

**TELEMATICA E TRASPORTI**

A cura di Eleonora Scilanga*

La sostenibilità al centro delle politiche aziendali

L'aumento degli obblighi normativi e delle aspettative dei clienti ha portato l'eco-sostenibilità in primo piano.

Con l'economia globale in continua evoluzione, le aziende si trovano in una condizione di incertezza rispetto al futuro. Tuttavia, una tendenza che sembra in costante aumento, è la crescente importanza attribuita al tema "green". Controlli legislativi più severi sull'impatto ambientale hanno fatto emergere prepotentemente la questione, ma è anche aumentata la consapevolezza che tali iniziative siano la chiave per rappresentare un realtà di valore, con strategie orientate al futuro. Nell'ultimo anno, le proporzioni atmosferiche di CO₂ sono state misurate in 400 parti per milione per la prima volta nella storia ed è previsto

che aumentino in futuro. La risposta delle aziende a questo preoccupante dato verrà valutata scrupolosamente, specialmente dai clienti, gli azionisti e i regolatori del settore, che richiedono sempre di più un impegno dimostrabile volto alla sostenibilità. Un approccio responsabile alle questioni ambientali rappresenta anche una convincente dimostrazione di impegno da sfruttare nella costruzione del brand. La comunicazione dell'etica e dei valori di una società, tramite attività di marketing e pubblicitarie, è una formula ormai collaudata, ma un impegno dimostrabile volto alla sostenibilità può risultare persino più efficace nel provare la credibilità di un marchio.

Inevitabilmente, i mezzi aziendali contribuiscono alle emissioni di anidride carbo-

nica di un'azienda e rappresentano, pertanto, un'area chiave su cui concentrarsi nella ricerca di strategie per migliorare le prestazioni ambientali. A tal fine, è necessaria una buona pianificazione, che può essere realizzata in modo tale da consentire alle aziende di ridurre notevolmente i costi relativi al carburante e alle imposte. L'equazione è semplice: una maggiore efficienza si traduce in consumi ridotti di carburante che, di conseguenza, corrispondono a costi e a livelli di emissioni ridotti. La modalità di utilizzo del parco veicoli rappresenta l'elemento flessibile, che può essere facilmente valutato tramite l'analisi dei dati appropriati. È essenziale sapere precisamente quali distanze percorrono i veicoli ogni giorno, come si spostano e quali attività svolgono.



La riduzione delle emissioni di CO₂ non deve dipendere dall'aggiornamento a mezzi con efficienza superiore in termini di consumo di carburante, ma dal modo in cui i veicoli vengono utilizzati. In questo modo, sarà possibile avere risultati immediati indipendentemente dalle dimensioni, la natura e la composizione di un parco veicoli.

Grazie e al prossimo numero!

* Marketing Manager Italia di TomTom Telematics (WEBFLEET)