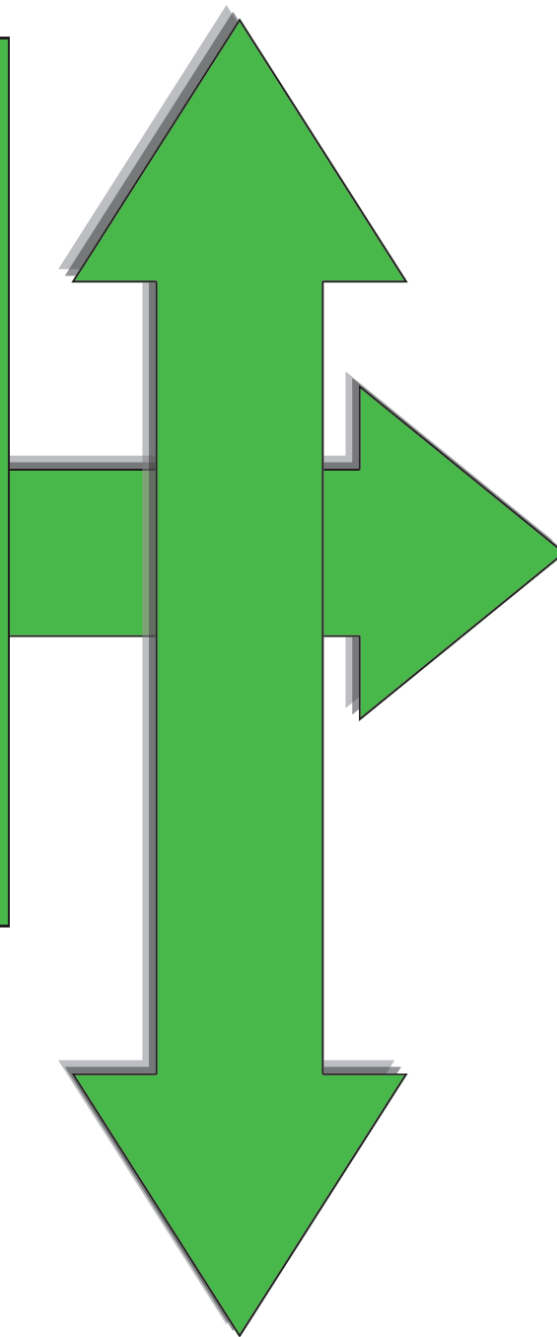


**R.E.Po.T.**  
Rivista di  
Economia e  
Politica dei  
Trasporti



Anno 2016, Numero 2

Rivista Scientifica della Società Italiana di  
Economia dei Trasporti e della Logistica



ISSN 2282-6599



## Prime evidenze sul Carpooling in Italia: chi, dove e quando

Alberto Bertolin<sup>1</sup>, Paolo Beria<sup>1\*</sup>, Gabriele Filippini<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Dipartimento di Architettura e Studi Urbani, Politecnico di Milano, Via Bonardi 3, 20133 Milano, Italia

<sup>2</sup>Studio META, Via Magenta 15, 20090 Monza, Italia

---

### Riassunto

Le pratiche di mobilità innovativa (*carsharing*, *carpooling*, mobilità elettrica, etc.) mostrano una sempre maggiore penetrazione nel mercato italiano. Sebbene ancora marginali in termini di mobilità complessiva, esse rappresentano nicchie sempre più importanti in alcuni contesti, oltre che un'interessante fonte di informazioni sulle pratiche di mobilità.

In questo articolo viene presentato e studiato un primo campione di dati raccolto dalla più conosciuta piattaforma web per il *carpooling* (BlaBlaCar). Il duplice fine che ci si propone è quello di poter, da un lato, comprendere meglio quali siano le dinamiche e la diffusione del servizio a scala nazionale e, dall'altro, di ottenere alcune informazioni sul segmento della mobilità meno noto alle statistiche, cioè la mobilità occasionale di lunga percorrenza.

I primi risultati ottenuti mostrano come gli utilizzatori del servizio rappresentino ancora una quota marginale degli spostamenti che interessano la nostra penisola, ma diano utili indicazioni sulle attuali pratiche di mobilità. I viaggi offerti, ad esempio, si svolgono su distanze medie nell'ordine dei 300 km e sono maggiori a nord rispetto al resto della penisola. Inoltre, presentano diversi pattern di distribuzione settimanale a seconda del luogo di origine, così come una diversa diffusione geografica. Le grandi città, Milano in primo luogo, generano viaggi su aree molto ampie, mentre i capoluoghi di provincia presentano *catchment area* molto più limitate e polarizzate.

*Parole chiave:* *Carpooling*, mobilità, lunga percorrenza, geografia.

---

---

\* Autore a cui spedire la corrispondenza: Paolo Beria (paolo.beria@polimi.it)

## 1. Introduzione

Le pratiche di mobilità innovativa (*carsharing*, *carpooling*, mobilità elettrica, etc.) mostrano una sempre maggiore penetrazione nel mercato europeo ed italiano. Sebbene ancora marginali in termini di mobilità complessiva, esse rappresentano nicchie sempre più importanti in alcuni contesti. Tra queste, il trasporto di lunga percorrenza dove il *carpooling* si configura sempre più come un vero e proprio modo di trasporto alternativo ai più classici spostamenti effettuati coi mezzi collettivi quali il treno e gli autobus interregionali.

La diffusione delle piattaforme web basate sulla condivisione, oltre che testimonianza della crescente importanza di queste nuove pratiche di mobilità, rappresenta anche un'interessante fonte di informazioni sulle pratiche di mobilità, soprattutto sui segmenti meno noti alle statistiche ufficiali.

Infatti, mentre la domanda sistematica di breve raggio è nota grazie alla decennale matrice ISTAT del pendolarismo (ISTAT, 2011) o agli studi AUDIMOB (2015a), la conoscenza della media e lunga distanza è frammentaria e limitata essenzialmente all'indagine campionaria sul turismo internazionale della Banca d'Italia, condotta alle frontiere nazionali (Banca d'Italia, 2014), e ai dati sui passeggeri delle compagnie aeree raccolti da Assaeroporti ed ENAC (Assaeroporti, 2016; ENAC, 2014).

In questo senso, l'osservazione del pur parziale e limitato fenomeno del *carpooling*, può essere un'utile integrazione al segmento importante, ma del tutto sconosciuto alle statistiche, degli spostamenti occasionali di lunga percorrenza, non internazionali.

In questo articolo presenteremo quindi i primi risultati ottenuti dall'analisi degli spostamenti in auto offerti dagli utenti della piattaforma web di *carpooling* più diffusa in Italia (BlaBlaCar). In particolare, verrà analizzato il profilo degli utenti, la distribuzione temporale dei viaggi e quella spaziale, mostrando quali sono le differenze in funzione delle diverse parti del paese.

Per quest'analisi sono state raccolte informazioni su 10.838 viaggi totali, effettuati nella settimana del 15 – 21 Giugno 2015, aventi come origine o destinazione i comuni di Milano, Roma, Napoli, Ancona e Vicenza.

In totale sono state censite 1.229 relazioni OD univoche.

Nella sezione successiva viene presentata una breve rassegna dell'attuale letteratura scientifica disponibile sul *carpooling* in generale e su BlaBlaCar in particolare. Nella terza sezione vengono introdotte le principali caratteristiche del servizio offerto dalla piattaforma on-line (qual è la sua attuale diffusione e come viene computato il contributo di viaggio del passeggero). Nella quarta sezione invece viene descritta la metodologia utilizzata per la raccolta del dato e nella quinta i risultati delle elaborazioni puntuali. In ultimo, vengono tratte le conclusioni del caso e sono forniti alcuni spunti per proseguire la ricerca.

## 2. Il fenomeno del *Carpooling* e le prime evidenze su BlaBlaCar

In letteratura esiste una definizione “classica” del fenomeno, ma è legata al fatto che la pratica si sia inizialmente affermata come risposta ad esigenze specifiche di un gruppo ristretto di individui (lavoratori) che necessitavano di compiere regolarmente un determinato tragitto per un unico motivo ben preciso (recarsi sul luogo di lavoro):

«Per *carpooling* si intende la condivisione, da parte di un lavoratore, del viaggio effettuato per recarsi sul luogo di lavoro con un altro lavoratore» (Teal, 1987)

Nel corso degli anni invece, grazie soprattutto all'avvento delle nuove tecnologie ed in primis di Internet, il *carpooling* ha iniziato a diffondersi anche tra individui accomunati dalla sola necessità di raggiungere una data destinazione, non necessariamente per motivi di lavoro o studio.

A tal proposito, oggi risultano più appropriate le definizioni di “*ridesharing*” che danno conto di altre caratteristiche, quali la condivisione dell'auto privata tra più utenti per un viaggio che avverrebbe comunque e il fatto che la finalità è quella di coprire (parte dei) costi di viaggio senza generare alcun profitto per il guidatore (Chan and Shaheen, 2012).<sup>1</sup>

Esistono inoltre molteplici formalizzazioni del fenomeno che evidenziano, di volta in volta, alcuni suoi aspetti particolari. Ad esempio, Teal (1987) propone una classificazione che tiene in considerazione la provenienza degli utenti (appartenenti allo stesso gruppo familiare o estranei), Mundler et al. (2016) richiamano invece gli aspetti di accesso al servizio (ristretto ad un insieme noto di individui piuttosto che totalmente aperto) mentre Handke et al. (2012) fanno riferimento alle tempistiche con cui viene concordato il passaggio (preorganizzato, casuale o in tempo reale).

Nonostante la letteratura sul *carpooling* o *ride sharing* sia discretamente ampia, come nel caso degli Stati Uniti dove alcuni studi descrivono il suo sviluppo a partire dagli anni '70 (Ferguson, 1997; Chan and Shaheen, 2012), in Italia il tema viene affrontato ancora marginalmente e non esistono studi che quantifichino la diffusione del fenomeno.

La limitata diffusione di quest'alternativa ai più comuni mezzi di spostamento collettivo è forse anche frutto di fattori culturali e “di abitudine” nei confronti dei servizi di auto condivisa. I risultati di un recente questionario AUDIMOB (2015) evidenziano infatti come il 58,6% degli intervistati non sia disposto ad utilizzare settimanalmente il *carpooling* come valida alternativa al mezzo privato, il 24,6% ha dichiarato di ignorare cosa sia e del restante 16,8% più della metà lamenta una mancanza di informazioni sui tragitti e la sicurezza in generale. Non sorprendentemente, il profilo tipico degli utenti di questo tipo di mobilità ha un'età inferiore ai 45 anni ed è residente nelle grandi città.

Per quel che riguarda il caso specifico di BlaBlaCar, gli studi finora condotti si sono concentrati prettamente sulla profilazione dell'utente (Mundler et al., 2016) e sul modello di business su cui si basano le start-up della sharing economy (Casprini et al., 2015). Per i fini di quest'articolo, tra i due studi il primo risulta certamente di maggiore interesse in quanto, nonostante sia prettamente focalizzato sugli utenti francesi, chiarifica alcuni aspetti sul tipo di utenza attratta da questo servizio e le finalità per cui si sceglie di condividere un itinerario in macchina piuttosto che affidarsi a modalità di trasporto più tradizionali.

Dallo studio emerge come il servizio è scelto prevalentemente per spostamenti occasionali di media o lunga distanza (300 km circa) tra città di medie o grandi dimensioni e che il passeggero medio si caratterizza per essere uno studente che, in assenza di questo servizio, non avrebbe a disposizione alternative altrettanto economiche per portare a termine il viaggio.

---

<sup>1</sup> Le principali differenze con i più noti servizi di *carsharing* sono relative alla lunghezza media dello spostamento (mediamente più lungo nel caso del *carpooling*) e sulla proprietà del veicolo utilizzato (quando l'auto è di proprietà di uno degli utilizzatori del servizio si parla di *carpooling*, mentre quando la proprietà è di un soggetto terzo che non partecipa necessariamente allo spostamento, si parla di *carsharing*).

Esiste inoltre un altro gruppo di utenti, meno numerosi dei precedenti, che utilizza il servizio per portare a compimento spostamenti sistematici (per motivi di lavoro/studio). Questi però sono caratterizzati da un'età media ed una disponibilità economica più bassa dei primi.

Sempre secondo lo studio, il conducente medio invece ha un'età maggiore rispetto ai passeggeri (45 anni o meno) ed è o un libero professionista (34% dei casi) o un impiegato (21% dei casi).

Nella sezione successiva vengono descritte in dettaglio le caratteristiche peculiari del servizio offerto da BlaBlaCar e come viene definito il contributo del passeggero alle spese di viaggio.

### **3. Caratteristiche principali della piattaforma BlaBlaCar**

BlaBlaCar, società nata in Francia nel 2004, oggi rappresenta la più grande piattaforma on-line al mondo per i viaggi in auto condivisi (carpooling).

Ad oggi la piattaforma conta un bacino di circa 25 milioni di iscritti (guidatori e/o passeggeri potenziali), è presente in 22 nazioni e trimestralmente tramite il suo portale vengono organizzati circa 10 milioni di viaggi su una distanza media, in Italia, di circa 250 km. (BlaBlaCar, 2016; Il Post, 2015)

La crescita di questa start-up, che di fatto oggi può essere considerata come la monopolista del settore nei paesi in cui è diffusa, è stata possibile grazie sia alla progressiva acquisizione di piattaforme simili già presenti nei singoli mercati nazionali (in Italia fino al 2012 il maggiore concorrente era rappresentato da PostoinAuto.it) che al sostegno finanziario di fondi d'investimento internazionali (tra i principali Accel Partners con 10 milioni di dollari nel 2012, ISAI con 125 mila dollari nel 2011 e Index Ventures con 100 milioni di dollari nel 2014) (CrunchBase, 2016).

I principali punti di forza di questo servizio sono:

- Una piattaforma comune in cui vengono raccolte e si possono confrontare tutte le offerte di passaggi inserite dagli utenti in tutti i paesi in cui è attivo il servizio;
- Una community molto ampia ed attiva che assicura un ampio bacino di utenza (sia domanda che offerta) ed un controllo costante dal basso che, in linea di principio, penalizza i comportamenti impropri (sia il guidatore che i passeggeri possono inserire dei feedback sugli utenti incontrati e sull'esperienza di viaggio)<sup>2</sup>;
- Un servizio centralizzato di moderazione, che previene gli utilizzi impropri, come ad esempio l'uso commerciale della piattaforma;
- Costi e tempi di viaggio comparabili o inferiori ai servizi concorrenti, in particolare ferroviari.

---

<sup>2</sup> In merito a questo punto alcuni studiosi hanno sollevato delle perplessità sull'efficacia della pratica del rating, proprio delle realtà on-line che fondano il loro modello di business sulla sharing economy, come strumento di discriminazione degli utenti. Analizzando 190 mila recensioni di BlaBlaCar, Slee (2013) evidenzia come nel 98,9% dei casi gli utenti, potendo scegliere nel darsi un punteggio reciproco tra 1 (molto basso) a 5 (molto alto), hanno optato per dare la valutazione massima all'esperienza di viaggio mentre, nel restante 1,1%, il punteggio rilevato risulta essere quello minimo. La spiegazione del fenomeno data da Slee è che l'utente è portato a dare comunque il punteggio massimo al viaggio, tranne nel caso in cui questo non venga effettuato, in modo che la controparte sia portata a comportarsi in modo analogo, non pregiudicando così le possibilità future di dare/ricevere un passaggio.

Inizialmente il servizio offerto prevedeva la sola partecipazione economica del passeggero ai costi vivi del tragitto effettuato (carburante, eventuale pedaggio ed, in parte, manutenzione del veicolo), equivalenti ad un costo standard di 5,5 centesimi/chilometro per passeggero che il conducente poteva aumentare o diminuire arbitrariamente fino ad un massimo del 50%<sup>3</sup>. Dal 2011, contestualmente al pagamento on-line, è stata progressivamente introdotta una commissione per il servizio offerto a carico dei soli passeggeri.

Dal punto di vista del passeggero il costo di viaggio (€) in Italia è quindi così composto:

$$P = (0,55€ + PP*(1 + 6,6\%)) * (1 + 22\%)$$

Dove [PP] indica il prezzo proposto dal conducente per il passaggio a cui viene applicata una commissione composta da una componente fissa (0,55€ IVA esclusa) ed una variabile (6,6% IVA esclusa). Al valore così ottenuto viene aggiunto un ulteriore 22% che equivale all'attuale valore dell'IVA in Italia, formando il prezzo per il passeggero [P].

Ad esempio la tratta Milano – Venezia prevede dei costi compresi tra i 15 ed i 20€ (0,055 – 0,075 €/km), Milano – Napoli tra i 35 ed i 53€ (0,045 – 0,068 €/km) e Roma – Pescara tra i 10 ed i 15€ (0,048 – 0,072 €/km).

#### 4. Metodologia

Questo articolo si basa su dati raccolti manualmente dagli autori tramite l'interrogazione puntuale del portale BlaBlaCar nel Luglio del 2015.

Tramite più interrogazioni, sono stati estratti tutti i viaggi pubblicamente accessibili<sup>4</sup> relativi ai comuni di Milano, Roma, Napoli, Ancona e Vicenza, nella settimana del 15 – 21 Giugno 2015 (10.838 viaggi totali pubblicati da 6.557 conducenti ed equivalenti a circa  $\frac{1}{3}$  dei passaggi offerti<sup>5</sup> in Italia in quel periodo).

Nell'impossibilità di considerare i viaggi da ogni comune Italiano, si è scelto di concentrare la raccolta e l'analisi su questi cinque capoluoghi di provincia, scelti sulla base di un duplice criterio.

In primo luogo, essendo il servizio orientato prevalentemente verso gli spostamenti di lunga percorrenza, si è optato per includere nell'analisi solo le realtà che, per numero di posti di lavoro ed offerta scolastica, esercitano un grande potere attrattivo nei confronti di altre località, sia a scala regionale (nel caso di Ancona e Vicenza) che sovraregionale (nel caso di Milano, Roma e Napoli).

In secondo luogo si è cercato di avere un campione quantitativamente rilevante ed omogeneamente distribuito tra Nord, Centro e Sud, in modo da poter cogliere le caratteristiche del fenomeno a scala nazionale.

Le informazioni così raccolte consentono di conoscere:

---

<sup>3</sup> Tale variabile è stata introdotta presumibilmente per dare la possibilità al conducente di tenere in considerazione altri aspetti quali, ad esempio, il confort del proprio veicolo.

<sup>4</sup> I dati raccolti sono al netto dei "viaggi rosa" che sono specifici passaggi inseriti da utenti femminili e visualizzabili solo da altri utenti femminili a seguito di una loro autenticazione tramite login.

<sup>5</sup> Il valore approssimativo di 30.000 viaggi è stato stimato sulla base di interrogazioni speditive impostando come luogo di origine e/o destinazione i 110 capoluoghi di provincia italiani e come prezzo minimo 3€.

Il valore indicato rappresenta la moltiplicazione tra il numero di risultati per pagina ed il numero di pagine totali ottenute da ogni singola interrogazione.

- data e ora del viaggio offerto
- itinerario dello spostamento
- prezzo richiesto al singolo passeggero
- sesso ed età del guidatore

I dati raccolti sono stati filtrati mantenendo solo i viaggi con prezzo superiore o uguale a 3€<sup>6</sup>, e quindi ripuliti, geolocalizzati ed inseriti in un database in ambiente Access per poter produrre le elaborazioni riportate di seguito.

## 5. Risultati. La geografia del carpooling in Italia

### 5.1 Chi è il conducente medio?

Una prima informazione estraibile dai dati raccolti è relativa al profilo del conducente medio di BlaBlaCar. Dal nostro campione risulta che la popolazione maschile (83%) è fortemente più rappresentata rispetto a quella femminile (17%). Questi dati però sono in contrasto con le statistiche ufficiali pubblicate da BlaBlaCar e riportate da Mundler et al. (2016) in cui si mostra come la proporzione degli utenti (conducenti + passeggeri) è di 54% maschi e 46% femmine.

Questa discrepanza è certamente influenzata dalle modalità con cui è stato estratto il nostro dato che, come indicato in precedenza, non comprende la quota di spostamenti pubblicati come “viaggi rosa” e non presenta alcuna informazione sui passeggeri. Al netto di queste discordanze è tuttavia possibile fare una prima considerazione sull’attitudine della componente femminile nei confronti del *carpooling*. La sproporzione tra i nostri risultati e le statistiche ufficiali infatti può essere letta come una forte diffidenza delle conducenti nell’offrire passaggi a sconosciuti del sesso opposto e, di conseguenza, conferma il dato su un generale senso di insicurezza emerso dalla ricerca AUDIMOB (2015).

Per quanto riguarda l’età dei conducenti invece (Figura 1) risulta come il campione femminile sia fortemente sbilanciato a favore delle classi d’età più giovani (tra i 21 ed i 35 anni ricade il 67% dei conducenti donna). Tale concentrazione è presente anche nel campione maschile (il 56% dei guidatori ha un’età compresa tra i 21 ed i 35 anni) dove tuttavia, tra le fasce più giovani e quelle più anziane, si rileva un andamento decrescente molto più graduale rispetto a quello mostrato dal campione femminile.

In entrambi i casi il picco di guidatori coincide con la classe 26 – 30 anni.

---

<sup>6</sup> Dal campione raccolto sono stati esclusi i viaggi offerti in cui si richiedeva un contributo per passeggero inferiore ai 3€. Si è scelto di non includere i viaggi al di sotto di questa soglia per focalizzarsi sul segmento delle distanze medio-lunghe, ignorando i viaggi interni al comune di origine o nei dintorni di questo.

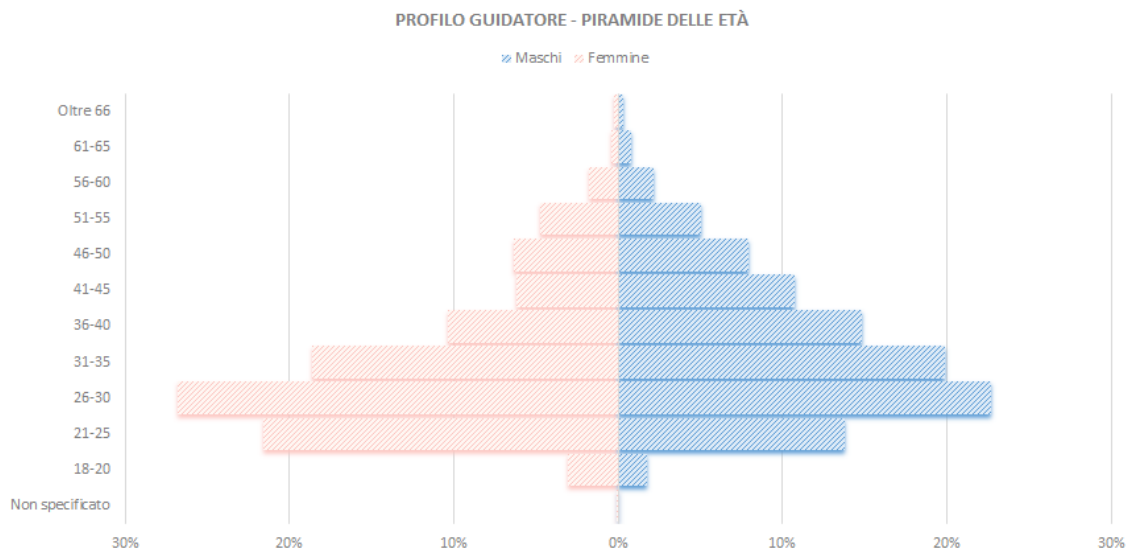


Figura 1: Profilo del guidatore - piramide dell'età  
Fonte: Elaborazioni personali su dati BlaBlaCar.it.

Nel complesso, il conducente medio di BlaBlaCar in Italia è un uomo di età compresa tra i 26 ed i 35 anni.

### 5.2 Dove vanno gli utenti?

Altra informazione rilevante è relativa alla distribuzione delle relazioni maggiormente servite dai 5 comuni presi a campione.

La Tavola 1 riporta le principali relazioni servite, sia in destinazione che in origine, nella settimana analizzata.

Oltre ad una forte e prevedibile variabilità dei valori assoluti tra le città medie e quelle di grandi dimensioni, è possibile notare come gli spostamenti attratti dalle città media (Vicenza ed Ancona) siano fortemente polarizzati sulle relazioni coi centri limitrofi e, tendenzialmente, si sviluppano lungo le principali arterie autostradali tangenti ad essi (l'autostrada A4 nel caso di Vicenza e l'autostrada A14 nel caso di Ancona). Al contrario i grandi poli di Milano e Roma, pur presentando alcune gerarchie molto forti (la relazione Milano – Bologna ha valori quasi doppi rispetto alle principali connessioni delle altre città), attraggono e generano traffico da un'area molto più grande, corrispondente a circa metà della penisola. Caso a parte invece è rappresentato da Napoli che, nonostante sia comparabile a Milano per popolazione residente, presenta una forte polarizzazione degli spostamenti nei confronti di un unico comune (Roma) e relazioni molto marginali con gli altri grandi centri limitrofi.

Quest'anomalia è presumibilmente spiegabile con una differente penetrazione del servizio (e dell'idea) di *carpooling* lungo la penisola (molto più diffuso nel nord del paese, ma quasi marginale nel sud), cosa tra l'altro confermata dai dati ufficiali di BlaBlaCar che dichiara come il 60% degli iscritti al servizio risieda nel Nord Italia e un 11% nel Lazio.



Tavola 1: Relazioni su cui gravita il 50% dei passaggi offerti dai comuni campione

<i>Vicenza</i>			<i>Roma</i>			<i>Milano</i>		
		%			%			%
Verona	183	37%	Napoli	266	7%	Bologna	471	9%
Milano	73	15%	Firenze	265	7%	Genova	342	6%
<i>Totale</i>	<i>489</i>		Caserta	197	5%	Torino	314	6%
			Bari	195	5%	Padova	232	4%
<i>Napoli</i>			<i>Milano</i>			<i>Firenze</i>		
		%			%			%
Roma	266	31%	Bologna	125	3%	Verona	184	3%
Firenze	48	6%	Salerno	123	3%	Bergamo	181	3%
Bari	36	4%	L'Aquila	111	3%	Parma	171	3%
Salerno	36	4%	Perugia	87	2%	Roma	161	3%
Avellino	24	3%	Frosinone	84	2%	Venezia	121	2%
Lecce	17	2%	Lecce	72	2%	Trento	100	2%
<i>Totale</i>	<i>850</i>		Benevento	65	2%	Piacenza	97	2%
			Roma	56	2%	Brescia	96	2%
<i>Ancona</i>			<i>Grosseto</i>			<i>Totale</i>		
		%			%			%
Pescara	174	19%	Grosseto	54	1%	<i>Totale</i>	<i>5.436</i>	
Rimini	155	17%	<i>Totale</i>	<i>3.729</i>				
Bologna	129	14%						
<i>Totale</i>	<i>924</i>							

Fonte: Elaborazioni personali su dati BlaBlaCar.it.

Il calcolo dell'indice di Herfindahl–Hirschman (HHI)<sup>7</sup> conferma ulteriormente le precedenti ipotesi su di un differente livello di concentrazione degli spostamenti tra città grandi e medie. Nel caso di Ancona, Vicenza e Napoli l'indice restituisce dei valori rispettivamente di 0,09, 0,18 e 0,11, indicando una moderata concentrazione degli spostamenti. Roma e Milano, al contrario, presentano un analogo valore molto contenuto (0,03) che evidenzia la quasi totale dispersione delle relazioni. Questo dato riflette il fatto che la *catchment area* delle città più grandi è più ampia rispetto a quella delle località medie, che invece risultano più dipendenti da un numero limitato di centri principali. Per una maggiore chiarezza i casi limite di Milano e Vicenza sono riportati in Figura 2 e Figura 3.

<sup>7</sup> L'indice di Herfindahl–Hirschman è comunemente utilizzato per misurare il grado di concentrazione presente in un dato mercato ed è definito come la somma dei quadrati delle quote di mercato delle singole aziende. In questo caso è basato sul peso di ogni destinazione rispetto al totale dei viaggi offerti.

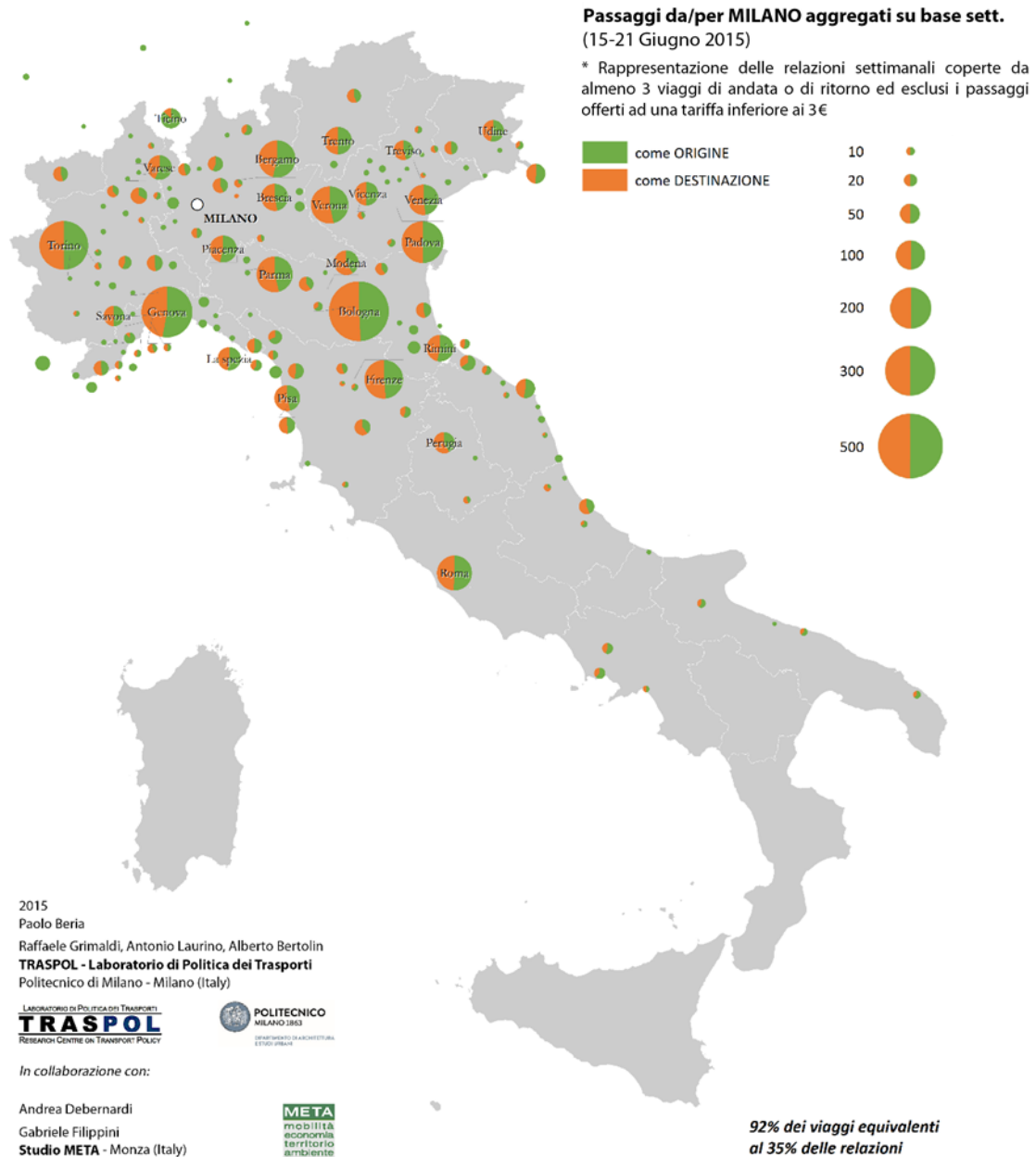


Figura 2: Relazioni da/per Milano aggregate su base settimanale (15-21 Giugno '15)  
Fonte: Elaborazioni personali su dati BlaBlaCar.it.

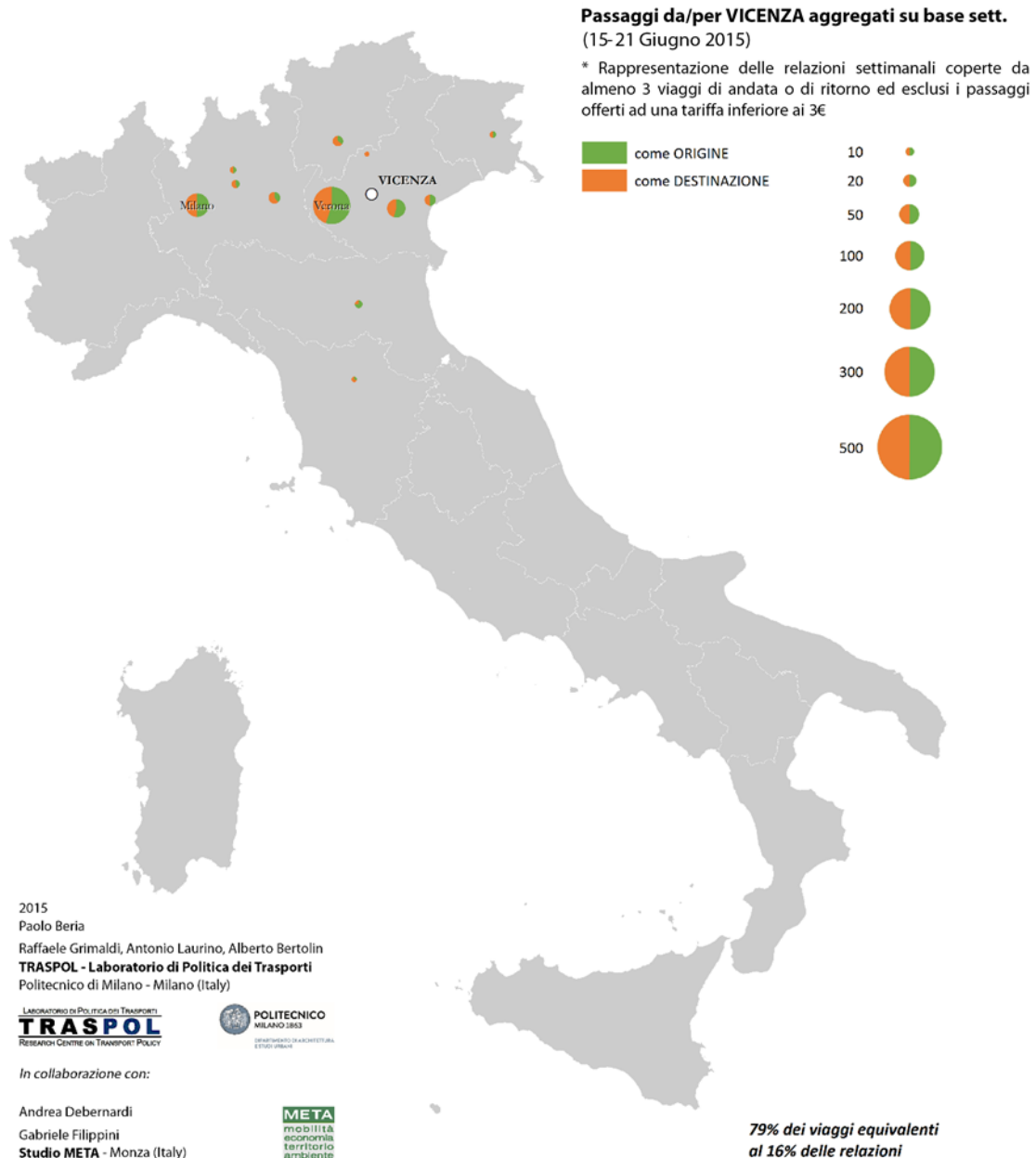


Figura 3: Relazioni da/per Vicenza aggregate su base settimanale (15-21 Giugno '15)  
Fonte: Elaborazioni personali su dati BlaBlaCar.it.

Differenti sono invece le distanze medie percorse dagli utenti in relazione alla città campione da cui o verso cui è offerto il passaggio.

Nel caso di Milano la curva di distribuzione evidenzia come la maggior parte dei passaggi è entro i 300 km (230 km circa come valore medio) e crolla sensibilmente superata questa soglia. Roma, pur presentando dei valori medi simili a quelli di Milano (260 km circa), ha una distribuzione dei passaggi che si espande fino oltre la soglia dei 400 km. Con Napoli (280 km circa) il fenomeno dell'allungamento delle percorrenze si amplifica ulteriormente, mentre decresce il peso delle relazioni di breve raggio o locali. Ancona e Vicenza al contrario, con una media rispettivamente di 180 e 130 km circa, presentano degli scambi molto più orientati sull'ambito locale e quote marginali di viaggi lunghi.

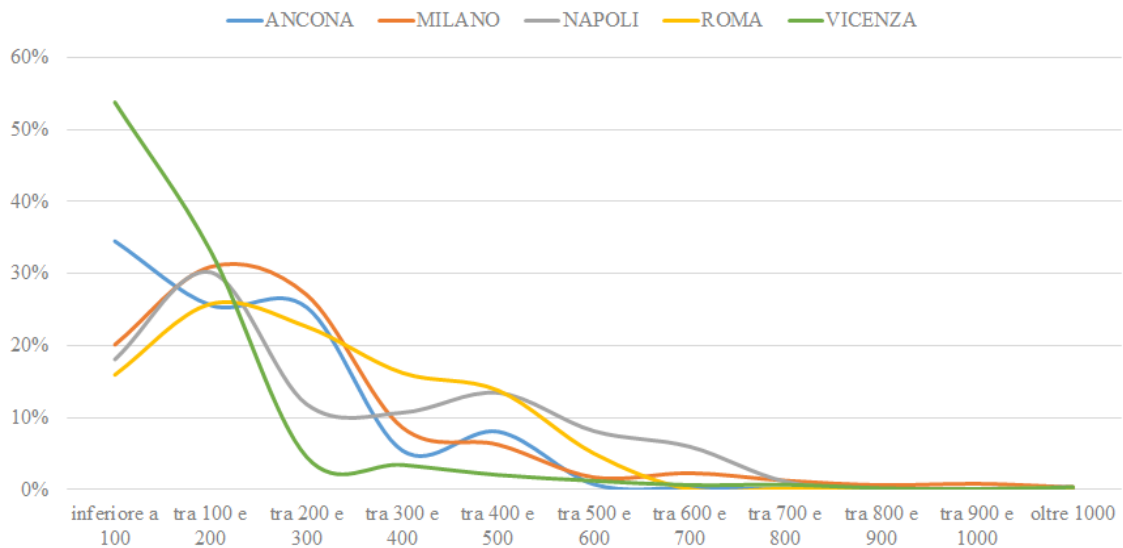


Figura 4: Distribuzione dei passaggi per classi di distanza (km in linea d'aria)

Fonte: Elaborazioni personali su dati BlaBlaCar.it.

Le distanze rilevate dal nostro campione confermano i valori medi dichiarati da BlaBlaCar sulle percorrenze degli utenti del servizio.

### 5.3 Con che frequenza avvengono le partenze e gli arrivi?

Le città campione mostrano una discreta variabilità anche per quel che riguarda la distribuzione dei passaggi nell'arco della settimana. In Figura 5 e Figura 6 vengono nuovamente presentati i casi limite di Milano e Vicenza. Nel primo caso è evidente il picco di partenze del venerdì dal capoluogo lombardo (32% sul totale delle partenze settimanali da Milano) ed il picco degli arrivi distribuiti tra i giorni di Domenica (24%), Lunedì (14%) e Martedì (16%). Tale distribuzione conferma il ruolo di Milano quale località interessata da flussi di pendolarismo settimanale ad opera di lavoratori e studenti che, durante il fine settimana, tornano a fare visita alle proprie famiglie. Una medesima tendenza è riscontrabile anche per i casi di Roma ed, in misura minore, di Ancona.

Nel secondo caso invece è evidente come Vicenza sia interessata da dinamiche opposte e quindi classificabile come centro generatore di traffico, per il pendolarismo settimanale, a favore dei grandi centri. A questa seconda categoria appartiene pure Napoli, presumibilmente per i consistenti volumi di scambi che si verificano tra il capoluogo partenopeo e quello laziale.

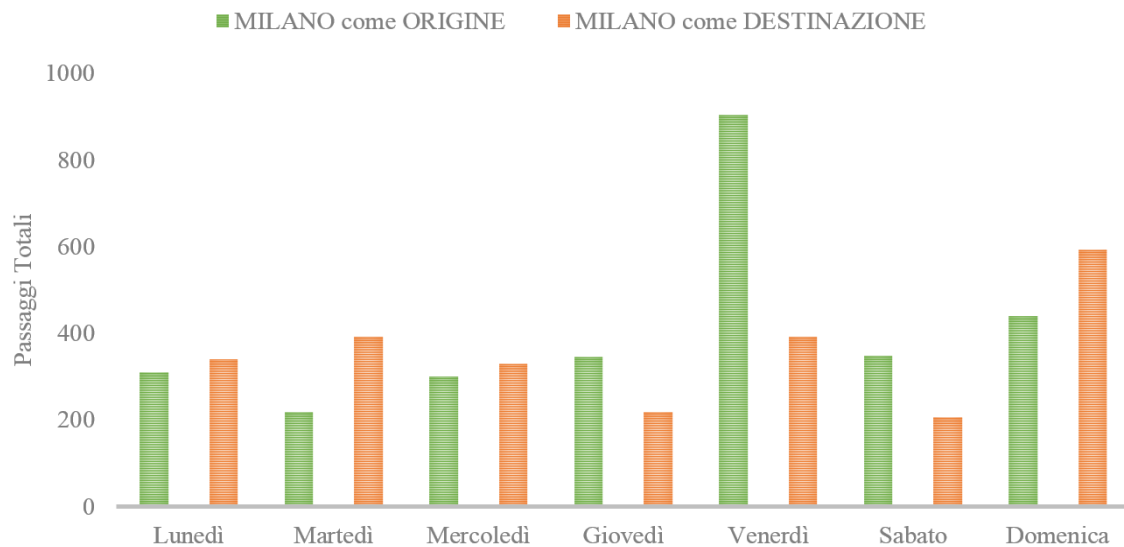


Figura 5: Passaggi da/per Milano - Distribuzione giornaliera  
Fonte: Elaborazioni personali su dati BlaBlaCar.it.

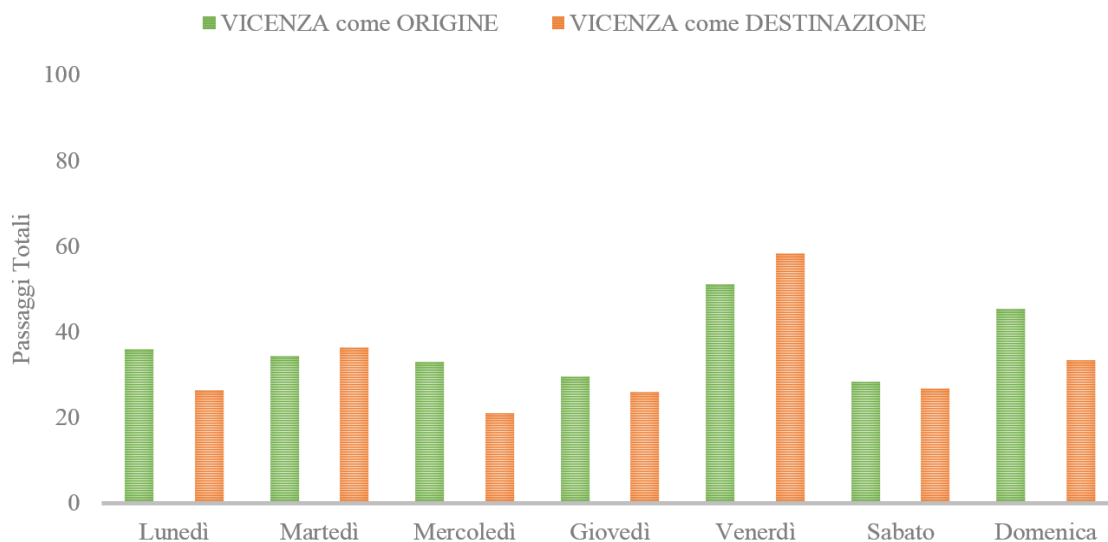


Figura 6: Passaggi da/per Vicenza - Distribuzione giornaliera  
Fonte: Elaborazioni personali su dati BlaBlaCar.it.

Infine è possibile desumere alcune informazioni sul tipo di mobilità a cui è associato questo servizio di *carpooling*.

Aggregando per singoli conducenti la totalità dei viaggi effettuati dai comuni campione (Tavola 2) risulta evidente come la quasi totalità di questi, nell'arco della settimana in esame, abbia offerto al massimo 2 viaggi (dall'87% dell'utenza di Ancona al 96% di quella di Napoli). Questi viaggi, ad esempio, corrispondono ad un'andata ed un ritorno sulla medesima tratta ed evidenziano un utilizzo occasionale del servizio di *carpooling*. Il numero di utenti con un comportamento più sistematico, con più viaggi alla settimana, è molto inferiore, mentre in numero irrilevante sono gli utenti che offrono un viaggio al giorno o più. Non vi è dunque alcuna evidenza del fatto che la piattaforma viene impropriamente utilizzata da parte di professionisti, cosa peraltro incompatibile con i ricavi possibili con lo schema tariffario imposto.

Tavola 2: Numero di viaggi offerti dai singoli conducenti per comune campione

<i>N° Passaggi per Conducente</i>	<i>Vicenza</i>	<i>%</i>	<i>Napoli</i>	<i>%</i>	<i>Ancona</i>	<i>%</i>	<i>Roma</i>	<i>%</i>	<i>Milano</i>	<i>%</i>
1	153	55,4%	355	63,5%	211	42,4%	1.594	64,7%	1.981	59,6%
2	93	33,7%	181	32,4%	222	44,6%	743	30,2%	1.114	33,4%
3	10	3,6%	7	1,3%	32	6,4%	67	2,7%	108	3,2%
4	14	5,1%	7	1,3%	28	5,6%	36	1,5%	77	2,3%
5	1	0,4%	3	0,5%	2	0,4%	10	0,4%	20	0,6%
6	2	0,7%	2	0,4%	2	0,4%	4	0,2%	20	0,6%
7	-	-	-	-	-	-	-	-	6	0,2%
8	-	-	-	-	1	0,2%	4	0,2%	2	0,1%
9	-	-	1	0,2%	-	-	1	0,0%	1	0,0%
10	3	1,1%	3	0,5%	-	-	2	0,1%	6	0,2%
11	-	-	-	-	-	-	1	0,0%	-	-
12	-	-	-	-	-	-	1	0,0%	-	-
13	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
14	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
15	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
16	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
17	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
18	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
19	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
20	-	-	-	-	-	-	1	0,0%	-	-

Fonte: Elaborazioni personali su dati BlaBlaCar.it.

#### 4. Conclusioni

Il presente studio ha cercato di dare una prima panoramica sul fenomeno del *carpooling* in Italia, con particolare riferimento alla mobilità occasionale di lunga percorrenza. Ciò è avvenuto tramite l'analisi di dati direttamente raccolti dalla più grande piattaforma on-line del settore, BlaBlaCar.

L'analisi si è focalizzata principalmente su aspetti quali il profilo del conducente medio, la differente copertura geografica dei passaggi a scala nazionale e la distribuzione giornaliera delle quote di partenze ed arrivi.

Rispetto al primo punto si è confermato quanto già dimostrato da Mundler et al. (2016) e cioè che il conducente medio è di sesso maschile e di età compresa tra i 26 ed i 35 anni e gli spostamenti che compie hanno caratteristiche occasionali.

Sulla copertura del servizio, invece, si è rilevato come le grandi città, esclusa Napoli, attraggano e generino spostamenti su di un territorio molto ampio che copre quasi metà della penisola, ma che la maggioranza di questi avviene nel raggio di 300-400 km. I centri di medie dimensioni, al contrario, intrattengono relazioni molto più locali e la quasi totalità della domanda è concentrata su un paio di relazioni entro un raggio di 200 km. Questo fatto riflette la diversa *catchment area* dei centri maggior rispetto ai poli locali, oltre che la diversa penetrazione di BlaBlaCar nelle aree del paese.

La distribuzione giornaliera tra partenze ed arrivi suggerisce un utilizzo non omogeneo del servizio lungo l'arco della settimana, con il picco massimo degli spostamenti concentrato al Venerdì.

La disponibilità di dati dettagliati relativi a molti viaggi di natura occasionale sulla lunga percorrenza, permette di derivare anche alcune indicazioni di natura più generale relative alle politiche dei trasporti e di avanzare delle ipotesi sui livelli di concorrenza tra questo servizio e le modalità di trasporto più convenzionali.

Un primo elemento riguarda le relazioni su destinazioni minori e disperse, cioè al di fuori delle grandi città meglio servite dal trasporto pubblico e ferroviario. In questi casi, frequenti ed inevitabili in un territorio complesso come quello italiano, l'auto (privata o condivisa) è il modo insostituibile per buona parte della mobilità.

Un certo grado di sostituibilità con i modi pubblici è invece, plausibilmente, presente sulle relazioni tra i centri maggiori e le località secondarie. In questi casi però il trasporto pubblico tende ad essere concentrato in periodi ben definiti, ad esempio i ritorni a casa settimanali. Al contrario, il mezzo privato risulta vincente soprattutto in alcuni periodi dell'anno, come ad esempio gli esodi stagionali e le festività o durante eventi particolari (concerti, ecc.). Si tratta dunque di situazioni in cui la domanda è fuori scala rispetto ai flussi ordinari, sia per quantità che per destinazioni, e risulterebbe dunque incompatibile con qualsiasi servizio di linea.

Maggiori livelli di concorrenza sono prevedibili invece sulle relazioni tra i grandi centri (soprattutto su distanze medie non superiori ai 200 km) dove inevitabilmente questo fenomeno sottrae domanda ai servizi di trasporto pubblico più deboli (poco frequenti, lenti, marginali e/o episodici). Al contrario, sui segmenti di lunga percorrenza e sulle relazioni con molta domanda ed offerta strutturata (ad esempio tra Milano e Firenze), il servizio pubblico, per prezzo e comodità, non è probabilmente messo in discussione o lo è solo per nicchie di domanda (giovani e studenti).

In definitiva, il fenomeno del *carpooling*, così com'è promosso dalla piattaforma web di BlaBlaCar, sembra avere una certa autonomia di diffusione. Tuttavia, alcune politiche di supporto potrebbero meglio indirizzare l'offerta verso quei segmenti di domanda di maggiore interesse per il decisore pubblico.

In primo luogo potrebbe essere aiutato a specializzarsi soprattutto laddove può divenire parte di una catena intermodale, consentendo all'utente di concludere uno spostamento che altrimenti non sarebbe praticabile coi soli mezzi pubblici, o per fornire capacità al sistema nei periodi di punta. Ad esempio, un'azione percorribile potrebbe essere quella di favorire l'installazione di appositi stalli nei pressi dei maggiori nodi d'interscambio (stazioni, aeroporti, ecc.). Inoltre, potrebbero essere pensati meccanismi di accesso al servizio anche da parte di utenti più deboli, tipicamente coloro che non dispongono delle piattaforme e delle conoscenze tecnologiche necessarie.

Infine, al di là dell'interesse specifico sul fenomeno, è utile accennare anche alle opportunità di natura metodologica legate all'utilizzo di questo tipo di dati. Ad esempio, essi potrebbero essere utili per la stima e l'aggiornamento di matrici Origine-Destinazione relative alla mobilità di lungo raggio, solitamente assente da qualunque rilevazione sistematica a livello nazionale. Sebbene limitati in numero, infatti, questi dati possono essere impiegati come dati di calibrazione di modelli di generazione e distribuzione.

Per concludere, ulteriori analisi sarebbero possibili considerando l'intera offerta in Italia di passaggi e non solo le 5 città-campione. Studi futuri potrebbero dunque analizzare i diversi tassi di penetrazione del servizio nelle aree del paese, la suddivisione oraria dei passaggi e la stagionalità, l'eventuale maggiore presenza di passaggi offerti su relazioni poco servite da altri modi di trasporto pubblico oppure in presenza di alte tariffe.

*Riferimenti bibliografici*

- Casprini, E., Paraboschi, A., & Di Minin, A. (2015). "Web 2.0 enabled business models: An empirical investigation on the BlaBlaCar.it case." In *Academy of Management Proceedings* (Vol. 2015, No. 1, p. 18509). Academy of Management.
- Chan, N. D., & Shaheen, S. A. (2012). "Ridesharing in north america: Past, present, and future." *Transport Reviews*, 32(1), 93-112.
- Ferguson, E. (1997). "The rise and fall of the American carpool: 1970–1990." *Transportation*, 24(4), 349-376.
- Handke, V., & Jonuschat, H. (2012). "Flexible ridesharing: new opportunities and service concepts for sustainable mobility." *Springer Science & Business Media*.
- Mundler, M., Stocker, A., & Shaheen, S. (2016). "Online and App-Based Carpooling in France: Analyzing Users and Practices--A Case Study of BlaBlaCar." In *Transportation Research Board 95th Annual Meeting* (No. 16-1910).
- Slee, T. (2013). "Some obvious things about internet reputation systems." *Working Paper*.
- Teal, R. F. (1987). "Carpooling: who, how and why." *Transportation Research Part A: General*, 21(3), 203-214.
- Vanoutrive, T., Van Malderen, L., Jourquin, B., Thomas, I., Verhetsel, A., & Witlox, F. (2010). "Mobility management measures by employers: overview and exploratory analysis for Belgium." *European Journal of Transport and Infrastructure Research*, 10(2), 121-141.

Website:

- Assaeroporti. (2016). "Dati di traffico aeroportuale". Retrieved March 19, 2016, from <http://www.assaeroporti.com/statistiche/>
- AUDIMOB. (2015a). "Osservatorio sui comportamenti di mobilità degli italiani. Rapporto congiunturale di fine anno. Dati campionari 2014". ISFORT.
- AUDIMOB. (2015b). "Le fermate audimob sulla mobilità - Concrete alternative all'auto? Incoraggiare mezzi pubblici e bici!". Retrieved March 19, 2016, from [http://www.isfort.it/sito/statistiche/Fermate\\_audimob/Index\\_fermate.htm](http://www.isfort.it/sito/statistiche/Fermate_audimob/Index_fermate.htm)
- Banca d'Italia. (2014). "Banca d'Italia - Turismo internazionale". Retrieved March 19, 2016, from <http://www.bancaditalia.it/statistiche/tematiche/rapporti-estero/turismo-internazionale/index.html?com.dotmarketing.htmlpage.language=102>
- BlaBlaCar. (2016). "Come vengono calcolate le spese di prenotazione e che cosa includono?" Retrieved March 19, 2016, from <https://www.blablacar.it/faq/domanda/come-vengono-calcolate-le-spesse-di-prenotazione-e-che-cosa-includono>
- CrunchBase. (2016). "BlaBlaCar". Retrieved March 19, 2016, from <https://www.crunchbase.com/organization/blablacar#/entity>
- ENAC. (2014). "Dati di Traffico". Retrieved March 19, 2016, from [https://www.enac.gov.it/la\\_regolazione\\_economica/statistiche/index.html](https://www.enac.gov.it/la_regolazione_economica/statistiche/index.html)
- Il Post. (2015). "Un po' di cifre su BlaBlaCar in estate." Retrieved March 19, 2016, from <http://www.ilpost.it/2015/08/07/un-po-di-cifre-su-blablacar-in-estate>
- ISTAT (2011). "Matrici del pendolarismo". Retrieved March 19, 2016, from <http://www.istat.it/it/archivio/139381>
- MIT "Real-Time". (2010). "Rideshare Research." Retrieved March 19, 2016, from <http://ridesharechoices.scripts.mit.edu/home/histstats/>



*Acknowledgements*

La ricerca fa parte dei risultati del progetto “QUAINT”, finanziato dal Ministero dell’Istruzione Università e Ricerca (MIUR) all’interno del programma SIR (D.D. n. 197 del 23 gennaio 2014).