

LINK: <https://www.sharedvision.eu/portale/intervista-con-eleonora-scilanga>



Interviste

Eleonora Scilanga



Il mondo dei trasporti è un universo indiscutibilmente variegato per funzioni (trasporto merci, persone), mezzi e modalità di messa in atto. E' possibile definire il trasporto come un'esigenza derivata poiché necessario allo svolgimento di una determinata attività, ma ciò non lo esime dal doversi confrontare ogni giorno con i temi cari all'intero panorama dei servizi: ambiente, sicurezza, mantenimento del business. A colloquio diretto con Eleonora Scilanga - Responsabile Marketing per il mercato italiano di TomTom Telematics. vediamo come una multinazionale si pone oggi rispetto a queste tematiche.

Eleonora, iniziamo subito da un tema molto gettonato di questi tempi: la sostenibilità e la green economy. Come si pone in questo contesto la Sua azienda?

Dati recenti hanno quantificato le proporzioni atmosferiche di CO2 in 400 parti per milione per la prima volta nella storia ed è previsto che aumentino in futuro. La risposta a questo dato preoccupante diventa quindi necessaria sia per il rispetto dei regolamenti internazionali, che si stanno facendo sempre più stringenti, sia per dare una risposta di valore ai clienti e agli investitori. Investire infatti nella sostenibilità dei propri servizi significa dare un segno che si intende guardare verso il futuro. Nel caso specifico dei veicoli, la vera differenza nella gestione dei gas inquinanti la fa il modo in cui i veicoli vengono utilizzati, più che la loro efficienza.



E' infatti necessario sapere quali sono le condizioni in cui operano i veicoli per garantire una gestione responsabile e TomTom si sta impegnando affinché questo approccio venga compreso e adottato dalle aziende utilizzatrici.

Per lo sviluppo di nuove prodotti e soluzioni TomTom svolge ricerche di mercato e studi di fattibilità oppure vi affidate ai trend del periodo ed al Mercato?

TomTom è la più grande azienda a livello mondiale di prodotti per la localizzazione, dunque affronta con la massima attenzione questi aspetti: non solo monitoriamo costantemente il mercato ed i suoi trend, ma cerchiamo di comprenderlo e di anticiparne le richieste attraverso studi, ricerche, interviste agli operatori del settore ed altre attività coerenti con gli obiettivi. Uno studio da noi effettuato ha rilevato che più dei tre quarti (79%) dei conducenti italiani di veicoli commerciali ammette di guidare con maggiore attenzione quando si trova al volante del suo mezzo personale: spetta al datore di lavoro incoraggiare standard di guida più elevati e ridurre al minimo le pressioni derivate dai tempi imposti che i conducenti si trovano ad affrontare. Il nostro target da questo punto di vista è di contrastare l'aumento dei costi, attuando una politica mirata ed efficiente, estesa a tutta l'azienda. I sistemi di gestione del parco veicoli permettono di valutare le prestazioni e di tenere traccia delle iniziative più efficaci, nell'interesse delle aziende nostre clienti.

Quanto appena detto ci offre un ottimo spunto per trattare un altro tema molto sentito: quello della sicurezza alla guida. Come è possibile migliorarla in un contesto aziendale?

Come ho già accennato prima, la maggioranza dei conducenti di veicoli aziendali ammette di non guidare con estrema prudenza, il più delle volte a causa delle pressioni sul lavoro. Applicando le giuste politiche precauzionali, volte a migliorare la

sicurezza stradale e ad incrementare le performance, si possono ottenere risultati incredibili: dalla riduzione dei costi del carburante e dei premi assicurativi, fino al miglioramento del morale del personale. Per prima cosa, un'azienda deve effettuare valutazioni del rischio per ciascun veicolo aziendale implementando tutte le misure necessarie per renderlo un luogo di lavoro sicuro. Poi si rivela essenziale l'acquisizione di dati relativi al comportamento dei conducenti, per comprendere quali siano i miglioramenti da apportare per ottimizzare le prestazioni di guida. Una tecnologia di gestione del parco veicoli può essere d'aiuto in questo senso, con sistemi avanzati in grado di segnalare direttamente i codici di guasto dal motore di un veicolo e monitorare in tempo reale le prestazioni alla guida. È inoltre essenziale accertarsi che i dipendenti siano adatti al lavoro da svolgere, mettendo in campo iniziative quali test della vista, visite mediche e controlli delle patenti di guida.

Ultimamente abbiamo assistito a grandi scissioni: HP, eBay, Simantech, solo per citarne alcuni, stanno dividendo le proprie attività. Come vede il Marketing di una multinazionale, questo segnale?

Secondo la mia opinione, molte grandi aziende dividono le proprie attività creando società diverse per essere maggiormente flessibili, per riconquistare posizioni di leadership e per affermarsi in business emergenti. Negli anni precedenti abbiamo assistito a molti casi di aggregazione e acquisizione volti alla conquista del mass-market. Adesso è indubbio che il panorama mondiale dell'industria stia cambiando velocemente e le attività che una volta venivano accorpate ora seguono percorsi strategici diversi per adeguarsi alle differenti logiche di mercato.

