

Delivery Driver: il tempo è la risorsa più preziosa

- **Uno studio commissionato da Webfleet rivela che il vantaggio più atteso dall'utilizzo di tecnologia è il risparmio di tempo**
- **Il 50% dei conducenti dipendenti intervistati ritiene che la dotazione tecnologica non sia adeguata allo svolgimento delle loro attività quotidiane**
- **In merito all'utilizzo di veicoli elettrici i conducenti individuano tra i vantaggi l'accesso alle ZTL e il risparmio di carburante e tra gli svantaggi: autonomia ridotta, tempi di ricarica e infrastruttura non capillare**

MILANO, 05 Aprile 2023 — Una nuova indagine, condotta in Italia, rivela che la maggiore necessità condivisa da driver di LCV destinati alle attività di consegne è l'ottimizzazione del tempo.

Lo studio, realizzato da Kaos Marketing per conto di Webfleet, la soluzione di Bridgestone per la gestione del parco veicoli, si proponeva di sondare l'adeguatezza e le aspettative relative alla strumentazione tecnologica disponibile per i driver durante la loro attività quotidiana, valutando nel contempo quali fossero le aspettative dei professionisti in merito all'utilizzo di veicoli full-electric per lo svolgimento del loro lavoro.

Il risparmio di carburante e quello di chilometri, che nell'immaginario collettivo dovrebbero sempre avere la precedenza, sono stati sorprendentemente scalzati da quella che risulta essere unanimemente la risorsa più preziosa e redditizia per i conducenti: il tempo.

La serie di interviste, svolte a Milano in ambiente urbano, ha coinvolto un campione di 200 professionisti del settore (110 driver dipendenti e 90 driver imprenditori). Le risposte ottenute fanno emergere un quadro generale che, oltre al risparmio del tempo quale maggiore priorità rileva altri aspetti meritevoli di attenzione.

In merito ai dispositivi in loro possesso il 50% dei conducenti dipendenti ritiene che la dotazione

tecnologica non sia adeguata allo svolgimento delle loro attività quotidiane. La percentuale di insoddisfazione si abbassa al 32% nel caso di conducenti imprenditori.

Le caratteristiche principali richieste alla tecnologia on board sono semplicità d'utilizzo e efficienza (rispettivamente 40% e 26% del campione) per i conducenti dipendenti. I conducenti imprenditori, anche se riconoscono l'importanza di dispositivi user friendly (27% del campione), individuano nella robustezza (30% del campione), intesa come durabilità, la caratteristica fondamentale.

Interessanti sono anche le risposte fornite alle domande poste su vantaggi e svantaggi dell'utilizzo di veicoli con motore elettrico per svolgere le attività di trasporto quotidiane. In questo caso gli intervistati hanno restituito dei risultati sostanzialmente rispecchianti le generali reticenze di un mercato – quello italiano – che non a caso rappresenta il fanalino di coda dell'elettrificazione del parco veicoli in Europa, con un attuale 0,3% complessivo di mezzi (tra full-electric e ibridi) in circolazione. Un dato che, va detto, comunque si confronta con una altrettanto scarna media dell'1,5% su base UE (dati ACEA).

Per quanto riguarda i pro del dotarsi di veicoli elettrici, il 52% dei conducenti dipendenti lo individua nella possibilità di accedere alle ZTL mentre i conducenti imprenditori nel risparmio di carburante (48%). In merito alla propensione all'acquisto di mezzi full-electric, le differenze tra i due sub-campioni si affievoliscono. Sia i driver dipendenti che imprenditori, infatti, condividono i dubbi su autonomia, tempi di ricarica e disponibilità di colonnine elettriche sul territorio.

I risultati di quest'indagine sono stati presentati in anteprima durante la tavola rotonda "Guidati dalla conoscenza: i protagonisti raccontano la mobilità commerciale del futuro", moderata da Giuseppe Guzzardi, Direttore Editoriale Vie&Trasporti e Flotte&Finanza, tenutasi il 29 marzo e alla quale hanno partecipato come relatori: Marco Federzoni, Sales Director Italia di Bridgestone Mobility Solutions, Patrizio Ricci, Presidente Nazionale CNA Fita e Vice Presidente del Comitato Centrale per l'Albo Nazionale degli Autotrasportatori, e Anna Zannino, CEO di Kaos Marketing.

"Questo studio ha fatto emergere un quadro interessante e fornito diversi spunti di riflessione. C'è molto da fare per un settore, come quello dell'ultimo miglio, caratterizzato da molte evoluzioni e oggetto di non poche insoddisfazioni da parte dei driver. Webfleet è in grado di contribuire al superamento di questa fase complessa, recitando un ruolo da protagonista" afferma Marco Federzoni, Sales Director Italia di Bridgestone Mobility Solutions. "La nostra tecnologia è

pervasiva e a supporto dei driver e delle aziende di trasporto per risparmiare tempo e incrementare la sicurezza diventando un grandissimo volano per la produttività.”

Per maggiori informazioni su Webfleet visitare il sito: webfleet.com

FINE

Contatti:

Agenzia Brand

press@agenziabrand.it

028435443

Informazioni su Webfleet

Webfleet è la soluzione di Bridgestone per la gestione del parco veicoli, riconosciuta a livello globale. Oltre 60.000 aziende in tutto il mondo la utilizzano per migliorare l'efficienza della flotta, supportare i conducenti, aumentare la sicurezza, rispettare i regolamenti vigenti e lavorare in modo più sostenibile. Da più di 20 anni Webfleet offre ai fleet manager una serie di informazioni basate sui dati che li aiutano a ottimizzare le proprie attività.

Webfleet sposa la mission di Bridgestone Mobility Solutions di condurre il mondo verso un futuro sostenibile con soluzioni per la mobilità basate sui dati e contribuisce alla realizzazione del Bridgestone E8 Commitment. Questo quadro di riferimento strategico globale e trasversale definisce chiaramente il valore che Bridgestone si propone di fornire alla società, ai clienti e alle generazioni future, partendo da otto aree di interesse: Energy, Ecology, Efficiency, Extention, Economy, Emotion, Ease ed Empowerment. E8 Commitment è la bussola che guida le priorità strategiche, il processo decisionale e le azioni di Bridgestone in ogni ambito di attività.

Maggiori informazioni su: webfleet.com Seguiteci su Twitter: [@WebfleetNews](https://twitter.com/WebfleetNews). Per maggiori informazioni su Bridgestone nella regione EMIA, si prega di visitare il sito www.bridgestone-emia.com e la [sezione stampa di Bridgestone](#)