



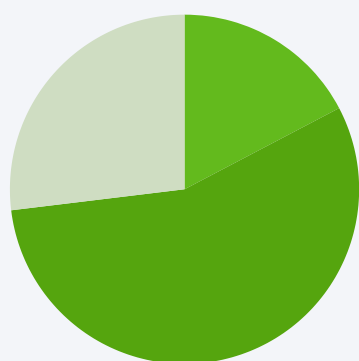
Risultati dell'indagine

GERMANIA

4 SU 5



L'80% degli intervistati ha oltre 10 anni di esperienza nel commercio al dettaglio di carburanti. La maggior parte gestisce più di 10 stazioni, prevalentemente in aree rurali.

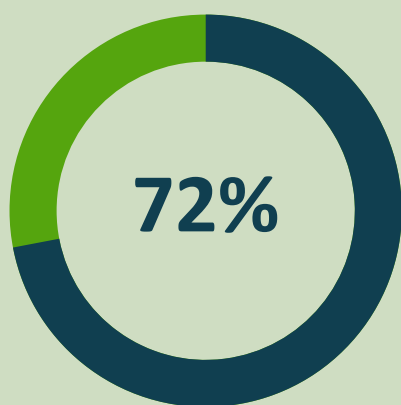


- Sì - 56%
- No - 16%
- Forse - 28%

PREVISTI IMPORTANTI CAMBIAMENTI

56%

Il 56% dei rivenditori di carburante tedeschi ritiene che il proprio modello di business dovrà affrontare cambiamenti significativi entro il prossimo decennio. Il 28% è incerto, sottolineando l'importanza di pianificare la transizione attraverso scenari alternativi.



72%

OSTACOLI ALL'ADOZIONE DELLE TECNOLOGIE

Il 72% degli intervistati in Germania prevede un impatto significativo delle normative sulla propria attività e indica il quadro normativo e le politiche come il principale ostacolo all'adozione di nuove tecnologie.

PRIORITÀ FORMATIVE E PROSPETTIVE

Tra i bisogni emersi, il 60% dei rivenditori intervistati indica la trasformazione digitale e il 52% i carburanti e le tecnologie alternative come principali priorità formative. Sono preferiti moduli flessibili, di mezza giornata, in modalità mista e basati su casi reali; il 96% si dichiara disponibile a partecipare al programma inFUElencer.



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).



Co-funded by
the European Union

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.
Project No.: 2025-1-DE02-KA220-VET-000351659