

SUPERARE BARRIERE DI COSTO E DISPONIBILITÀ LA SVOLTA COLLABORATIVA NELLA MICROMOBILITÀ URBANA

Come migliorare l'adozione e facilitare la transizione verso modelli di mobilità più sostenibili tra la Generazione Z e i Millennial? I risultati indicano che i servizi di micromobilità condivisa non sostituiscono gli altri mezzi di trasporto, ma li integrano, svolgendo un ruolo fondamentale nei viaggi urbani multimodali degli utenti. Tuttavia, il costo del servizio e il rischio di non trovare i veicoli disponibili quando necessario scoraggiano la maggior parte dei potenziali utenti dall'utilizzarli. Lo studio fornisce spunti alle aziende che operano nel settore della shared mobility su come ridurre i costi e, di conseguenza, il prezzo, promuovendo una collaborazione attiva con gli utenti e segnando il passaggio dalla mobilità condivisa a quella "collaborativa".

MICROMOBILITÀ//CAR SHARING//TRASPORTO PUBBLICO//RIDE-HAILING//COLLABORAZIONE



FRANCESCO SORBINO

è Fellow in Marketing Management presso la SDA Bocconi School of Management.

In un'epoca segnata da crescente incertezza politica e sociale, la capacità di orientarsi al futuro e individuare innovazioni capaci di migliorare il benessere collettivo rappresenta una priorità strategica tanto per i leader aziendali quanto per le istituzioni pubbliche. Nel contesto della mobilità, creare innovazioni di reale impatto significa riconoscere non solo le tendenze che stanno ridefinendo la catena del valore, ma anche quelle che trasformano il modo in cui le persone si muovono, così da identificare le idee più promettenti da scalare e diffondere.

Negli ultimi due decenni, il mercato del car sharing ha registrato una crescita significativa, sostenuta non solo dalle crescenti restrizioni all'uso dei veicoli privati nelle aree urbane – in particolare di quelli con motore a combustione interna o non conformi agli standard di elettrificazione urbana (EIT

Urban Mobility, 2022) – ma anche dall’evoluzione dei comportamenti dei consumatori, sempre più propensi ad adottare modelli di economia collaborativa.

Questo nuovo atteggiamento, in particolare tra i segmenti più giovani della popolazione urbana, con la Generazione Z in prima linea, rappresenta un’opportunità concreta per ripensare la mobilità basata sull’auto non solo dal punto di vista ambientale, ma anche da quello economico e industriale. Tuttavia, gli attuali modelli di implementazione del car sharing devono affrontare sfide gestionali significative. Da un lato, i fornitori di servizi devono garantire la sostenibilità economica e la scalabilità delle proprie operazioni; dall’altro, le istituzioni pubbliche sono chiamate a definire politiche e regolamentazioni capaci di integrare efficacemente tali modelli nel sistema complessivo della mobilità urbana.

L’articolo esplora come le nuove generazioni utilizzano i servizi di shared mobility e in che modo un approccio collaborativo possa contribuire a migliorare l’efficienza operativa (Cova e Dalli, 2009). Il prezzo dei veicoli di mobilità condivisa emerge come principale ostacolo alla diffusione del servizio: favorire forme di collaborazione tra utenti e fornitori potrebbe ridurre i costi operativi, abbassare i prezzi e, di conseguenza, incrementare la domanda, con effetti positivi sulla sostenibilità complessiva della mobilità urbana.

La ricerca si basa sui risultati dello studio quantitativo 2024–2025 condotto dal Mobius Lab di SDA Bocconi School of Management. L’indagine, realizzata in cinque mercati chiave – tre in Europa (Francia, Germania e Regno Unito) e due in Asia (Cina e India) – ha coinvolto 6.605 intervistati residenti nelle principali aree metropolitane di questi paesi. Tale studio si inserisce in un programma di ricerca più ampio, avviato nel 2023, attraverso il quale il Mobius Lab analizza in chiave comparativa, con metodologie sia quantitative sia qualitative, come la Generazione Z e i Millennial vivono, interpretano e immaginano la mobilità urbana del futuro.

MODELLI DI MOBILITÀ URBANA E USO DI SERVIZI ALTERNATIVI

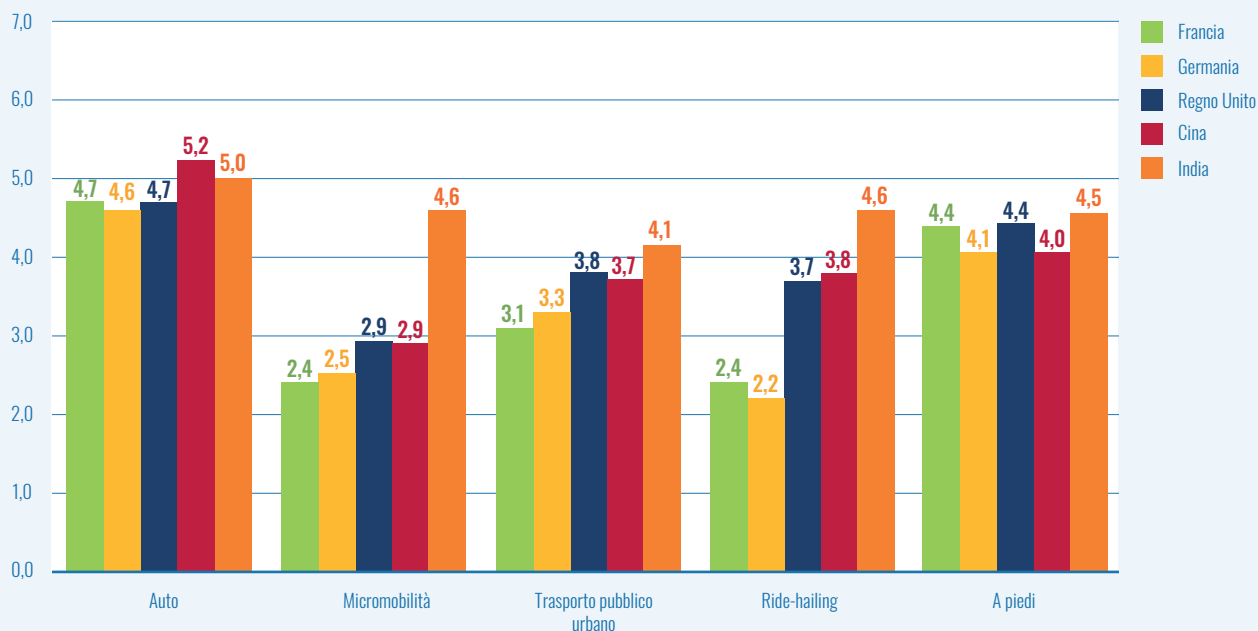
Nelle grandi città contemporanee, l’auto di proprietà rimane il mezzo di trasporto più utilizzato; tuttavia, il suo status di “soluzione ottimale” per gli spostamenti urbani è oggi sotto esame. Gli ultimi risultati del Mobius Lab (2025) rivelano che, sebbene l’auto di proprietà continui a dominare le abitudini di spostamento sia della Generazione Z sia dei Millennial, è seguita da vicino da un insieme sempre più articolato di opzioni alternative di mobilità.

Tra queste si annoverano i trasporti pubblici – come metropolitane, autobus e tram, laddove disponibili – e le diverse forme di micromobilità, che comprendono i veicoli a due ruote (biciclette, motociclette e monopattini), i servizi di *ride-hailing* (che includono sia i taxi tradizionali sia le piattaforme digitali come Uber, nonché mezzi locali come i *tuk-tuk* in India), e infine gli spostamenti a piedi (Figura 1)¹.

I più recenti rapporti di settore confermano inoltre che, anche dopo la pandemia, le persone mostrano una crescente apertura verso modalità di trasporto alternative rispetto all’uso esclusivo dell’auto di proprietà (McKinsey, 2021; Boston Consulting Group, 2022). La mobilità urbana si sta progressivamente evolvendo verso modelli basati sull’accesso, in cui il possesso del veicolo viene sostituito dalla possibilità di utilizzarlo “su richiesta”. In questo scenario, i servizi di shared mobility hanno un ruolo di primo piano, in quanto costituiscono una strategia di trasporto che consente agli utenti di accedere temporaneamente ai veicoli – come automobili, scooter, biciclette o monopattini – in base alle proprie esigenze contingenti (Shaheen et al., 2020). Ciò consente una scelta più flessibile e situazionale della modalità di spostamento, a seconda del contesto, del momento e della finalità del viaggio.

¹ Il grafico riporta il punteggio medio attribuito alla frequenza di utilizzo di ciascun mezzo di trasporto, misurato su una scala Likert a sette punti, ancorata tra “Mai” (= 1) e “Ogni giorno” (= 7). I valori medi sono stati ponderati in base alla disponibilità effettiva del mezzo di trasporto nella città di residenza dei rispondenti.

FIGURA 1. UTILIZZO COMPLESSIVO DICHIARATO DEI MEZZI DI MOBILITÀ URBANA



A livello globale, la domanda di shared mobility continua a crescere, come dimostra l'aumento del numero di utenti tra il 2021 e il 2024 (Statista, 2025). Nel periodo considerato, l'utilizzo dei servizi di condivisione di veicoli a due ruote è cresciuto complessivamente del 21%, con incrementi significativi nei singoli segmenti: +40% per i monopattini, +29% per gli scooter e +20% per le biciclette. Anche i servizi basati sulle automobili hanno registrato una crescita costante: gli utenti del car sharing sono aumentati del 19%, mentre i servizi di *ride-hailing* hanno registrato un incremento del 14%. In controtendenza, il ricorso ai taxi tradizionali ha subito un calo del 7,3% nello stesso periodo (Statista, 2025).

Per comprendere meglio questa tendenza, la ricerca ha analizzato la penetrazione dei servizi di micromobilità e di condivisione basati sulle automobili, esplorando non solo le motivazioni che spingono gli utenti ad adottare o rifiutare tali modalità, ma anche la loro disponibilità a collaborare con i fornitori di servizi

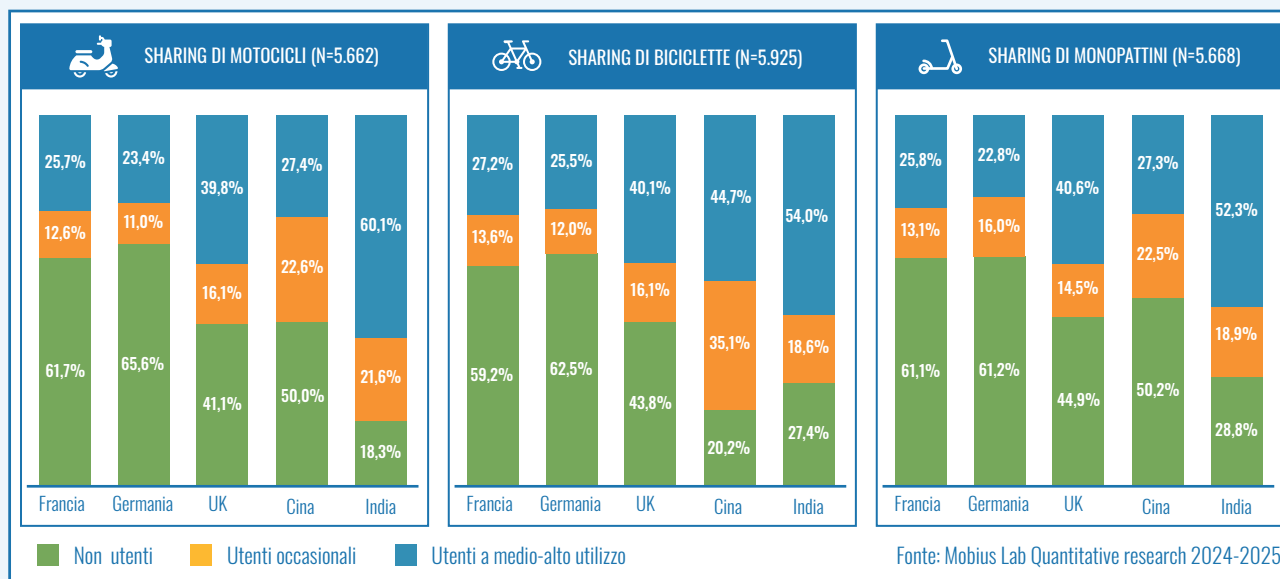
attraverso meccanismi di incentivazione. L'obiettivo è offrire alle imprese e ai policymaker evidenze utili per comprendere come questi servizi siano percepiti dagli utenti finali e per delineare strategie capaci di allineare l'offerta di mobilità ai comportamenti e alle aspettative emergenti. Ciò risulta particolarmente rilevante poiché una delle principali sfide per gli innovatori della mobilità consiste nel promuovere soluzioni che coniughino impatto ambientale e sociale misurabile con scalabilità economica.

SERVIZI DI MICROMOBILITÀ CONDIVISA

Nella letteratura, la micromobilità condivisa (SuM) è comunemente definita come “un servizio di mobilità di proprietà pubblica o privata, che consente agli utenti di noleggiare, per brevi periodi di tempo, veicoli di micromobilità, come definiti dall'UNECE², distribuiti all'interno di un'area di servizio” (Ghaffar

² L'UNECE (Commissione economica per l'Europa delle Nazioni Unite) definisce i veicoli di micromobilità come quei mezzi che presentano le seguenti caratteristiche tecniche: una massa a vuoto non superiore a 350 kg, una velocità massima di 45 km/h, una potenza nominale non superiore a 4 kW e un numero di ruote non superiore a quattro.

FIGURA 2. DISTRIBUZIONE DEGLI UTENTI DEI SERVIZI DI MICROMOBILITÀ CONDIVISA PER PAESE³



et al., 2023, p. 1). All'interno di questa definizione, l'acronimo SμM comprende biciclette, moto elettriche e monopattini condivisi, disponibili sia attraverso stazioni dedicate (sistemi *docked*) sia come flotte a flusso libero (*dockless*) in tutte le aree urbane.

I dati suggeriscono che i servizi di micromobilità condivisa sono più diffusi in India e Cina, superando in termini di utilizzo la maggior parte dei paesi europei, ad eccezione del Regno Unito, che si distingue per una quota significativa di utenti occasionali e utenti con una frequenza di utilizzo "medio-alta" (Figura 2). Esaminando in dettaglio i diversi servizi di micromobilità, è possibile osservare che:

- per quanto riguarda lo sharing di motocicli, Germania, Francia e Cina mostrano la più alta concentrazione

di non utenti⁴. Al contrario, l'India, seguita da vicino dal Regno Unito, mostra la percentuale più elevata di utilizzatori con frequenza medio-alta.

- per quanto riguarda lo sharing di biciclette, Germania e Francia registrano nuovamente una prevalenza di non utenti, mentre il Regno Unito emerge come leader tra i paesi occidentali per la quota di utilizzatori con frequenza medio-alta. La Cina presenta il tasso complessivo di utilizzo più elevato (79,8%) e l'India detiene la percentuale più alta di utilizzo medio-alto.
- nel caso dello sharing di monopattini, Germania, Francia e Cina registrano ancora una volta la più alta concentrazione di non utenti. L'India e il Regno Unito, al contrario, evidenziano i livelli di frequenza più elevati, con l'India in testa per la quota di utilizzatori medio-alti.

³ Per valutare i livelli di utilizzo dichiarati, ai partecipanti è stato chiesto con quale frequenza utilizzano ciascun servizio di mobilità condivisa, rispondendo su una scala Likert a 7 punti, da 1 (mai) a 7 (ogni giorno). Al fine di facilitare l'analisi comparativa e garantire coerenza metodologica tra i diversi servizi considerati, il Lab ha applicato un unico quadro di categorizzazione a tutti i servizi di mobilità condivisa, raggruppando le risposte in tre categorie:

- non utenti: intervistati che hanno selezionato 1, indicando che il servizio è disponibile nella loro città ma che scelgono di non utilizzarlo;
- utenti occasionali: partecipanti che hanno selezionato 2 o 3, indicando un uso sporadico o occasionale del servizio;
- utenti medio-alti: partecipanti che hanno selezionato un punteggio compreso tra 4 e 7, indicando un utilizzo più regolare, che varia da "a volte" a "ogni giorno".

⁴ Si ricorda che la categoria dei non utenti comprende esclusivamente coloro che hanno accesso al servizio nella propria città, ma scelgono di non usufruirne.

I risultati confermano quanto già evidenziato dalla letteratura sui trasporti: le soluzioni di micromobilità condivisa sono generalmente percepite come più rapide ed economiche rispetto agli spostamenti in auto privata o con i mezzi pubblici (Wan e Bendavid, 2024). I dati mostrano che gli utenti apprezzano in particolare la possibilità di aggirare il traffico urbano – il che rende lo sharing a due ruote una soluzione comoda e conveniente – e il chiaro vantaggio economico derivante dai costi inferiori rispetto ad altre modalità di trasporto. Entrambe le motivazioni risultano trasversali ai cinque paesi oggetto dell'indagine.

I principali fattori che scoraggiano l'adozione della micromobilità condivisa appaiono sostanzialmente omogenei nei vari paesi analizzati. Il primo riguarda la preferenza per il possesso di un veicolo a due ruote personale, percepito come più affidabile grazie alla disponibilità immediata. Il secondo e il terzo deterrente sono invece legati alla natura intrinseca dei veicoli a due ruote, più che al concetto di condivisione: da un lato, l'esposizione alle condizioni meteorologiche avverse, che ne limita l'utilizzo in determinate stagioni; dall'altro, il rischio percepito di incidenti e la scarsa illuminazione stradale, fattori che sottolineano la centralità della sicurezza come leva strategica per la diffusione di questi servizi (Aguilera-García et al., 2024).

È interessante notare che, pur rappresentando uno dei principali ostacoli all'uso della micromobilità condivisa, la proprietà può talvolta configurarsi come il risultato – e non l'alternativa – della condivisione. Come osservano Van Audenhove et al. (2024), “i servizi di condivisione sono spesso considerati una porta d'accesso alla proprietà di dispositivi di mobilità personale”. Ciò suggerisce che la sperimentazione attraverso l'uso condiviso possa agire come meccanismo di avvicinamento, riducendo le barriere all'ingresso e incentivando gli utenti, in particolare i più giovani, a investire successivamente

in un proprio veicolo dopo averne sperimentato utilità e convenienza. Questa dinamica emerge chiaramente anche dalle interviste qualitative condotte nel corso dello studio, come mostra la seguente testimonianza:

“Se fossi abbastanza coraggiosa, guiderei un motorino in città, magari iniziando con uno condiviso e poi passando a uno di mia proprietà.”
(Int_12, F, 24, italiana)

Questa è solo una delle citazioni testuali tratte dalla ricerca qualitativa⁵ condotta dal Mobius Lab, che mostra come la condivisione dei veicoli a due ruote possa fungere da fase di prova preliminare all'eventuale acquisto, un risultato che ben si allinea ai dati dello studio quantitativo, che identifica la proprietà di un veicolo a due ruote come il principale deterrente all'uso della micromobilità condivisa in tutti i paesi oggetto dell'indagine.

Questa intuizione è particolarmente rilevante sia per le amministrazioni pubbliche sia per le imprese del settore. Rendendo ampiamente disponibili i servizi di bike sharing, le città offrono ai residenti l'opportunità di sperimentare i vantaggi della mobilità su due ruote a una frazione del prezzo di acquisto e dei costi di manutenzione. Una volta acquisita familiarità con l'esperienza di guida, gli utenti potrebbero essere più inclini a considerare l'acquisto di un proprio veicolo.

Tale dinamica genera benefici reciproci. Per i produttori, i servizi di sharing rappresentano un canale di acquisizione clienti: attraverso accordi con le amministrazioni comunali o regionali, possono vendere o noleggiare flotte destinate ai programmi di mobilità condivisa, ottenendo entrate immediate e contribuendo al tempo stesso alla promozione della mobilità sostenibile urbana. Nel lungo periodo, le flotte condivise funzionano come veri e propri “showroom su ruote”: una volta

⁵ La prima fase del programma di ricerca qualitativa si è svolta tra marzo e ottobre 2023 e ha combinato interviste approfondite online con focus group in presenza. Questa fase ha coinvolto 42 partecipanti (27 donne e 15 uomini) provenienti da oltre 40 città, prevalentemente europee, e rappresentativi di 15 diverse nazionalità. La seconda fase, condotta tra maggio e giugno 2024, ha incluso 26 partecipanti (18 donne e 8 uomini) provenienti dall'Asia orientale, in particolare da Cina, Singapore, Hong Kong, Taiwan e Corea del Sud. Tutte le interviste e i focus group sono stati videoregistrati e trascritti integralmente, generando un corpus di 1.152 pagine di materiale qualitativo analizzabile.

sperimentata la praticità della micromobilità, molti utenti potrebbero decidere di acquistare un veicolo personale, trasformandosi così da utilizzatori del servizio in acquirenti finali.

CAR SHARING

I grafici seguenti illustrano la distribuzione dei livelli di utilizzo del car sharing nei cinque paesi considerati, adottando la stessa categorizzazione impiegata in precedenza per l’analisi della micromobilità condivisa. In questo caso, tuttavia, emergono differenze significative tra generazioni: per tale motivo, le distribuzioni sono presentate all’interno di ciascun paese, con una suddivisione tra Generazione Z e Millennial (Figura 3).

Analogamente a quanto osservato per le opzioni di micromobilità a due ruote, Germania e Francia presentano la più alta concentrazione di non utenti, mentre la tendenza opposta si registra nel Regno Unito e in India. In quasi tutti i paesi analizzati – con la sola eccezione della Germania, dove la tendenza risulta invertita – i membri della Generazione Z mostrano una maggiore

propensione rispetto ai Millennial a rientrare nella categoria degli “utenti medio-alti”. Solo in India non emergono differenze generazionali statisticamente significative.

Per quanto riguarda le motivazioni principali che spingono all’adozione del car sharing, si osservano differenze rilevanti tra paesi e generazioni. In Cina e Germania, la Generazione Z tende a considerare il car sharing principalmente come un mezzo funzionale per raggiungere aree scarsamente servite dai trasporti pubblici, sottolineando quindi il valore di accessibilità territoriale del servizio. In Francia e India, invece, la motivazione prevalente è la possibilità di accedere alle zone a basse emissioni, spesso riservate ai veicoli elettrici o ibridi, rendendo il car sharing una soluzione efficace alle barriere normative. Nel Regno Unito, la Generazione Z individua nel costo inferiore rispetto ai taxi, in particolare per i brevi spostamenti urbani, il principale fattore di attrattiva.

Rispetto alla Generazione Z, le coorti più adulte mostrano motivazioni più omogenee tra i diversi paesi, individuando nel minor costo percepito la ragione principale per ricorrere al car sharing (Figura 4).

FIGURA 3. DISTRIBUZIONE DEGLI UTENTI DEL CAR SHARING PER PAESE E GENERAZIONE

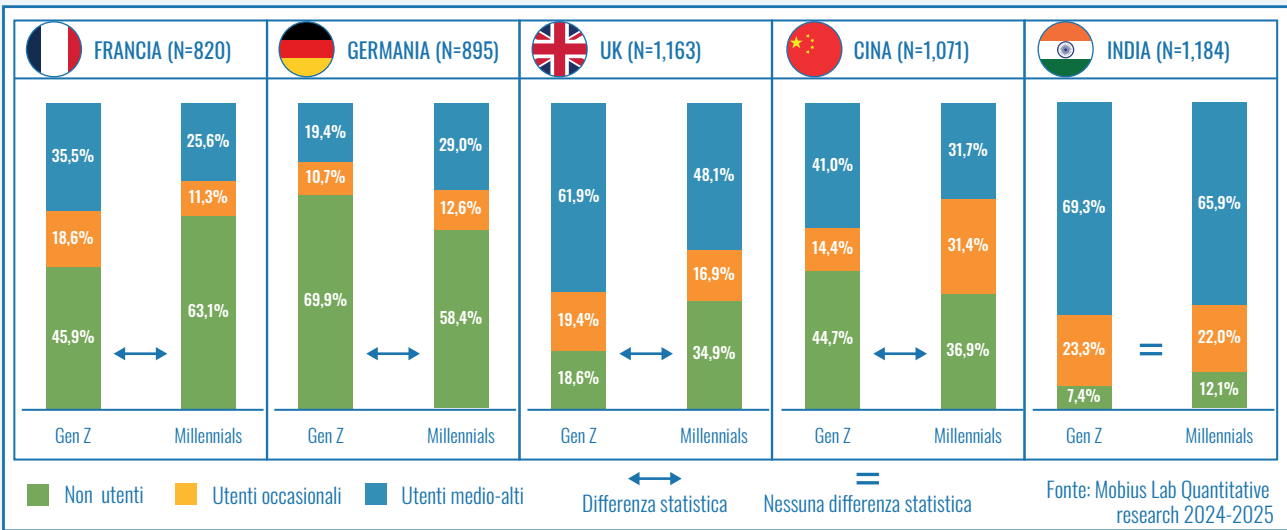
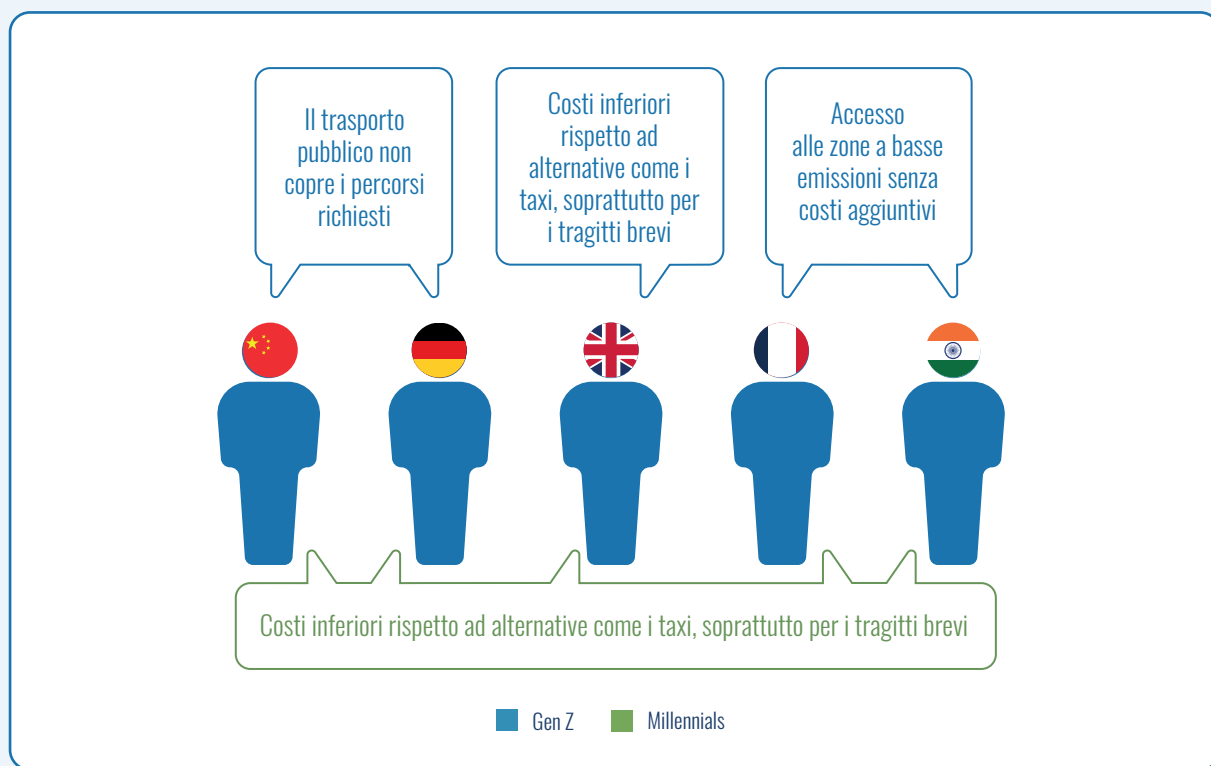


FIGURA 4. PRINCIPALI MOTIVAZIONI CHE SPINGONO ALL'ADOZIONE DEL CAR SHARING



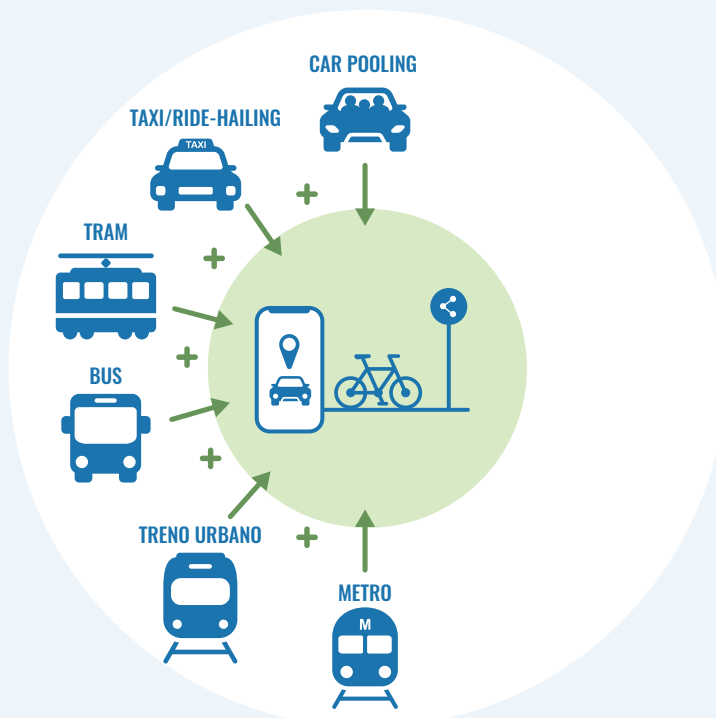
Emergono differenze significative tra la Generazione Z e i Millennial nelle motivazioni che guidano l'utilizzo del car sharing. Per i Millennial, il principale fattore di adozione è rappresentato dal costo inferiore rispetto ad altre soluzioni di mobilità individuale, come i taxi o i servizi di *ride-hailing*. Per la Generazione Z, invece, il car sharing risponde soprattutto alla necessità di accedere ad aree urbane soggette a restrizioni e di raggiungere destinazioni non servite dai mezzi pubblici. La Generazione Z mostra inoltre una maggiore familiarità e integrazione del car sharing nel proprio comportamento di mobilità quotidiana, considerandolo una componente complementare rispetto ad altri mezzi di trasporto, utile per soddisfare esigenze specifiche di spostamento.

Un ulteriore aspetto interessante riguarda la complementarità tra diverse forme di mobilità sostenibile: gli utenti del car sharing tendono infatti a utilizzare anche il *car pooling* e i trasporti pubblici, così come gli utenti della micromobilità condivisa.

Ciò suggerisce che gli utenti della mobilità condivisa non sostituiscono una modalità di trasporto con un'altra, ma integrano più soluzioni in modo flessibile e adattivo, componendo un ecosistema di mobilità sostenibile (Figura 5). In altre parole, le diverse modalità di mobilità condivisa non sono alternative, bensì complementari, e riflettono una crescente tendenza verso un comportamento di viaggio multimodale e consapevole.

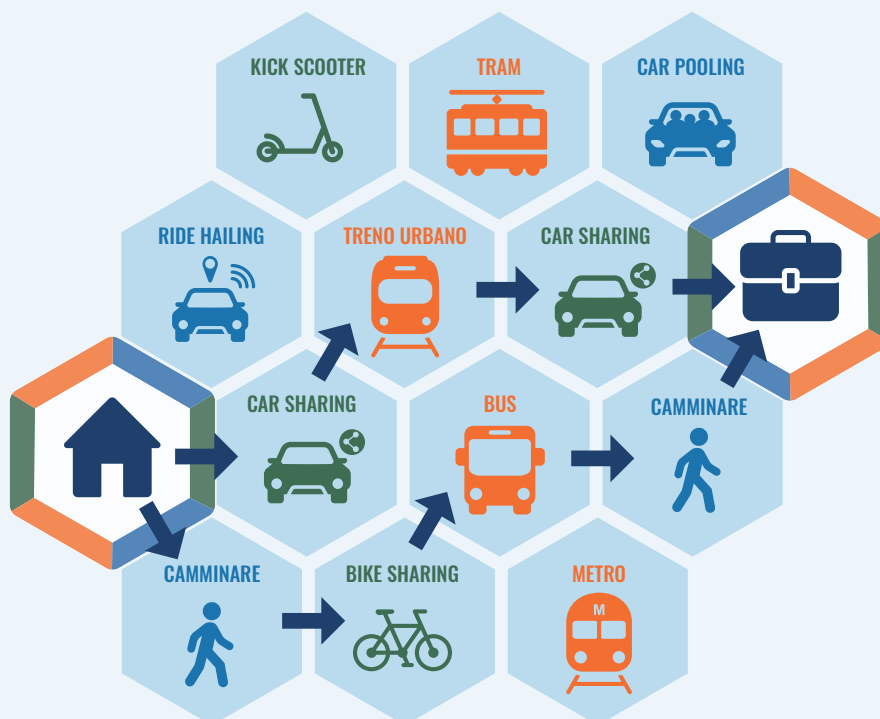
Questa evidenza suggerisce che, in sinergia con le altre modalità di trasporto, le soluzioni di mobilità condivisa possono svolgere un ruolo strategico nell'ottimizzazione dei flussi di mobilità urbana. Migliorando l'accessibilità ai nodi del trasporto pubblico e favorendo comportamenti di viaggio multimodali, tali soluzioni contribuiscono a distribuire la domanda di mobilità in modo più equilibrato, riducendo la pressione sulle singole modalità di trasporto e migliorando l'efficienza complessiva del sistema urbano (Figura 6).

FIGURA 5. RELAZIONE TRA L'UTILIZZO DELLA MOBILITÀ CONDIVISA E I MEZZI DI TRASPORTO SOSTENIBILI



Fonte: Mobius Lab 2024-2025

FIGURA 6. IPOTETICI SPOSTAMENTI URBANI MULTIMODALI DA CASA AL LAVORO



IL PREZZO DEL CAR SHARING

La maggior parte dei fornitori di servizi di car sharing adotta un modello di tariffazione al minuto, in cui agli utenti viene addebitato un costo proporzionale al tempo totale di utilizzo del veicolo, comprendente sia la guida sia il parcheggio (Perboli et al., 2018). Tale schema richiama quello dei taxi tradizionali, la cui quota di mercato è diminuita con l'ascesa delle piattaforme di *ride-hailing* come Uber e Bolt (Statista, 2025). Sebbene offrano un servizio simile, queste piattaforme si basano su un modello di pricing differente: nel *ride-hailing*, gli utenti conoscono in anticipo la tariffa esatta della corsa, grazie ad algoritmi di determinazione dinamica dei prezzi che calcolano il costo in tempo reale tenendo conto di molteplici fattori, tra cui l'ora del giorno, la domanda, le condizioni del traffico e la distanza percorsa. Questo approccio è generalmente apprezzato dagli utenti, poiché elimina l'incertezza associata al tassometro in movimento, soprattutto in condizioni di traffico intenso (MIT Sloan, 2018).

Nel quadro della ricerca condotta dal Mobius Lab, agli intervistati è stato chiesto di esprimere le proprie preferenze di tariffazione, confrontando due modelli alternativi: uno basato sul tempo di utilizzo (tariffazione al minuto) e uno basato sulla distanza percorsa (tariffazione a chilometraggio). I risultati evidenziano una chiara preferenza per il modello basato sulla distanza in tutti i paesi analizzati, senza differenze generazionali significative. Tale preferenza sembra essere legata a un maggiore senso di controllo percepito: gli utenti considerano la tariffazione a chilometraggio più prevedibile, in quanto trasforma un costo variabile – influenzato dal traffico e dai tempi di percorrenza – in una spesa stabile e proporzionata al viaggio effettuato. Questo modello, inoltre, riduce la pressione psicologica del tempo e consente una pianificazione più efficace delle spese di mobilità.

Tuttavia, un passaggio completo alla tariffazione basata sulla distanza appare complesso per i fornitori di servizi, poiché li costringerebbe ad assorbire una quota maggiore dei costi operativi. A differenza dei modelli basati sul tempo, in cui la tariffa aumenta con la durata dell'utilizzo – compensando

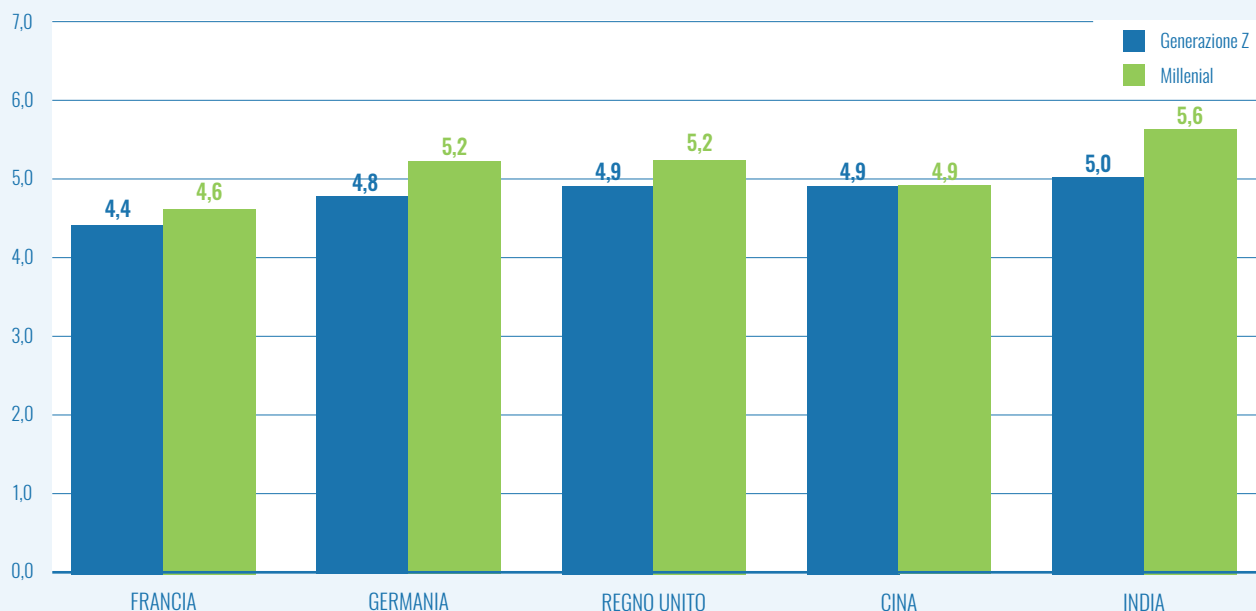
i periodi di inattività o le inefficienze dovute al traffico – la tariffazione a distanza tende a limitare il potenziale di ricavo, soprattutto nelle aree urbane congestionate, dove brevi tragitti possono richiedere lunghi tempi di percorrenza.

AUMENTARE LA PORTATA DEL CAR SHARING

I risultati della ricerca evidenziano una situazione complessa. Gli utenti attuali del car sharing riconoscono il vantaggio economico di questa soluzione rispetto ad alternative individuali come il *ride-hailing* o il taxi. Tuttavia, la diffusione del servizio rimane limitata dalla percezione di un prezzo elevato, che rappresenta il principale deterrente per gli utenti europei, insieme alla scarsa disponibilità di veicoli all'interno delle aree urbane. Questi due fattori sono strettamente interconnessi: la disponibilità dei veicoli dipende dalla redditività del servizio, la quale a sua volta è determinata dal volume di utenti attivi. Allo stesso tempo, il numero limitato di utenti mantiene alto il prezzo medio, poiché la domanda ridotta non consente economie di scala. In altri termini, finché il bacino di utenti rimarrà ristretto rispetto al potenziale, sarà difficile trovare un'auto disponibile quando e dove serve; al contrario, flotte più ampie garantirebbero una maggiore copertura territoriale e una migliore esperienza d'uso.

Nell'attuale contesto operativo, i fornitori di car sharing devono sostenere costi significativi di rilocalizzazione dei veicoli, spostandoli da un'area all'altra per allineare l'offerta alla domanda prevista. Questi costi logistici incidono in modo sostanziale sul prezzo finale del servizio. Un modo per mitigare tali costi potrebbe risiedere nella collaborazione attiva degli utenti. *Cosa accadrebbe se gli utenti del car sharing fossero disposti a modificare leggermente i propri percorsi in cambio di ricompense, monetarie o non monetarie?* Per esplorare questa possibilità, la ricerca ha chiesto agli intervistati di indicare, su una scala da 1 (per niente disposto) a 7 (molto disposto), il proprio grado di disponibilità a modificare la destinazione finale per parcheggiare il veicolo in un'area predeterminata dal fornitore del servizio – tipicamente situata in

FIGURA 7. DISPONIBILITÀ AD ADATTARE IL VIAGGIO IN CAR SHARING PER PAESE E GENERAZIONE



prossimità di un nodo strategico della rete urbana – in cambio di un incentivo, come sconti sul viaggio, punti fedeltà o crediti di utilizzo (Figura 7).

I risultati rivelano una forte apertura verso questa iniziativa in tutti i paesi oggetto dell'indagine. In Europa i Millennial in particolare mostrano un'elevata disponibilità ad adattare il proprio viaggio. In Asia questa tendenza è particolarmente pronunciata tra i Millennial indiani, che dimostrano una maggiore flessibilità rispetto alla Generazione Z.

Queste informazioni suggeriscono che la collaborazione tra piattaforma e utenti potrebbe essere uno strumento prezioso per affrontare alcune delle sfide operative del car sharing. Incoraggiando gli utenti a parcheggiare in prossimità di aree strategiche, come i luoghi in cui un altro utente ha programmato una prenotazione futura o vicino ai nodi di trasporto pubblico, i fornitori di servizi potrebbero migliorare la disponibilità percepita della flotta, aumentare l'efficienza operativa e, allo stesso tempo, compensare gli utenti attraverso

incentivi mirati, incoraggiando così l'adesione al comportamento desiderato.

CONCLUSIONI E IMPLICAZIONI MANAGERIALI

Basandosi sulle analisi condotte dal Mobius Lab, questo articolo ha esaminato il modo in cui gli abitanti delle città adottano i servizi di micromobilità condivisa e di car sharing, concentrandosi sulle differenze generazionali tra la Generazione Z e i Millennial in Europa (Francia, Germania, Regno Unito) e in Asia (Cina, India). I risultati mostrano come la shared mobility si stia progressivamente affermando non tanto come alternativa ai mezzi di trasporto tradizionali, quanto piuttosto come componente complementare all'interno di percorsi di mobilità multimodale. In particolare, entrambi i servizi sono apprezzati per i vantaggi che offrono: la micromobilità si distingue per la sua velocità, mentre il car sharing è apprezzato per la sua flessibilità

nell'accesso alle aree urbane a traffico limitato e per la sua capacità di raggiungere zone scarsamente servite dai mezzi pubblici. Tuttavia, nonostante i vantaggi percepiti, la diffusione dei servizi condivisi continua a incontrare ostacoli significativi, che ne limitano il pieno potenziale in termini di adozione e impatto sistemico.

Nel caso della micromobilità, i fornitori di servizi, i produttori e i decisori politici dovrebbero considerare la mobilità condivisa come un possibile percorso verso la proprietà. Infatti, consentire agli utenti un primo approccio attraverso servizi condivisi può ridurre gli ostacoli all'acquisto di veicoli personali, aprendo opportunità di acquisizione di clienti a lungo termine per i produttori e sostenendo al contempo gli obiettivi pubblici di mobilità urbana sostenibile. Per quanto riguarda il car sharing, al fine di stimolarne l'adozione anche tra coloro che attualmente lo escludono a causa di ostacoli economici o di una copertura del servizio percepita come insufficiente nelle aree urbane, le aziende potrebbero adottare meccanismi di collaborazione attiva con gli utenti. Come sottolineato in precedenza, una strategia volta ad aumentare la disponibilità percepita dei

veicoli potrebbe essere realizzata incentivando gli utenti a parcheggiare le auto in prossimità di aree strategiche della città. Ciò potrebbe essere realizzato attraverso la fornitura di incentivi mirati in cambio di comportamenti virtuosi.

Parallelamente, sarebbe opportuno riflettere sui modelli di tariffazione attualmente in uso, valutando l'introduzione di formule ibride che combinino il pagamento al minuto con il pagamento al chilometro/miglio. Tali soluzioni potrebbero migliorare la percezione di prevedibilità e controllo della spesa da parte degli utenti, riducendo la percezione di costi elevati e incoraggiando quindi la sperimentazione del servizio, contribuendo in ultima analisi alla sua più ampia diffusione. Inoltre, l'impatto della mobilità condivisa sull'accessibilità e l'uso degli spazi urbani potrebbe essere ancora più significativo condividendo i dati lungo l'intera catena del valore del settore della mobilità, nel pieno rispetto delle normative sulla privacy. Se i fornitori di servizi, le autorità pubbliche e gli operatori infrastrutturali avessero accesso a dati integrati sulla mobilità degli utenti, sarebbe possibile progettare congiuntamente ecosistemi di trasporto più reattivi, efficienti e incentrati sulle esigenze dei cittadini.



RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

- AguileraGarcía, Á., et al. (2024). "Which factors influence the use of shared and privately-owned escooters in the city of Madrid? Implications for urban mobility." *Cities*, 147, Article 104785. [doi](#).
- Boston Consulting Group (2022). *Mobility*. BCG Global. [bcg.com](#).
- Cova, B., Dalli, D. (2009). "Working consumers: the next step in marketing theory?" *Marketing Theory*, 9(3), 315–339. [doi](#).
- EIT Urban Mobility (2022). *Urban vehicle access regulations: From design to implementation*. [eiturbanmobility.eu](#).
- European Commission. (2025). "OECD 2024 Regions and Cities at a Glance report highlights transport's role in the netzero transition." *EU Urban Mobility Observatory*. [urban-mobility-observatory.transport.ec.europa.eu](#).
- European Commission (2020). *Sustainable and smart mobility strategy*. [eur-lex.europa.eu](#).
- Fromm, J. (2025). "Airbnb will change the way we travel in 2025." *Forbes*. [forbes.com](#).
- Ghaffar, A., Hyland, M., Saphores, J.D. (2023). "Metaanalysis of shared micromobility ridership determinants." *Transportation Research Part D: Transport and Environment*, 121, Article 103847. [doi](#).
- Heineke, K., et al. (2021). "Shared mobility: Where it stands, where it's headed." *McKinsey & Company*. [mckinsey.com](#).
- Kondor, D., et al. (2020). "Addressing the 'minimum parking' problem for ondemand mobility." *Scientific Reports*, 10, Article 15885. [doi](#).
- MIT Sloan (2018). *Are ridehailing platforms keeping their drivers honest?* [mitsloan.mit.edu](#).
- Patton, D. (2025). "Renault lowers 2025 guidance, names finance chief Minto as interim CEO." *Reuters*. [reuters.com](#).
- Perboli, G., et al. (2018). "Business models and tariff simulation in carsharing services." *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 115, 32–48. [doi](#).
- Shaheen, S., et al. (2020). "Sharing strategies: Carsharing, shared micromobility (bikesharing and scooter sharing), transportation network companies, microtransit, and other innovative mobility modes." In *Transportation, land use, and environmental planning* (pp. 237–262). Elsevier. [doi](#).
- Statista (2025). *Shared mobility – Worldwide*. [statista.com](#).
- United Nations (2015). *Transforming our world: The 2030 agenda for sustainable development*. [sustainabledevelopment.un.org](#).
- Van Audenhove, F.J., et al. (2024). *The future of mobility 5.0*. [adlittle.com](#).
- Wan, L., Bendavid, I. (2024). "Inferring trip purposes and mode substitution effect of rental escooters in London." *Transportation Research Part D: Transport and Environment*, 126, Article 104034. [doi](#).