

# Cooltra: come nello sharing la new economy vince grazie alla old economy

di Alberto Mattiacci

**IL MERCATO DELLA SHARING MOBILITY** è cresciuto esponenzialmente, in particolare negli ultimi cinque anni. Ci si interroga, come sempre accade di fronte a tassi di crescita a doppia cifra, sulla sostenibilità nel tempo di questa crescita e sulle sue ragioni. Ci si è accorti, così, della grande rilevanza assunta da un segmento in particolare: la micro-mobilità su due ruote, un mercato cresciuto in varietà dei prodotti (scooter, biciclette e monopattini) e valori economici.

Qualche numero: nel 2015 si contenevano la strada circa 27 servizi di sharing (solo car e bike), nel 2020 ben 150 (car, bike/e-bike, scooter, monopattini); i mezzi complessivamente circolanti nel 2015 erano 13.800, nel 2020 sono arrivati a 85.000. Ovviamente a questi numeri fa riscontro una crescita della domanda, pari oggi a circa 5,7 milioni, che muovono circa 22 milioni di noleggi. Tutto ciò significa percorrere in un anno 93 milioni di km, rigorosamente a zero emissioni.

Questa caratteristica ci consente di rispondere positivamente alla domanda se questo fenomeno durerà nel tempo. La pandemia degli ultimi due anni, ovviamente, non ha fatto altro che accelerare la fisiologica crescita di un comparto ricco già di suo di potenziale, proprio grazie al ridotto impatto ambientale comparato, sia nel trasporto privato che in quello pubblico.

Come spesso accade quando un nuovo business si palesa come un successo nascono nuovi player (Lime e Cooltra, ad esempio) frutto del coraggio di investitori capaci (anche giovani) e lungimiranti. Ma non mancano anche operatori poco trasparenti, spesso con sedi in Paesi offshore, con società

fiduciarie senza palesi proprietari, operando con deprecabili politiche di breve. Il contrario di un business sostenibile, insomma.

**Durerà?** È probabile, osservando i numeri, che il mercato non abbia raggiunto ancora la fase di maturità. Facile prevedere a breve la concentrazione dei player, in particolare nel segmento dei monopattini, oggi fortemente condizionato dalla presenza di molte startup mono-servizio. Si tratta di operatori che patiscono mancanza di liquidità (il comparto prevede un intenso capitale, è il caso di dirlo, *circolante*) e sono alla ricerca costante di fondi. Facile prevedere che verranno acquisite da operatori più solidi e strutturati finanziariamente; facile prevedere la crescita di player multi-flotte.

**Cooltra.it**, fondata a Barcellona 15 anni fa, oggi è leader europea per i servizi di mobilità su due ruote. Il business è articolato in un portafoglio di offerta che va crescendo costantemente, proprio per seguire (e spesso anticipare) una domanda che aumenta anche in varietà di esigenze: dal noleggio di scooter per minuti a quello a giorni, o addirittura a mesi e anni a privati, aziende e pubbliche amministrazioni. I numeri sono in costante espansione anno dopo anni: 20 città in 8 Paesi, 17.000 scooter (di cui il 65% elettrici), 1,5 milioni di clienti, con un fatturato globale nel 2021 di 31 milioni di euro.

In Italia Cooltra è presente sia nel B2C che nel B2B dal 2015. La flotta è quindi pensata sia per il consumatore che per alcune delle principali compagnie di delivery quali Justeat, Getir, Gorillas. Va qui sottolineato nel senso che una tecnologia abilitante, il cloud computing, esprime nell'eco-

nomia contemporanea: senza, nulla di tutto ciò esisterebbe. Nel 2017 Cooltra porta in Italia il primo servizio di scooter sharing totalmente elettrico dopo il successo di Barcellona: 250 mezzi in giro per Roma. Oggi la flotta conta 2.400 scooter elettrici su Roma e Milano e genera il 65% dello scooter sharing italiano: 1,9 milioni di noleggi, con una crescita del 25% sul 2020 (1,4); oltre 9 milioni di km percorsi anche qui cresciuti del 25% rispetto al 2020 (7,2); 725 tonnellate di CO<sub>2</sub> risparmiate. Il tutto con un fatturato di 5,7 milioni di euro, in crescita del 45% rispetto ai 3,9 del 2020.

Oltre all'Italia, Cooltra opera a Parigi, Madrid, Barcellona, Valencia e Lisbona con una flotta totale di 8.000 mezzi, tutti connessi e in condivisione con la stessa app. Nei prossimi 5 anni l'obiettivo è concentrare su una sola app l'intera offerta di flotta elettrica (scooter, e-bike, monopattini) in sharing in molte città europee.

**Cosa impariamo?** Il successo Cooltra poggia sulla capacità di cogliere dei fatti esogeni – attenzione all'ambiente, destrutturazione della mobilità urbana – e tradurli in una formula di business digitale e sostenibile. Un'offerta *customer centric* flessibile, semplice e affidabile, sia al business che al consumer. Poggia su una base solida: un'accorta gestione del circolante e dei costi, puntando alla profittabilità più che all'espansione "costi quel che costi" della base clienti. Il fulcro del successo Cooltra è dunque la capacità di associare una gestione *old economy* (es. gestione finanziaria) a una *new economy* (es. investimenti in tecnologia e marketing al centro). E scusate se è poco. ☺

IN COLLABORAZIONE CON:



Società Italiana Marketing

**ALBERTO MATTIACCI**  
Ph.D., Ordinario di Economia e Gestione delle Imprese, Sapienza Università di Roma.