Approfondimenti/News

Car sharing e nuovi trend per il workplace

Lo scorso anno, in Giappone alcune società di car sharing, analizzando i dati sulle abitudini di loro clienti, si sono rese conto che un numero significativo noleggiava le auto restando fermo nel posto in cui queste erano parcheggiate.
Alcune di queste società, 3 in particolare, hanno condotto un sondaggio tra i propri utenti per capire le ragioni per cui questi stavano fermi in auto. Sono emerse motivazioni riconducibili nella maggior parte dei casi al bisogno di un ambiente in cui poter trovare privacy, tranquillità e confort.
Un sondaggio di NTT Docomo Inc – un operatore telefonico che dal 2018 è presente anche nel mercato del car sharing –ha rilevato che su 400 clienti, uno su otto aveva noleggiato un'auto per motivi diversi dal trasporto, come riposare o dormire, per fare telefonate in privato con amici, familiari e clienti, per ricaricare i telefoni cellulari e altri ancora per guardare la TV, fare esercizi di canto o di lingua inglese. Ulteriori approfondimenti hanno rilevato come le auto venissero usate **come postazioni di lavoro**, mentre altri le utilizzavano per metterci dentro i propri effetti personali quando i depositi per bagagli che si trovano nei paraggi erano pieni, Altri ancora per mangiare un pasto pronto comprato al supermercato.

Il fatto che in Giappone ci siano persone che utilizzino le auto a noleggio per motivi diversi dalla guida è possibile certamente per la grande disponibilità di macchine a noleggio e soprattutto per il costo piuttosto economico del servizio, che permette per pochi yen di avere un luogo appartato

dove riposarsi dopo o durante la giornata di lavoro: generalmente infatti noleggiare un'auto costa circa 400 yen per 30 minuti (poco più di 3 euro), più che in Italia.
Per le società di sharing questo uso insolito delle auto è un problema, a causa delle mancate entrate: in alcuni casi infatti le tariffe per il noleggio di auto aumentano con il numero di chilometri effettuati. Inoltre, le auto ferme possono causare anche danni all'ambiente poiché molte delle persone che le utilizzano in questo modo tengono il motore acceso per far funzionare il condizionatore d'estate e il riscaldamento d'inverno.

Queste nuove abitudini esprimo nuove esigenze che non sono affatto estranee né distanti dal mondo del workplace e che occorrerà prendere in considerazione guardando all'evoluzione dei nuovi modelli organizzativi, degli spazi e degli arredi che li compongono.

I luoghi di lavoro non si trovano più esclusivamente all'interno degli office building ma questo non significa che siano necessariamente destrutturati o immateriali, occorre piuttosto osservare le nuove tendenze e le soluzioni self-made, per adeguare una pronta risposta.
Ci sono ambiti, come potrebbe essere questo, in cui l'offerta all'interno degli uffici occorre che tenga presente questi accenni di nuovi trend. Al momento questi sono casi ancora rari ma da non sottovalutare e nei quali molto probabilmente le aziende italiane, per creatività, agilità, dimensioni, gusto e genialità nelle soluzioni, si possono esprime meglio e primi di tanti altri, proposte adeguate.