

Brusson cambia BlaBlaCar “Pendolari e tratte urbane competeremo con Uber e taxi”

IL CEO DELLA COMPAGNIA FRANCESE DI “SHARING” DEI PERCORSI IN AUTO SPIEGA LE STRATEGIE FUTURE. “IL PROSSIMO MERCATO CUI CI DEDICHEREMO SARÀ QUELLO DEI PERCORSI BREVI NELLE AREE METROPOLITANE. E POTREMMO DIVENTARE ANCHE ASSICURATORI”

Filippo Santelli

Roma

«Abbiamo appena iniziato a grattare la superficie del sharing economy». BlaBlaCar ci ha messo dieci anni, i suoi primi, per mostrare al mondo che un altro modo di viaggiare in auto è possibile: condividendo il tragitto con degli sconosciuti. Oggi la start-up francese ha quasi 40 milioni di utenti in 22 Paesi. Ma lo spazio per crescere, spiega il cofondatore Nicolas Brusson, 39 anni, appena succeduto a Frédéric Mazzella come amministratore delegato, non è finito: «Vogliamo servire oltre alle tratte lunghe percorsi più corti, quelli quotidiani dei pendolari: la nostra missione sarà raccogliere e combinare intenzioni di viaggio, sfruttando al meglio i dati sugli utenti».

Già dieci anni... cosa è cambiato rispetto alla visione del 2006?

«Non molto. Volevamo creare una nuova rete di trasporto basata sulla condivisione della propria auto, mettendo in contatto guidatori e passeggeri con lo stesso percorso. Una follia, ci dissero. Anche grazie alla tecnologia, a Facebook e alla localizzazione, l'abbiamo resa realtà».

E i prossimi dieci anni allora?

«Prendiamo la Francia, il nostro primo mercato. Solo il 3% dei viaggi tra 100 e 800 chilometri sono fatti con BlaBlaCar, un dato piccolo rispetto a chi guida da solo o si sposta in treno. Stiamo ancora grattando la superficie, in termini di adozione possiamo essere dieci volte più grandi in Europa. Per questo nel 2017 torneremo a focalizzarci sul prodotto. Rendendo più semplice usare il sistema, contiamo di dar vita a un mecca-

nismo in grado anche di raccogliere le intenzioni di viaggio».

In concreto? Significa che vi dedicherete ai tragitti più brevi?

«La piattaforma sta già evolvendo da sola in questa direzione. In Francia la media dei viaggi è 320 chilome-

tri, ma la fascia che cresce di più è quella tra 50 e 100. A frenare la condivisione di tragitti più brevi è la minore convenienza. Se fai 300 chilometri ha senso aspettare 20 minuti un passeggero, per un viaggio di mezz'ora, dove il risparmio è 3 euro, diventa assurdo. Vogliamo rendere il servizio più granulare, più in tempo reale. Se devi andare dal centro di Parigi all'aeroporto De Gaulle fra due ore riusciremo a dirti che dieci persone nei paraggi vogliono fare lo stesso percorso».

Sfidate Uber e i tassisti?

«Il nostro resta un car pooling, non un servizio a chiamata, l'utente è diverso: l'obiettivo sono i pendolari, chi si sposta ogni giorno dalla periferia al centro o tra due quartieri di una città. Pochissimi di loro usano Uber o un taxi, a meno che non siano banchieri di Manhattan».

Quando vedremo questo BlaBlaCar “urbano”?

«Sul piano tecnologico ci siamo. Il punto è costruire una comunità abbastanza numerosa per aumentare la probabilità che persone vicine vogliono fare lo stesso viaggio allo stesso orario. Oggi abbiamo 40 milioni di utenti, domani potrebbero essere 100 o 200 milioni. Ci lavoreremo dal prossimo anno».

Arriva anche l'auto autonoma.

Elon Musk immagina una flotta di Tesla che dopo aver portato a casa il proprietario diventano taxi. Togliessero spazio a BlaBlaCar?

«Il nostro Dna è mettere quattro persone in un'auto per spartire costi e esperienza di viaggio, indipendentemente dal tipo di veicolo. Il valore è nella comunità e nei dati sulle persone: dove vogliono andare, età, sesso, interessi, tutto ciò che le predispone a muoversi insieme».

Ma l'ad di Renault-Nissan Carlos Ghosn dice che l'auto autonoma

ma sarà un secondo ufficio, uno spazio privatissimo.

«Condividiamo anche la casa, lo spazio più privato che abbiamo. Non credo che fare una conference call in auto diventerà abitudine comune, invece le persone vorranno sempre andare da Barcellona a Madrid per 10 euro. La gente vuole un trasporto economico e flessibile».

Finita la crisi non tramonterà pure la condivisione?

«Il senso di AirBnb o BlaBlaCar è più profondo: trasformare auto e casa in risorse. Funziona sia che l'economia vada male sia che vada bene».

La sfida per la mobilità del futuro è tra aziende automobilistiche e start-up tecnologiche. Chi vince?

«Il valore si sposterà sempre di più dalla parte dei servizi, verso di noi, perché possediamo qualcosa di potente: la relazione con il consumatore. Lo vediamo, sappiamo chi è».

I giganti dell'automobile vi devono temere insomma.

«No, dovrebbero collaborare. Anche perché costruire un'industria automobilistica è difficilissimo, né noi né Uber vogliamo produrre l'hardware. Di sicuro non noi (ride)».

Alcuni report dicono che solo otto dei vostri 22 mercati sono in utile. Siete cresciuti troppo?

«Posso dire che i mercati storici sono profittevoli, a livello complessivo non lo siamo. In Est Europa funzioniamo bene, in India si è rivelato difficile creare la fiducia tra utenti: siamo ancora in una fase di scoperta. Ma già nel 2016 non abbiamo aggiunto nuovi Paesi, è il momento di digerirli e lavorare sul prodotto. Non è un fallimento, solo i passi della strategia».

Sentite più pressione a raggiungere il profitto e quotarvi?

«Sul lungo termine è l'obiettivo, ma l'orizzonte dipende dalle opportunità di crescita: più ampie sono, più ha senso rimandare. Non mi sveglio con il pensiero della Borsa: abbiamo raccolto fondi lo scorso anno e non bruciamo cassa così veloci. Arriverà un punto in cui dovremmo essere autonomi: non è distante dieci anni, ma ancora qualche anno sì».

La sola fonte di ricavi è la commissione sulle corse. Ne aggiungete altre?

«Abbiamo iniziato a lavorare con le assicurazioni e penso che grazie ai dati potremmo diventare una vera società assicurativa, offrendo polizze su misura. Sarà un business laterale interessante».

Due vostri utenti sono minacciati di multa in Spagna per trasporto illecito di persone. Temete una stretta dei regolatori?

«In dieci anni è il primo caso che affrontiamo e la multa sarebbe sbagliata: il nostro modello è stato confuso con quello delle piattaforme on demand (come Uber, ndr): su BlaBlaCar non c'è profitto, solo rimborso spese. È un piccolo rallentamento, le autorità sanno che la condivisione ha senso».

Ha appena sostituito nel ruolo di Ceo Mazzella, diventato presidente esecutivo. Cosa cambia?

«Nulla, siamo sempre un gruppo di tre fondatori che gestiscono la società insieme (il terzo, Francis Nappes, è capo della tecnologia, ndr). Con la crescita dovevamo solo formalizzare la struttura. Resterà in BlaBlaCar a vita? «Ci sono fondatori che saltano da un progetto all'altro, il nostro obiettivo è creare un'azienda iconica. Lo sharing non è una bolla, ma un cambiamento decisivo nel modo in cui usiamo la macchina. Fra dieci anni saremo ancora qui».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Sotto **Nicolas Brusson**,
Ceo di
BlaBlaCar,
in alto gli uffici
del gruppo
a Parigi



[[I PERSONAGGI]]



**Frédéric Mazzella (1)
e Francis Nappéz (2):**
con Nicolas Brusson
compongono il trio dei fondatori
di BlaBlaCar, nata
a Parigi dieci anni fa

I PERCORSI DI BLA BLA CAR

Viaggi medi settimanali sulle 20 tratte con maggiore offerta di passaggi

	VIAGGI SETTIMANALI	AL VENERDI
MILANO - GENOVA	53	227
MILANO - BOLOGNA	47	218
MILANO - TORINO	46	216
MILANO - ROMA	41	180
MILANO - PADOVA	42	179
MILANO - FIRENZE	32	133
MILANO - VERONA	20	102
MILANO - TRENTO	22	95
MILANO - VENEZIA	15	73
MILANO - RIMINI	17	72
BOLOGNA - ROMA	18	91
BOLOGNA - RIMINI	18	77
FIRENZE - ROMA	21	101
ROMA - NAPOLI	55	231
ROMA - BARI	34	144
ROMA - LECCE	26	114
ROMA - CASERTA	20	78
ROMA - L'AQUILA	17	74
ROMA - TARANTO	15	72
SASSARI - CAGLIARI	26	114

GLI ISCRITTI A BLA BLA CAR

In milioni di utenti

