Il mondo di Uber (senza contestazioni) alla Bto

Alla **Bto 2014** si è parlato anche di ***sharing economy*** in un panel con **Homeway, Lago arredamenti e Uber**. Per quest'ultima era presente **Tomaso Rodriguez, operations manager**, in questa uscita ben più fortunato rispetto alla country manager Italia della app californiana **Benedetta Arese Lucini**, contestata più volte nelle sue uscite pubbliche dai tassisti (Vedi: Uber e tassisti a Milano: nessuna tregua e Internet ci sta rubando il futuro (lavorativo)?) oppure fata parlare poco da "tempi televisivi troppo ristretti" (vedi:Uber sotto assedio negli Usa, in Italia va a Ballarò). A Frenze invece Rodriguez ha potuto tranquillamente raccontare la storia", di successo, di Uber, paragonandola con un parallelo un po' ardito a uno dei supereroi della Marvel tra i più amati, ovvero Ironman: "noi siamo come lui...quando torna a casa. Lui tutto in automatico si sveste della sua armatura, noi invece con un semplice tocco sullo smartphone rendiamo facile trovare un passaggio in auto in pochi minuti, con un pick up facile, un pricing chiaro sin dalla prenotazione dell'auto e senza passaggio di denaro" spiega Rodriguez. Un servizio che avrebbero voluto avere i due founder del servizio Travis Kalanick, l'odierno ceo, e Garrett Camp quanado a Parigi nel 2009 non riuscirono a trovare un taxi.

"Il servizio partì a San Fracisco con 10 auto, di cui 3 attive e da quel momento Uber in 5 anni è cresciuto conquistando 240 città in tutto il mondo, con una crescita continua - spiega Rodriguez -. Una rete di città che viene utilizzata dai nostri utenti, perché più dell'80% tra loro ci ha utilizzato in altre città rispetto a dove è registrato".

Uber partì come servizio di trasporto di superlusso con **UberBlack**, che poi si è trasformato anche in un servizio che i cittadini possono realizzare per altri cittadini con **UberPop:** "in questo modo facciamo sì che l'enorme parco macchine che di solito sta fermo in garage o in strada, in Italia per oltre 23 ore, venga utilizzato, aiutando i proprietari ad abbattere i costo di un auto e agli utenti di avere un servizio efficiente e a buon prezzo" dice Rodriguez.

Naturalmente il tutto supercontrollato, con recensioni degli utenti e una assicurazione ulteriore rispetto a quella del proprietario: "monitoriamo di continuo i nostri autisti e se c'è qualcosa che non va li togliamo dal servizio" afferma Rodriguez che annuncia anche un po' di novità in arrivo. Anche dal punto di vista del marketing: "in serbo abbiamo **UberPool**, ovvero i passaggi condivisi già attivo negli States, o **Uberelicottero** a New York, con passaggi per gli Hamptons. Tra le iniziative di marketing abbiamo lanciato UberPresident, ovvero sentirsi importante come il presidente per un giorno, con scorta di bodyguard annessa, o UberIce Cream a luglio, con il team a offrire gelati da un furgoncino".

Insomma Uber non si smentisce mai e cavalca di continuo l'innovazione. Cosa ci dobbiamo aspettare ora; UberBikes, UberFruits, UberTata... bsta non arrivare a UberGirls...s commettiamo che qualcuno ci ha già pensato?