

“Everyone Private's Driver”

Uber

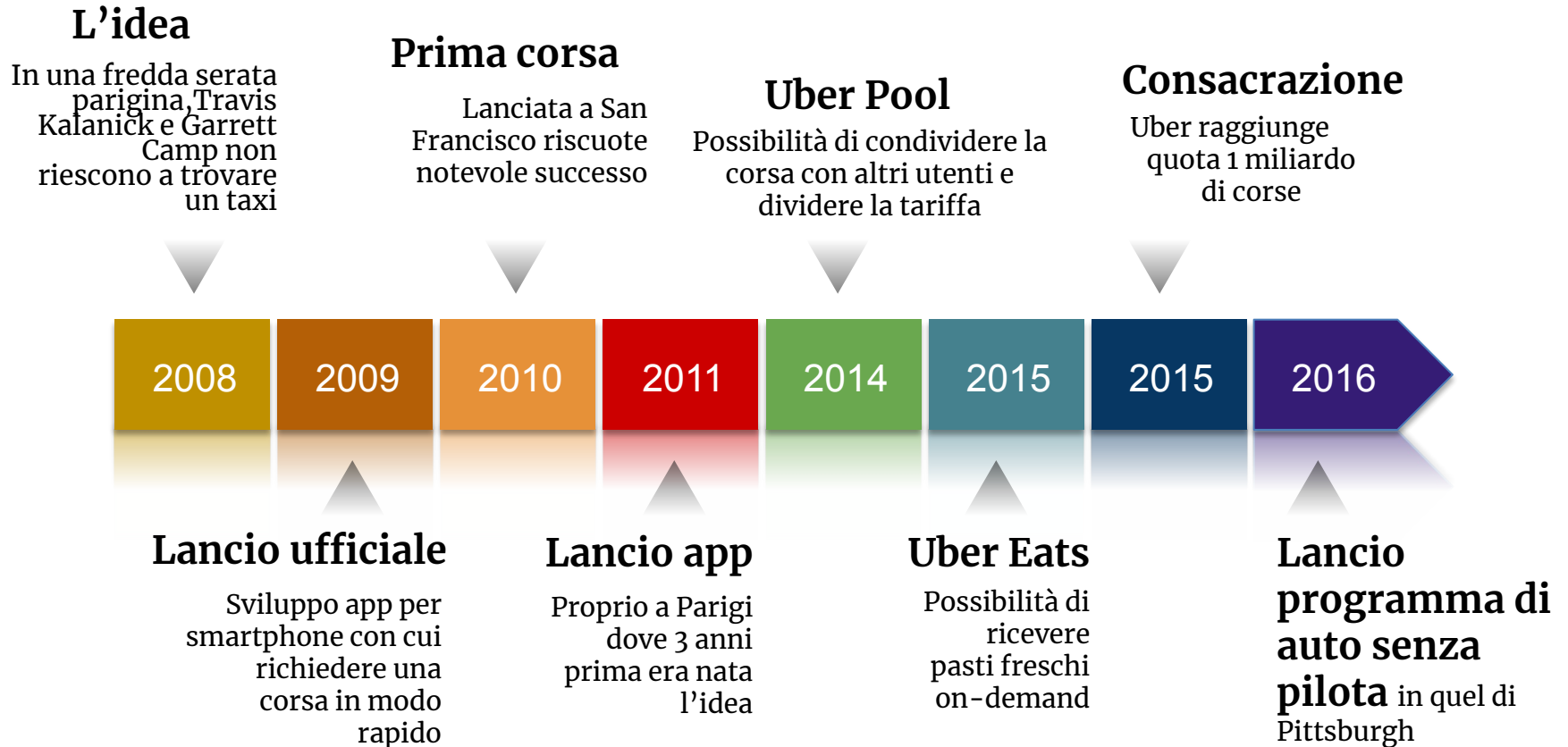




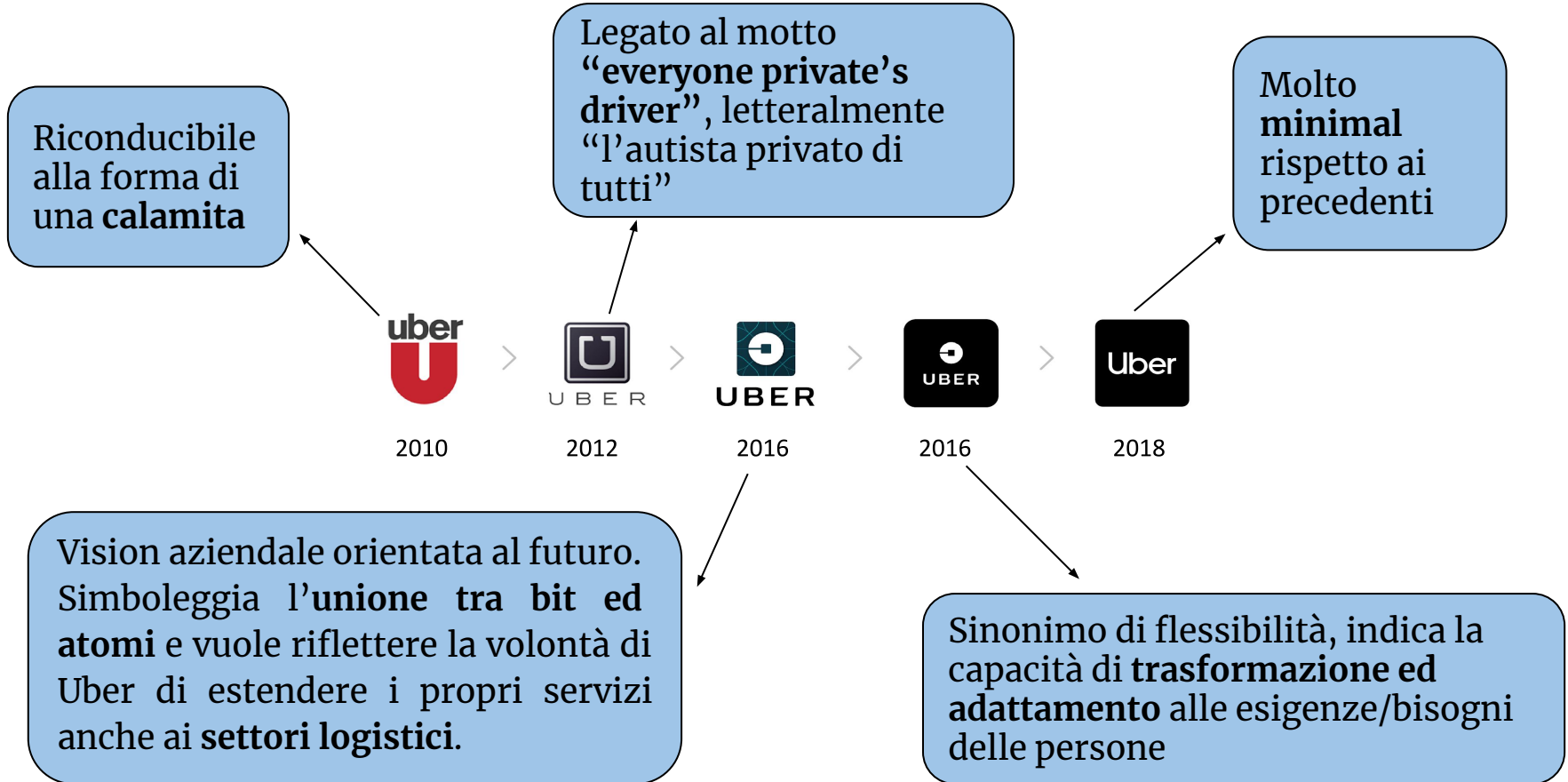
INDICE

- Chi è Uber
- Modello di business (BMC)
- Analisi SWOT
- Regolamentazione
- Prospettive future

L'ascesa di Uber



L'evoluzione del logo App



L'evoluzione del logo aziendale

Nel 2018 l'azienda decide di razionalizzare il logo e l'immagine del brand con un nuovo **restyle**, più **minimal** e "sicuro".

Alla base del restyling c'è l'esigenza di trovare un'immagine coordinata che risulti immediatamente **riconoscibile**.



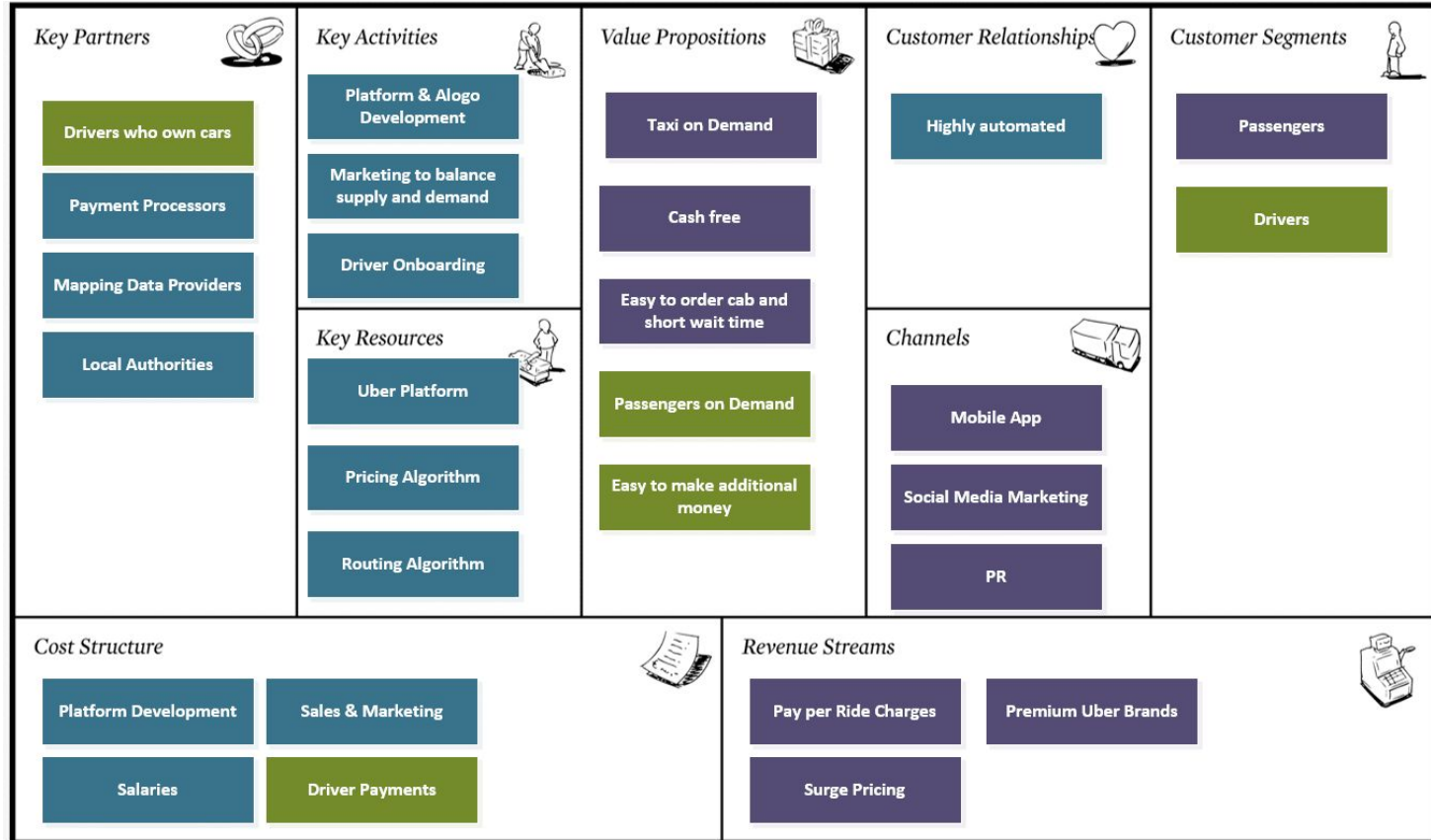
Si procede con due modifiche:

- Meno spaziatura tra le lettere;
- Maggiore consistenza dei caratteri.

Esse contribuiscono:

- A veicolare un messaggio più **forte** e **diretto**;
- Ad incrementare la visibilità di un nome che si prefigge l'obiettivo di diventare sinonimo di **innovazione** e di **mobilità evoluta**.

Il modello di Business di Uber



Il modello di Business di Uber: Value Proposition

“Ti daremo sempre un passaggio quando ne avrai bisogno..

..ti daremo sempre i passeggeri quando vorrai”

La proposta di valore si basa sulla **capacità di adeguare la domanda con l'offerta**. A favore della proposta di valore ci sono due elementi:

- sicurezza nel pagamento
- trasparenza

Il modello di Business di Uber: Customer Segments & Relationship

Uber ha due gruppi di clienti: i passeggeri e i conducenti.

I passeggeri per poter utilizzare la piattaforma devono essere dotati di uno smartphone e di una carta di credito o debito.

I conducenti (freelance) sono un segmento di clienti non presente nel mondo dei taxi.

L'interazione con la clientela è occasionale: la piattaforma e l'app permettono ai passeggeri di conoscere perfettamente il punto in cui saranno prelevati, senza bisogno di ulteriori fastidiose comunicazioni. L'unico punto di contatto di vera importanza è quello tra **Uber** e i **futuri conducenti**, e consiste nell'illustrazione degli standard base che si devono rispettare per assicurare un servizio adeguato.

Il modello di Business di Uber: Key Resources & Key Partners

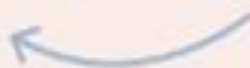
Le **risorse chiave**, si possono classificare in **tre categorie**:

- la **piattaforma**, che permette di connettere e far interagire tra loro i tre protagonisti: Uber, i conducenti e i passeggeri.
- gli **algoritmi di pricing**, che sono utilizzati per soddisfare la proposta di valore, ossia garantire il continuo equilibrio tra domanda e offerta da parte di conducenti e passeggeri.
- gli **algoritmi di routing**, che hanno la funzione di garantire il minimo possibile in quanto a tempo di attesa.

I **partner chiave** sono soprattutto i **conducenti**, che possedendo ciascuno la propria vettura, permettono ad Uber di risparmiare i costi che si dovrebbero sostenere affidandosi ad una società di leasing. Un altro partner fondamentale per la sostenibilità di lungo periodo è rappresentato dalle **autorità locali**.



What do you do well?



S
STRENGTHS

W
WEAKNESSES



Where do you need to improve?



What are your goals?



O
OPPORTUNITIES

T
THREATS



What obstacles do you face?



SWOT analysis

PUNTI DI FORZA	PUNTI DI DEBOLEZZA
<ul style="list-style-type: none">● Semplicità di utilizzo● Bassi costi fissi● Tariffe basse● Flessibilità del sistema di pagamento● Sistema di valutazione	<ul style="list-style-type: none">● Affidabilità dei conducenti● Basse barriere all'entrata● Assenza di una tecnologia proprietaria
OPPORTUNITÀ	MINACCE
<ul style="list-style-type: none">● Mercato poco saturo● Digitalizzazione● Tecnologia senza conducente● Logistica	<ul style="list-style-type: none">● Regolamentazione avversa● Cause legali● Nuove tecnologie



UBER VS TAXI



- **Uber è una novità assoluta: consente a chi ha un'auto di diventare driver. Bastano pochi click, tutto con una semplice App.**
- **Il servizio cresce in fretta e la rabbia dei tassisti sfocia in cortei e scioperi.**
- **Nel panorama giuridico ha visto l'evolversi di numerose controversie poiché i drivers di Uber sono in concorrenza con le compagnie di taxi, che invece devono rispettare determinati obblighi imposti dalle istituzioni pubbliche.**

Disciplina del trasporto pubblico non di linea in Italia, legge n.21 del 1992:

- **Il servizio taxi ha lo scopo di soddisfare le esigenze di trasporto individuale o di gruppi di persone e si rivolge ad un'utenza indifferenziata.**
- **Le tariffe per il servizio sono determinate amministrativamente dagli organi competenti.**
- **Per svolgere il servizio di trasporto è necessario essere in possesso della licenza.**

- 
- **Nel servizio Uber sono i privati che offrono servizi di guida con la propria auto vettura ai soli soggetti che hanno installato sul proprio smartphone l'App.**
 - **Uber opera senza licenza.**

Uber è legale in Italia? Tutta la giurisprudenza sul caso Uber

- Nel territorio italiano, il servizio Uber ha trovato elementi di contrasto con la disciplina che regola i taxi.
- Secondo la maggior parte dei giudici nazionali, Uber violava la disposizione normativa poiché era senza licenza e minacciava l'offerta dei taxi.
- Vennero accolti i ricorsi delle associazioni dei tassisti che rivendicavano l'inibitoria di Uber in Italia.
- Nel 2015 lo scontro in tribunale a Milano: i taxi contestavano la concorrenza sleale, la violazione nel non sostenere costi e oneri e nell'offrire un servizio a prezzi inferiori.
- Minor costo su lunghe distanze determinava profili di illiceità, alterazione del tariffario e scorrettezza concorrenziale.
- Arriva la sentenza storica: il tribunale di Milano dà ragione ai tassisti e blocca Uber su tutta Italia.

L'intervento dell'Antitrust: prospettive future

- **L'Antitrust ritiene necessaria l'introduzione di una nuova categoria di servizi di trasporto, servizi tecnologici per la mobilità e la deregolazione dei vincoli a carico degli operatori gravati da obblighi pubblici.**
- **Aggiornamento della legge 21/1992, dato il crescente sviluppo di tecnologie informatiche e l'inarrestabile diffusione di nuove forme di mobilità innovative e alternative rispetto al tradizionale servizio taxi.**
- **Nella realtà italiana, nonostante questa spinta al cambiamento, tutto è rimasto al nastro di partenza. Il Governo si troverà a dover dare una risposta considerando le nuove soluzioni di mobilità, fissando per i nuovi protagonisti il rispetto di regole, ma anche alleggerendo i vincoli che ingessano il servizio dei tassisti.**
- **La direzione su cui procedere è segnata da sistemi di flessibilità e sharing economy.**

APPuntamento con il futuro

Guida autonoma:

- Vetture dotate di radar e sensori, che raccolgono ed elaborano dati per offrire un servizio di trasporto sicuro ed affidabile.
- Obiettivo: ridurre gli incidenti.

Uber Elevate:

- Servizio di vetture volanti (in realtà, un drone) che non richiede alcuna pista, a decollo ed atterraggio verticale, mosso da propulsione elettrica.
- Obiettivo: sfuggire al traffico.

Accordo con Hyundai:

- Hyundai e Uber hanno ufficializzato il loro accordo, con il quale intendono sviluppare un servizio di taxi volanti a partire dal 2028, con lo scopo di decongestionare il traffico stradale.
- Uber si occuperà di predisporre il servizio di trasporto, mentre Hyundai realizzerà il velivolo, denominato S-A1.
- S-A1 sarà un veicolo elettrico in grado di trasportare fino a cinque persone, con autonomia di 20 minuti e sufficiente per gli spostamenti urbani.
- Prezzi per usufruire del servizio accessibili.

La svolta di Uber: si sposterà su due ruote

- Dopo l'auto volante, Uber intende realizzare biciclette e monopattini elettrici ed autonomi, in grado di resistere ad atti vandalici e raggiungere l'obiettivo zero emissioni.
- A causa del calo della domanda, in seguito alla diffusione del coronavirus, Uber – stringendo una partnership con Alphabet e Bain Capital – investe in Lime, start-up per lo sharing dei monopattini elettrici, delle biciclette e degli scooter.
- Lime acquista Jump, divisione Uber relativa alle bici elettriche.
- Sull'App. Uber sarà ora possibile trovare diverse alternative di trasporto: dalla tradizionale berlina ai monopattini elettrici.

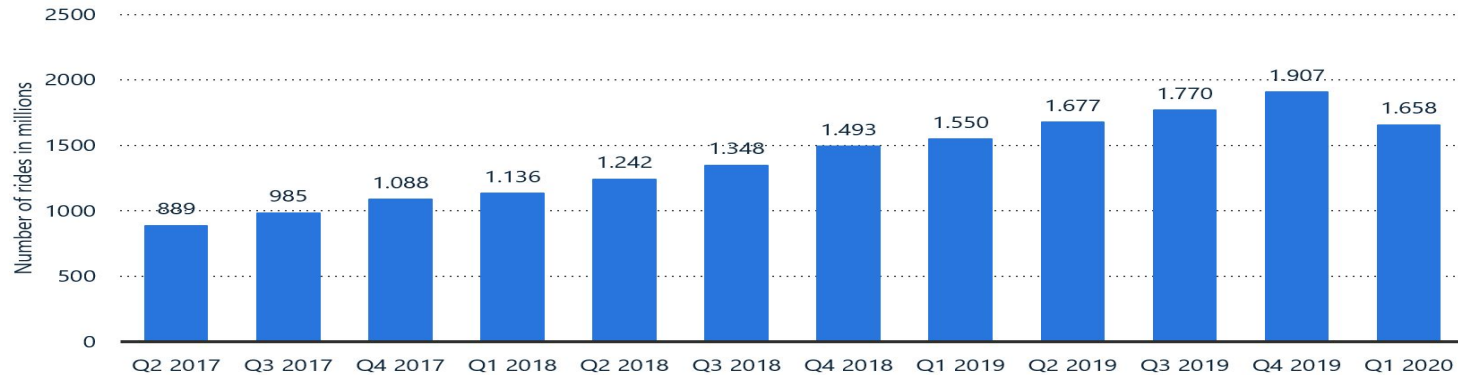


Impatto del Covid



Numero di viaggi Uber tra il Q2 2017 e il Q1 2020 (milioni, a livello globale)

Uber's number of rides worldwide by quarter 2017-2020



Source: Uber, Worldwide; Q2 2017 to Q1 2020

- Il lockdown ha ridotto notevolmente la domanda di corse condivise, che risultano essere uno dei principali luoghi di diffusione del virus;
- per far fronte alle perdite derivanti dal calo della domanda, ha licenziato 3700 dipendenti.
- Inoltre, si è impegnata a fornire aiuto economico ai suoi drivers e delivery partners che hanno riscontrato il virus.

Uber non si ferma: ricerca di soluzioni alternative



- Uber è cresciuta sul fronte delle consegne di cibo a domicilio grazie a UberEats.

- Ha promosso, a Roma, un'attività di supporto alla mobilità del personale ospedaliero: UberMEDICS.



Grazie per l'attenzione!

Ivan Ciccoella

Claudia Dell'Elce

Debora Di Pietrantonio

Miriam Giglio

Ilaria Colacelli

The Uber logo is displayed in white, bold, sans-serif font against a solid black rectangular background. The word "Uber" is centered horizontally and vertically within the black area.