

Ha lasciato eBay per risolvere un problema delle mamme: oggi il suo Uber degli scuolabus vale 1,7 miliardi di dollari

2026-08-24 07:00:27 di Forbes.it

URL:<https://redazione.forbes.it/2026/08/24/ritu-narayan-zum-startup-scuolabus-1-7-miliardi/>

Tredici anni fa, **Ritu Narayan** era un'esperta di digitale a capo di una linea di business da un miliardo di dollari in **eBay**, quando si trovò ad affrontare un problema decisamente analogico: come accompagnare i figli, che all'epoca avevano 3 e 8 anni, all'asilo e a scuola senza perdere le riunioni di lavoro. La scuola privata non disponeva di uno scuolabus, il traffico della Bay Area è notoriamente terribile e le persone che assumeva part-time per aiutarla erano costose e poco affidabili. Il suo dilemma le ricordava la propria infanzia ai piedi dell'Himalaya. "Mia madre, che lavorava come educatrice in India, aveva lasciato il lavoro per lo stesso motivo", racconta Narayan. "E io ero lì, nella Silicon Valley, al centro dell'innovazione, a chiedermi: dovrò lasciare anch'io il mio lavoro, la mia carriera?". Narayan lasciò effettivamente eBay, ma non per diventare l'autista dei suoi figli. Insieme ai due fratelli, **Vivek e Abhishek Garg**, ha cofondato **Zum**, società di trasporto scolastico con sede a **Redwood City**, in California, che punta a utilizzare la tecnologia per migliorare ogni aspetto dell'esperienza sugli scuolabus. Zum prende in affitto i depositi, acquista autobus e piccoli van per studenti e li collega, attraverso tablet e Gps, a un'app che permette sia ai genitori sia agli insegnanti di seguire i veicoli lungo il percorso. Una sorta di Uber degli scuolabus.

Zum vale 1,7 miliardi di dollari

Lanciata nel 2015, **Zum** è diventata un unicorno del settore dei trasporti: ha raccolto 430 milioni di dollari di finanziamenti ed è **valutata 1,7 miliardi**. Nel **2025 i ricavi** hanno raggiunto **333 milioni di dollari**, in crescita del 35% rispetto al 2024, con 5.000 scuole in tutto il Paese che pagano per utilizzare il servizio. Questa crescita ha portato la ceo Narayan, 53 anni, nella classifica **Forbes 50 Over 50 2026**, la selezione annuale, realizzata in collaborazione con Mika Brzezinski e la sua iniziativa Know Your Value, dedicata alle donne che raggiungono i maggiori traguardi professionali dopo i 50 anni. Attualmente le scuole di 18 Stati utilizzano la tecnologia di Zum, anche se Narayan sostiene che sia solo "questione di tempo" prima di arrivare in tutti e 50. "Una volta che entriamo in un distretto, tutti quelli intorno ci vogliono. Quando abbiamo ottenuto il contratto di Kansas City, ci hanno voluto anche l'Omaha Public School District e St. Louis, in Missouri", afferma. "La voce si sparge molto velocemente".

Un mercato da quasi 40 miliardi di dollari

Questa crescita è soprattutto una testimonianza di quanto sia problematico l'attuale sistema degli scuolabus statunitensi. Gli Stati Uniti spendono quasi 40 miliardi di dollari all'anno per portare i ragazzi da casa a scuola e viceversa – una delle principali voci di spesa nell'istruzione K-12 – eppure la combinazione tra carenza di autisti e approcci al trasporto diversi da Stato a Stato fa sì che non tutti gli studenti utilizzino effettivamente uno scuolabus giallo per andare e tornare dalle scuole elementari, medie o superiori. Gli altri dipendono dai genitori, dai tutori o dai mezzi pubblici. "Non avevo idea di quanto fosse grande e complesso questo mercato. Parliamo di 26 milioni di ragazzi che vengono accompagnati da e verso la scuola e alle attività sportive extrascolastiche", afferma **Miriam Rivera**, cofondatrice e managing director di **Ulu**

Ventures, società di venture capital di Palo Alto, in California, che nel 2016 è stata tra i primi investitori di Zum. "L'altra cosa che mi ha sorpreso è che un concorrente di Zum, all'epoca, aveva raccolto più di 12 milioni di dollari ed effettuato 60.000 corse, mentre Zum aveva raccolto meno di un milione di dollari e ne aveva già effettuate circa 20.000".

Da Liftee a una piattaforma per interi distretti scolastici

In altre parole, Zum è una società combattiva, proprio come Narayan. Nei primi anni l'azienda si chiamava **Liftee** ed era essenzialmente un servizio di ride sharing per bambini, con livelli aggiuntivi di sicurezza e controlli sugli autisti. Per un breve periodo la stessa Narayan lavorò come autista di Liftee, un'esperienza che definisce "snervante". Il modello funzionava abbastanza bene tra le famiglie più benestanti della Bay Area – 30 scuole private avevano persino firmato dei contratti – ma alla fine non riusciva a crescere abbastanza velocemente. Quando la pandemia portò alla chiusura di tutte le scuole in presenza in California, si presentò l'occasione per ripensare l'attività. Narayan riorganizzò il modello di business di Zum, trasformandolo da servizio di ride sharing a piattaforma aziendale per interi distretti scolastici, capace sia di gestire fisicamente sia di monitorare digitalmente una flotta di scuolabus. Il risultato è un sistema più rapido ed efficiente rispetto al tradizionale modello degli scuolabus gialli. "Ci siamo resi conto molto rapidamente che non avere una propria infrastruttura sarebbe diventato un limite alla crescita. Inoltre, il settore è così vecchio che bisogna sostanzialmente trasformarne ogni singolo livello", spiega Narayan. "Non puoi intervenire soltanto su un livello e pensare di ottenere i risultati che ti aspetti".

L'intelligenza artificiale entra negli scuolabus

Zum svolge tutte le attività tipiche di un operatore di scuolabus: acquista e mantiene i mezzi, affitta gli spazi in cui parcheggiarli e assume gli autisti. Ma utilizza anche l'intelligenza artificiale per analizzare i percorsi esistenti e risparmiare tempo, chilometri e denaro. Dal lato degli operatori, il software ricorda quello utilizzato dai controllori del traffico aereo: una mappa con punti verdi, gialli o rossi in movimento, che indicano dove si trovano gli autobus e se sono sostanzialmente in orario (verde), in ritardo da cinque a dieci minuti (giallo) o di oltre dieci minuti (rosso). La versione dell'app destinata ai genitori assomiglia molto a Uber o DoorDash e permette di vedere lo scuolabus mentre si avvicina alla fermata. Sono scomparsi gli appunti cartacei utilizzati dagli autisti per tenere traccia degli studenti che salgono ogni giorno sul mezzo. E sono sparite anche le numerose telefonate e i messaggi tra scuole e genitori in caso di ritardi.

Meno autobus e 3,5 milioni di risparmi all'anno a San Francisco

In genere, i contratti di Zum hanno un costo iniziale superiore rispetto a quelli degli operatori tradizionali, ma la tecnologia può ridurre il numero di autobus necessari, generando nel tempo risparmi per il distretto scolastico. Narayan racconta che un'analisi di "flotta e percorsi" realizzata da Zum per il San Francisco Unified School District – nell'ambito di un contratto quinquennale da 150 milioni di dollari firmato nel 2021 – ha permesso di ridurre il numero di autobus da 236 a 193, con un risparmio di 3,5 milioni di dollari all'anno. "Ogni volta che [Sfusd] aveva una nuova necessità, aggiungeva semplicemente un altro autobus sulla strada. Noi siamo intervenuti e abbiamo ottimizzato il sistema", afferma.

Quando scuole e famiglie comunicavano ancora via fax

Kimberly Raney, executive director of transportation dell'Oakland Unified School District ed ex manager di FedEx, racconta alcune storie emblematiche di come funzionava il trasporto degli studenti prima dell'arrivo di Zum. Raney ha assunto l'incarico nel 2016 e, all'epoca, quasi tutto il suo lavoro passava attraverso telefoni e fax. Quando i genitori dovevano modificare il luogo in cui uno studente veniva prelevato, inviavano via fax il nuovo indirizzo al distretto, che a sua volta doveva trasmetterlo via fax al fornitore degli scuolabus. Quando gli autobus erano in ritardo – e, racconta Raney, capitava regolarmente che lo fossero di 30 minuti – serviva un vero e proprio telefono senza fili per far circolare l'informazione tra autisti, operatori, genitori e la stessa Raney. "Funzionava praticamente come negli anni Quaranta, Cinquanta e Sessanta", afferma. Almeno

fino a quando, nel 2024, l'Oakland Unified School District ha firmato con Zum un contratto quinquennale da 11,2 milioni di dollari all'anno. Da allora, i fax di Raney sono rimasti silenziosi.

Un business difficile da replicare

I contratti di lungo periodo di Zum sono uno degli elementi che hanno attirato investitori come Rivera: per una startup agli inizi, ricavi garantiti per un periodo compreso tra cinque e dieci anni sono difficili da ignorare. Bryan Schreier, partner di Sequoia, che ha guidato il round Series A di Zum nel 2017, sostiene che un altro importante punto di forza della società sia la difficoltà di replicarne il modello da parte di Uber, Lyft o persino OpenAI. "È una di quelle aziende uniche che sono davvero protette dalla disruption provocata dall'attuale ondata dell'AI o da altri fattori. L'AI è al centro di quello che fanno ed è ciò che permette loro di mettere in discussione gli operatori tradizionali", afferma. Quando cresceva in India, Narayan sognava di diventare la prima astronauta donna del Paese. Non ci è riuscita, ma è comunque riuscita a compiere un grande passo: forse non per l'umanità, ma certamente per i genitori alle prese ogni giorno con corse e orari impossibili.