

Formazione

INTERVISTE

L'evoluzione della specie "automotive"

Da 25 anni ANFIA Service aiuta le aziende italiane della filiera dell'automobile ad avere le carte giuste per competere al meglio nel mercato nazionale e all'estero

Nicoletta Ferrini

L'istruzione, sosteneva l'attivista sudafricano Nelson Mandela, è l'arma più potente per cambiare il mondo. Di sicuro, è oggi la più importante per valorizzare se stessi ed elevare la propria competitività. Oggi più che mai, nel settore automotive dove tutto cambia velocemente, chi si ferma, non si aggiorna e non evolve è perduto.

"Da 25 anni la nostra missione è fare cultura all'interno della filiera dell'automobile e supportare le aziende italiane affinché possano competere ai più alti livelli sul mercato domestico così come all'estero", afferma Marco Mantoan, direttore consulenza e formazione di ANFIA Service. Dal 1996, la società di servizi di ANFIA (Associazione Nazionale Filiera Industria Automobilistica) offre contenuti incentrati su qualità, ambiente, sicurezza ed etica nel settore automobilistico. Nel primo quarto di secolo della sua storia, ANFIA Service ha ampliato la propria offerta di servizi in linea con le esigenze del mercato e coinvolto nelle proprie attività quasi 3.000 aziende e oltre 20.000 persone, guadagnandosi così il titolo di "salotto buono della cultura e della qualità nell'automotive".

Dal proprio punto di osservazione, ANFIA

Service ha visto il settore cambiare rapidamente e profondamente. "Da quando abbiamo mosso i primi passi, è passata un'era geologica, - ammette Mantoan. - Se inizialmente tanti cercavano il termine

"globalizzazione" nell'enciclopedia, ora è difficile immaginare una competizione che non sia globale. A questo si aggiunge poi la straordinaria evoluzione tecnologica che, in pochi anni, ha trasformato la mobilità". In tutto ciò, la formazione è

diventata sempre più rilevante. "All'inizio, solo poche grandi aziende la vedevano come una leva potenziale della crescita. Oggi, invece, anche le microimprese se ne interessano. Ci sono più obblighi normativi e anche diversi strumenti specifici di finanziamento".

Le richieste di formazione e consulenza spaziano in tante direzioni. "La domanda è in aumento non solo per quel che riguarda l'aggiornamento delle competenze tecniche, ma anche per le cosiddette "soft skill", - conferma Mantoan. - Team building, qualità, comunicazione e così via sono concetti consolidati nelle realtà medio-grandi, molto meno in quelle piccole". Per il prossimo futuro fatto di Industria 4.0, nuove motorizzazioni, interconnessione e così via serviranno poi nuove competenze. "Stiamo lavorando su percorsi specifici incentrati su 4.0, data analytics, cyber security e risk management, - descrive Marco Mantoan. - L'interesse per quest'ultimo tema in particolare è in aumento. Anche prima dell'emergenza Covid, i rischi della filiera lunga erano chiari: pensiamo all'impatto di eventi inaspettati come lo tsunami del 2004, la Primavera araba, gli attacchi terroristici e cibernetici".

Formazione su misura del settore

L'offerta di ANFIA Service si sta dunque modellando sulle evidenze, oltre che sulle nuove esigenze, puntando su temi che sono entrati prepotentemente nell'agenda delle priorità: "sicurezza e sostenibilità - cita Emanuela Pregniolato, economics and project manager presso ANFIA. - Rispetto al primo tema, finora la spinta arrivata dalle istituzioni sovranazionali ha impattato principalmente sulle aziende medio-grandi. Tuttavia, volendo costruire una filiera integrata, inevitabilmente gli effetti arriveranno anche sulle realtà più piccole che, volenti o nolenti, si dovranno adeguare a questo processo di responsabilità sociale. Per quel che riguarda la

sicurezza, invece, ci sono i programmi obbligatori, ma non sempre si rivelano efficaci al fine di costruire una cultura della prevenzione del rischio che pervada l'azienda dai vertici agli operativi". C'è poi il tema chiave dell'elettrico. "Ci stiamo muovendo con alcune associazioni per realizzare progetti specifici di sensibilizzazione, informazione ed educazione che coinvolgeranno non solo le aziende, ma prima ancora le scuole". Altre tematiche di crescente interesse sono quelle che hanno a che fare con le pratiche amministrative, fiscali, doganali. "Gli accordi commerciali internazionali cambiano continuamente - spiega Pregniolato -. Le aziende si rendono conto della necessità di essere preparate e aggiornate. Pensiamo a Brexit che ha portato con sé un aumento della complessità operativa, ma anche la necessità di ricostruire un'informazione completa nella filiera".

L'esperienza Covid19 ha quanto meno contribuito a stimolare una maggiore apertura al digitale. Tanto però resta ancora da fare. "Sicuramente negli anni le aziende italiane della filiera automotive hanno acquisito consapevolezza del

fatto che ci sono competenze fondamentali che vanno al di là della realizzazione e della vendita del prodotto, - sostiene Emanuela Pregniolato. - Evolvere e cambiare mentalità è necessario, ma difficile, soprattutto per le realtà più piccole a cui certe tematiche appaiono lontane dal core business. Come ANFIA Service, - conclude - possiamo, dobbiamo e vogliamo fare la nostra parte nel costruire una filiera dell'automotive digitale, sicura, sostenibile e sempre aggiornata sulle nuove direttrici di sviluppo del settore".



Emanuela Pregniolato,
economics and project
manager presso
ANFIA



Marco Mantoan,
direttore consulenza
e formazione
di ANFIA Service.