



# Interreg ALCOTRA

Fonds européen de développement régional  
Fondo europeo di sviluppo regionale



## SCHEDA DELLE BUONE PRATICHE IN MATERIA DI CAR POOLING

### Titolo dell'azione

Klaxit

#### Area di diffusione (carta)

Francia

#### Budget, risorse umane:

4 milioni di euro raccolti all'inizio del 2018, sovvenzioni da parte delle autorità locali  
Squadra commerciale e tecnica di 18 dipendenti (presto saranno 28)

#### Soggetto responsabile, gestore/operatore:

Società Klaxit (start-up)

#### Partenaires:

Più di 100 aziende clienti e molte autorità locali

#### Data di avvio:

2012 (con il nome di Wayz-Up)

#### Contesto e descrizione dell'azione:

Klaxit è un'offerta di carpooling specializzata sui viaggi a breve distanza e, più specificamente, sul pendolarismo. Si basa su un'ampia rete di aziende clienti e su numerose collaborazioni con le autorità locali. Il costo dei viaggi per i carpooler viene calcolato automaticamente dalla compagnia, in base al costo chilometrico definito dalle autorità fiscali. Nove città francesi sovvenzionano i viaggi (Lille, Parigi, Rennes, Orleans, Nantes, Lione, Grenoble, Bordeaux e Tolosa); qui i possessori di un abbonamento al TP possono caricarlo sull'applicazione, che offre loro gratuitamente 2 viaggi giornalieri. I conducenti sono risarciti da Klaxit di 0,10 € per chilometro per ogni passeggero.

#### Forma di car pooling:

- sistematico programmato
- occasionale programmato
- occasionale istantaneo

#### Motivo dello spostamento:

- casa - lavoro
- studio
- turismo
- 

- :su breve distanza
- :su lunga distanza

Distanza media percorsa per singola tratta

25 km



# SCHEDA DELLE BUONE PRATICHE IN MATERIA DI CAR POOLING

## Integrazioni e collegamenti con altre modalità di trasporto:

Viaggi a breve distanza con possibile integrazione al TP.

## Presentazione dei servizi e degli strumenti tecnologici, e del sito web:

Klaxit può essere utilizzato solo tramite l'applicazione mobile. Collega i carpooler in modo dinamico (avvisi sulle possibili partenze, ottimizzazione dei viaggi e dei punti d'incontro, gestione della condivisione e chat). La modalità "viaggio" consente di seguire in tempo reale la posizione del carpooler tramite geolocalizzazione. Il sito web funge da vetrina di comunicazione sul servizio proposto, non è possibile registrarsi.

## Strategia di comunicazione e di incentivazione messa in atto:

- Klaxit è molto presente su Internet e sui social network. Il suo sito web, il suo blog e i suoi account Facebook, Twitter e LinkedIn sono regolarmente aggiornati.
- La società ha numerose partnership con aziende, creando hub di mobilità che favoriscono il carpooling.
- Un'offerta chiavi in mano viene proposta alle aziende (animazione, consulenza) e sono organizzate reti locali inter-aziendali di carpooling, che ispirano fiducia agli utenti. Klaxit partecipa anche a sfide inter-aziendali di carpooling.
- Per incoraggiare potenziali passeggeri al carpooling, vengono offerte corse gratuite per i titolari di un abbonamento di trasporto pubblico in 9 città.

## Risultati ottenuti:

Ogni giorno vengono offerti oltre 110.000 viaggi. Negli ultimi mesi, l'applicazione riceve il 10% di traffico in più a settimana. In meno di un anno, con l'acquisizione di OpenCar e la conquista di nuove aree di attività, la start-up è passata da 30 a 100 aziende clienti, che rappresentano più di 700 siti in Francia. Un quarto di queste aziende fa parte del CAC40 (Renault, Thales, Crédit Agricole, Carrefour, BNP Paribas, Engie...). A Saint-Quentin-en-Yvelines, dove è stato lanciato un esperimento con tre società, il numero di iscritti è decuplicato rispetto alle soluzioni di carpooling già presenti nelle aziende. Raggiunge in media il 15% del numero di dipendenti. 8 su 10 dipendenti registrati trovano un carpooler sul loro percorso e ai loro orari.

# SCHEDA DELLE BUONE PRATICHE IN MATERIA DI CAR POOLING

## Punti di forza, fattori chiave di successo:

- Numerosi fondi finanziari e partnership con importanti attori pubblici e privati (aziende CAC40)
- Accompagnamento delle aziende, impostando strategie personalizzate
- Creazione di condizioni di fiducia tra dipendenti
- Collaborazione e cofinanziamento dei viaggi con le autorità che organizzano la mobilità
- Buona comunicazione e presenza sui social network
- Geolocalizzazione (solo durante il viaggio)

## Aspetti critici, precauzioni da prendere, adattamenti necessari:

- Nessuna possibilità di intermodalità fornita direttamente nell'applicazione
- Nessuna registrazione o utilizzo del servizio possibile sul sito web

## Valutazione - modalità di verifica e di monitoraggio, indicatori di risultato e di impatto:

Dal 2018, i fondi ottenuti dalle cinque industrie Sodexo, RATP, Maif, Via ID e Inco consentiranno a Klaxit di evolvere. Ad esempio, il gruppo RATP prevede di sviluppare un'offerta multimodale che integrerà il carpooling e il trasporto pubblico. MAIF lancerà un prodotto assicurativo dedicato alla piattaforma. Questo finanziamento consentirà inoltre a Klaxit di assumere altre 10 persone. Il suo obiettivo per i prossimi due anni è quello di svilupparsi nelle 50 maggiori città francesi, per poi espandersi in Europa, a cominciare dai paesi confinanti.

## Destinatari (pubblico bersaglio):

Principalmente lavoratori

## Contatti

[contact@klaxit.co](mailto:contact@klaxit.co)

## Sito web

[www.klaxit.com](http://www.klaxit.com)