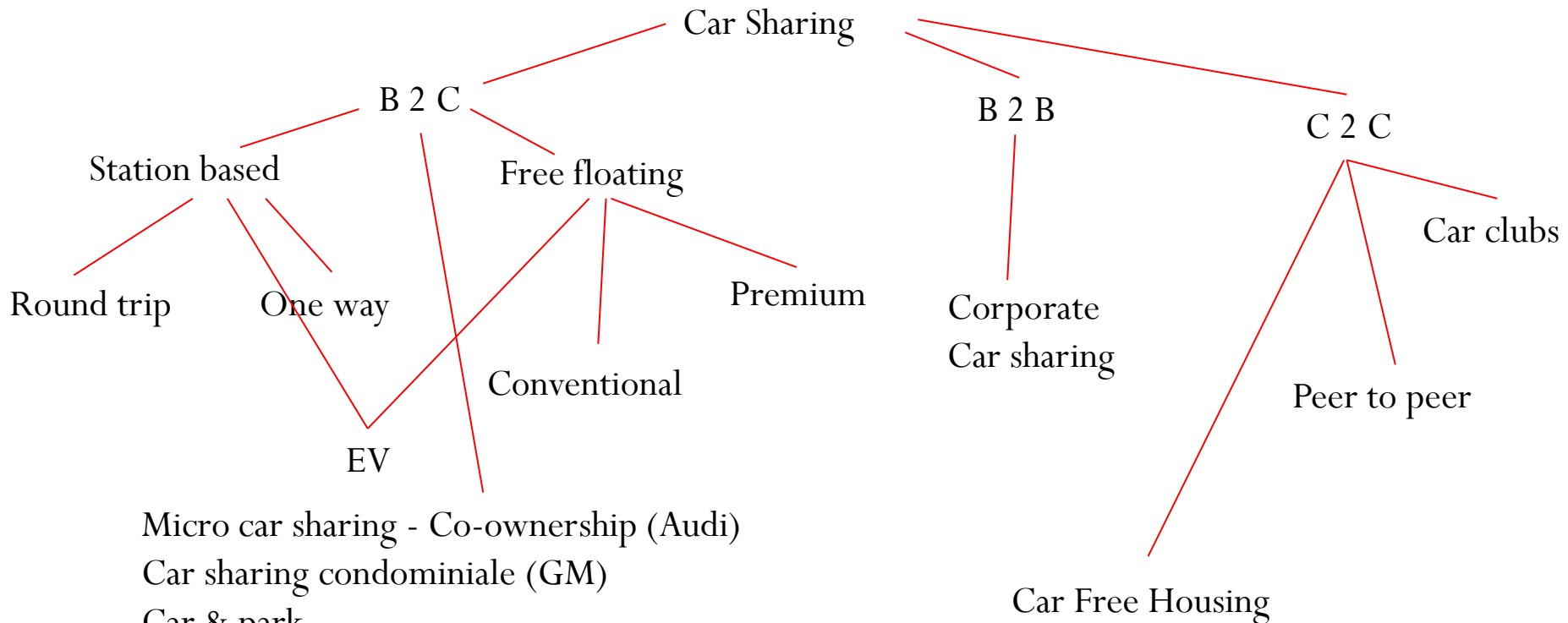


DOVE È IL MERCATO DEL CAR SHARING?

- Benchè l'esplosione di mercato sia molto recente, e gli analisti prevedano una grande espansione negli anni a venire, il mercato è caratterizzato da segni e tendenze tra di loro discordanti.
- Come in tutti i mercati in grande espansione e con attese elevate vi è un incalzante affacciarsi di nuove iniziative e nuovi operatori.
- Vi è però una grande tendenza alla diversificazione del prodotto/servizio offerto: dal corpo dei modelli di servizio tradizionali stanno gemmando numerose derivazioni con le quali i competitors tendono a identificare e a proteggere segmenti specifici di mercato.
- Vi è una grande varietà di attori che operano su questo mercato con logiche e approcci diversi...
- ma la gran parte del confronto competitivo si svolge in un ambito ristretto che è quello dei grandi centri urbani, nei quali si assiste ad una crescita costante di offerta.

La turbolenza del mercato nell'ultimo anno è notevolmente aumentata

MODELLI DI SERVIZIO E INNOVAZIONE



- Micro car sharing - Co-ownership (Audi)
- Car sharing condominiale (GM)
- Car & park
- Flight car (Daimler)
- Tourist car sharing (Toyota)
- Drive & share (rental & sharing – Europcar)
- Veicoli commerciali (Daimler)

B2C → differenziazione target; esperimenti di nuovi business models; MaaS

C2C → diffusione offerta piattaforme peer to peer

IL CAR SHARING PEER TO PEER

Sta guadagnando diffusione e popolarità e vede un numero crescente di piattaforme

SNAPPCAR (Olanda)

DRIVY – BUZZCAR (Francia – Spagna – Austria – Belgio – Germania)

WEGO

GETAROUND (USA)

KOOLICAR (Francia)

Anche le case automobilistiche stanno guardando a questo fenomeno:

- Ford ha lanciato in USA il programma “Peer-to-peer car sharing”
- PSA è entrata nell’azionariato di Koolicar

In Italia nonostante i vincoli di tipo legislativo ed assicurativo si stanno sviluppando i primi tentativi - Piattaforma Dryfe

LA DIFFUSIONE IN EUROPA

Ai paesi tradizionalmente ad ampia e capillare diffusione del car sharing

- Germania
- Svizzera
- Austria
- Olanda
- Belgio
- UK
- Francia

**dimensione operatori medio – grande;
pluralità di offerta;
ampia copertura territoriale;
bilanciamento tra modelli di servizio;**

si stanno aggiungendo tutti gli altri, con dinamiche e caratteristiche diverse

- Spagna
- Portogallo
- Polonia
- Russia
- Romania
- Serbia
- Slovenia
-

**copertura solo grandi città;
pochi operatori;
preponderanza di un modello di servizio;**

GLI OPERATORI (I)

Cresce il mercato e l'aspettativa e i protagonisti diventano sempre più grandi, provenienti soprattutto dal mondo dell'automobile.

Alcuni produttori di auto hanno puntato decisamente su car sharing e MaaS utilizzando modelli diversi:

- Daimler, BMW, Audi, PSA, GM

e mirano all'internazionalizzazione globale anche fuori dall'Europa.

Altri si stanno avvicinando più cautamente con vari tipi di esperimenti

- Renault, Ford, Toyota

Le grandi aziende di autonoleggio sono già da tempo presenti strutturalmente nel settore direttamente o attraverso joint venture:

- AVIS (Zipcar), Europcar (car2go, Ubeeqo, Bluemove), Sixt (Drivenow), Hertz (24/7)

GLI OPERATORI (II)

I tradizionali maggiori operatori vengono attirati nell'area dei nuovi grandi players attraverso acquisizioni o partnership (Zipcar –AVIS; PSA – Commonauto - Bollorè; Europcar – Bluemove)

Sembra invece limitato l'interesse diretto dei grandi players dei trasporti pubblici verso il car sharing (Flinkster – DB è l'unico significativo esempio in Europa)

In Italia va segnalato l'ingresso diretto sul mercato di un operatore direttamente legato al mondo degli Automobile Clubs, quindi al segmento dei servizi agli automobilisti (GIRACI).

I piccoli operatori indipendenti di car sharing diminuiscono di peso e diffusione e sono giocoforza obbligati a cercare un qualche tipo di integrazione con soggetti di maggiore forza imprenditoriale. Fanno ancora eccezione (soprattutto in UK) i piccoli “car clubs” basati spesso su forme cooperative e volontariato.

L'espandersi del peer to peer permette l'accesso diretto al mercato del del car sharing a operatori del mondo IT (on board equipment – piattaforme per il matching e la gestione)

IL CAR SHARING ED IL MAAS

Dopo un periodo di circa 20 anni in cui il car sharing ha rappresentato un paradigma alternativo al tradizionale mondo dell'auto, oggi sembra di poter dire che questo mondo si stia rapidamente impossessando sia del concetto che del mercato e che probabilmente sarà il protagonista degli sviluppi futuri.

Il Maas nelle sue varie forme è percepito dai grandi players del mondo dell'automobile come una strategia per far fronte alla obsolescenza (anche culturale) del “prodotto automobile” ed il car sharing ha un ruolo importante in questo quadro.

Ci dobbiamo però attendere ancora significativi miglioramenti dei modelli di servizio (e conseguentemente anche di business).

LA SITUAZIONE IN ITALIA

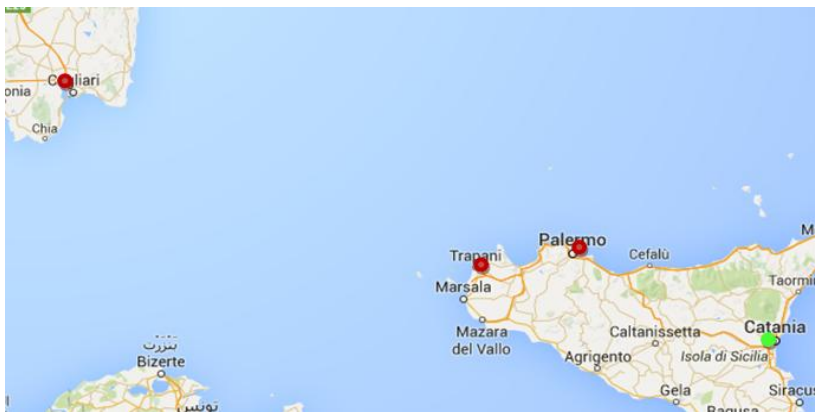
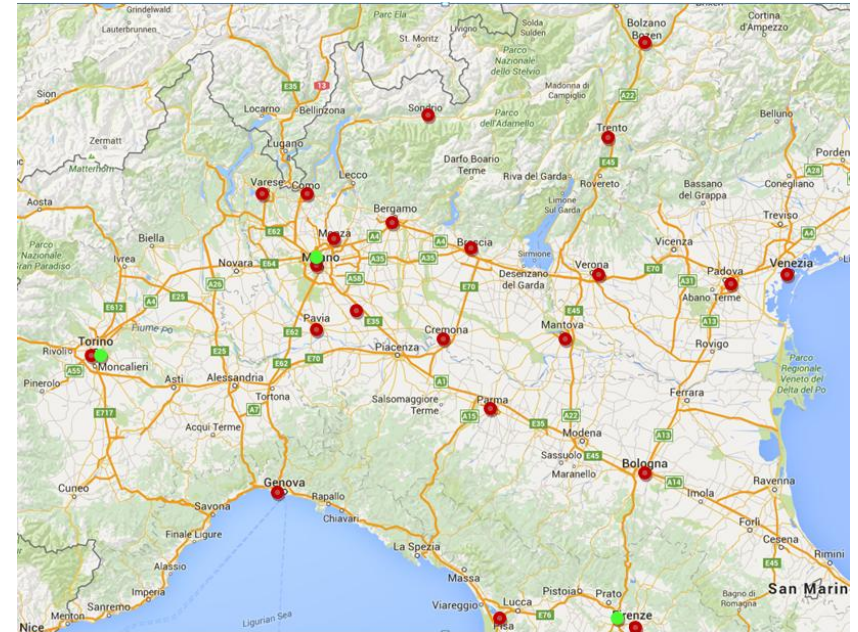
 A prenotazione (station based)

 Free floating

In Italia l'offerta attuale si attesta attorno alle 6.500 vetture (in Germania 17.000)

Grande concentrazione in pochi centri (Milano, Roma, Torino, Firenze - 75%)

I nuovi arrivi si focalizzano sulle stesse aree in diretta competizione con gli incumbent.



LE PECULIARITA' DELLA SITUAZIONE ITALIANA

Il car sharing in Italia ha alcune caratteristiche comuni al panorama europeo:

- preponderanza del servizio free floating nelle grandi conurbazioni
- i centri medi (o piccoli) sono serviti esclusivamente da operatori che svolgono servizio a prenotazione
- i centri che godono di un servizio a prenotazione sono molti più di quelli con servizio free floating

LE PECULIARITA' E I LIMITI DELLA SITUAZIONE ITALIANA

Il car sharing in Italia ha però alcuni tratti peculiari:

- elevatissima concentrazione geografica: le grandi città rappresentano l'85% dell'offerta
- questa forbice tende a divaricarsi ulteriormente con l'ingresso di nuovi player nelle grandi realtà urbane.
- grande preponderanza numerica dell'offerta free floating: in Italia rappresenta più del 70% mentre in Germania è meno del 50%
- il car sharing “tradizionale” ha una grande frammentazione dell'offerta e l'esperienza del car sharing “cooperativo” è molto limitata
- Gli operatori nazionali sono estremamente diversificati per dimensione e tipologia ed i processi di accorpamento sono molto lenti e stentati. Il mercato italiano è facilmente aggredibile da operatori stranieri.
- La normativa esistente è inadeguata alla sharing mobility in genere e rappresenta una barriera significativa all'espansione del mercato



Ing. Marco Mastretta

I.C.S.

Via di Francia 1

11° piano

16149 Genova

Mail: ufficioics@comune.genova.it

Tel. 0105577826