



Foto by Multistrada.it

La moto ai tempi di WhatsApp

La rivoluzione informatica e l'avvento degli smartphone hanno influenzato moltissimo anche il nostro modo di gestire la mobilità o la passione per il mezzo a motore. Finora però poco è stato fatto per sfruttare queste opportunità in chiave di sicurezza stradale.

T

renta anni fa avevo un modem a 9.600 Kb, e un compagno di liceo che gestiva una BBS, una banca dati online, con un numero telefonico dedicato. Fu in quel periodo che iniziammo a parlare di world wide web. Capivamo che sarebbe stata una svolta epocale, ma non immaginavamo il terremoto che di lì a poco sarebbe arrivato.

Altro flash: poco tempo fa. Nel pub di un motociclista del gruppo, cena di compleanno di un amico, con molti invitati. Siamo una "banda" affiatata, nonostante una forte trasversalità sociale. Avvocati, medici, commercialisti, giornalisti (io), imprenditori; ma anche operai, meccanici, infermieri, ricambisti. Non mancano poliziotti e carabinieri.

Il festeggiato prende la parola: "vi ho conosciuto una manciata di anni fa. All'inizio mi facevate compagnia sul computer alla sera. Oggi siete i miei migliori amici. Grazie a voi ho ricominciato a uscire in moto, e anche se siamo sparsi per tutta Italia, è come stare sempre insieme, perché ci scriviamo continuamente nel gruppo di WhatsApp. Mi avete rivoluzionato la vita, e preso il posto dei vecchi amici".

Eccola la moto ai tempi di WhatsApp, dell'informatica applicata alle telecomunicazioni, dell'era degli smartphone. La possibilità di sceglierci gli amici a noi più affini, magari anche di suddividerli per specifici interessi, ha fatto sì che si sviluppassero forum dedicati non solo a chi ama la moto, ma anche a determinate marche o modelli.

Qualche volta tutto questo significa maggiore cultura. Di sicuro porta maggiore informazione. Perché il primo della mia cerchia di amici che scopre qualcosa d'interessante, sicuramente la rilancerà, contribuendo a renderne la diffusione capillare. Succede con le difettosità congenite delle nostre moto, succede con i costi medi dei tagliandi e la qualità dei servizi post-vendita; succede con altre informazioni inattese.

Tutto ruota intorno allo smartphone

La parola chiave è App: Application. Quando compriamo un nuovo telefono, dentro troviamo una serie di servizi essenziali.

Poi ci sono le App da scaricare. E qui, complice l'enorme successo planetario di questa tecnologia, le aziende hanno spinto sugli investimenti, creando un'offerta infinita.

Di qualunque cosa abbiate bisogno, se la cercate fra le App probabilmente la troverete. E non mancano i kit interfono o i supporti specifici per continuare a usare lo smartphone, anche mentre si guida la moto.

Si telefona, si sente la musica e ci si fa dare indicazioni stradali. Tutto qui? Tutt'altro. Chi gira in pista trova applicazioni che riconoscono i differenti autodromi e, sfruttando il GPS, registrano i tempi sul giro, le velocità e addirittura le traiettorie.

Più che la ricerca della velocità, però, l'idea che ha raccolto molti consensi è stata quella di riunire il navigatore stradale con l'idea di community.

Si chiama Waze, e i suoi utilizzatori condividono informazioni utili in tempo reale. Chi passa su una strada e trova traffico o situazioni di pericolo, mette una segnalazione. Chi programma un itinerario riceverà queste informazioni prima di partire, o anche durante il viaggio. Info che arrivano comunque, anche semplicemente tenendo il programma aperto mentre si guida. Ogni tanto si riceve un segnale d'allarme, magari per degli ostacoli imprevisti sulla strada, per una fila inaspettata, o per una postazione di controllo della velocità. E l'aver implementato la funzionalità di social network aiuta. Perché mentre guidi, sullo schermo oltre alla mappa vedi gli altri wazers intorno a te, e puoi scambiarti messaggi in tempo reale. Così come puoi correggere le segnalazioni sbagliate o i problemi risolti.

Un pozzo di risorse in tasca

In una puntata della trasmissione Report di poco tempo fa, incentrata sulla nuova economia indotta da queste tecnologie, si diceva che: *“se hai uno smartphone collegato alla rete e le applicazioni giuste, con un click trovi una vettura da guidare o per condividere un passaggio, trovi una casa o una postazione per lavorare dove ti pare e ti sposti per il mondo. È sempre più facile arrivare in una città e cenare a casa di qualcuno che nemmeno conosci senza andare al ristorante. Attraverso un'applicazione scegli la casa dove andare a cena, guardi i profili di chi organizza e degli ospiti che partecipano”*.

Tornando alla moto ai tempi di WhatsApp, un altro esempio eclatante del cambiamento è nelle opportunità offerte a chi fa turismo. Un'ora allo smartphone è sufficiente per individuare l'itinerario giusto su qualche sito specializzato, che ci consentirà anche di scaricarlo sul telefono. Quindi non c'è



Foto by Multistrada.it

che da salire in moto e partire, lasciandosi guidare dalla voce nel casco.

Non servono più le conoscenze dei luoghi, non servono più gli amici indigeni che fanno strada e dispensano consigli. Ci si muove come se si fosse dal posto, anche a migliaia di chilometri da casa. Basta uno smartphone e una connessione Internet (ormai economica anche all'estero).

Si trovano così hotel, B&B e ristoranti con decine di commenti di altri utenti che ci sono già passati. Descrizioni dettagliate e prenotazioni dell'ultim'ora. Basta fermarsi e chiedere a una delle tante App disponibili i posti per dormire localizzati nella zona dove siamo, inserendovi le caratteristiche per noi più importanti, a partire dal prezzo. E si trovano le offerte dell'ultimo minuto. Si scorrono le foto, e, se siamo convinti, con un click o una telefonata si prenota. Con tanti saluti alle prenotazioni anticipate e ai salti nel buio in hotel sconosciuti.

È un modo diverso di viaggiare e di muoversi, che sta mandando in crisi i tradizionali operatori del settore viaggi; ma che sta anche creando un'economia differente. Perché ci sono persone rimaste senza lavoro che hanno messo a disposizione una casa di campagna sistemata; e passando qualche ora a settimana su Internet, hanno inventato un business. Con in più la possibilità di caratterizzarsi. Ad esempio come “biker's friends”, ottenendo così pubblicità gratuita da tutti i siti e i gruppi di motociclisti.

Un altro risvolto interessante è legato all'apertura delle frontiere, e alla maggiore disponibilità di veicoli e parti. Una miniera d'oro per chi cerca una moto usata a basso prezzo o dei ricambi introvabili. Qualche anno fa, ad esempio, ho trovato in Olanda dei pezzi usati che cercavo da tempo per la mia moto. Con 500 euro ho risolto un danno che ne richiedeva 2000. Grazie a un amico che vive in Olanda e con il quale mi parlo quasi quotidianamente. E in questi giorni un amico francese mi ha segnalato di avere un telaio originale per

sostituire quello danneggiato della mia moto da pista.

Spirale virtuosa cercasi

Ora applichiamo tutto questo su larga scala, a un Paese e alle sue dinamiche. Come si può sfruttare l'enorme potenzialità del sistema sin qui descritto?

Ecco, stiamo entrando in un campo inesplorato. Perché se guardiamo alle campagne sulla sicurezza stradale, vediamo che finora sono state declinate con i mezzi classici: pubblicità sulla carta stampata, spot televisivi e affissioni. Peccato che mia figlia, ventenne, la TV non la guardi più. Preferisce i video di Youtube e le discussioni su Facebook con gli amici.

Dunque i giovani preferiscono Internet; un ambito nel quale la gestione delle informazioni che è stata lasciata prevalentemente ai privati. Nessuno ha creato un network che aggregi. Nessuno si è “mischiato” con la popolazione. Al limite si sono lanciati messaggi autoreferenziali, che proprio perché tali, non hanno “bucato”.

Eppure la rete consente di fare direct marketing. Consente di entrare direttamente in contatto con i destinatari finali di un messaggio. Consente di entrare in contatto con community già costituite. Consente di attivare canali bidirezionali dove far fluire informazioni e trarne feedback.

Sarebbe bello che gli operatori della sicurezza stradale studiassero per entrare direttamente a contatto con le community. Entrassero nei social network come appassionati, prima che come addetti ai lavori. E insieme ci sarebbero infinite possibilità di sviluppare eventi, incontri e dialoghi. Per avviare spirali virtuose che facessero informazione, sensibilizzazione, cultura; opinione.

Siamo ancora all'anno zero: qualcuno raccoglierà questa sfida? ■

***Presidente dell'Associazione senza fine di lucro GuidaSicuraMoto**