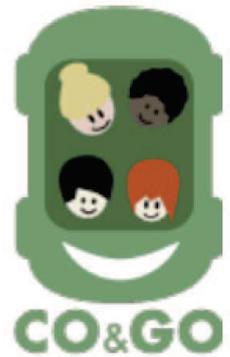




Interreg ALCOTRA

Fonds européen de développement régional
Fondo europeo di sviluppo regionale



SCHEDE 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

Sito web

www.klaxit.com