

IMPRESA & TERRITORI

PMI

La formazione aumenta i ricavi

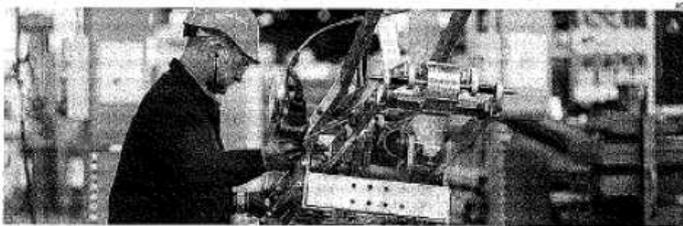
La formazione fa bene al business delle piccole e medie imprese. Lo dimostra l'associazione Assomec, che ha misurato la sua influenza concreta su esportazioni, fatturato e redditività delle aziende della meccanica. Proprio grazie alla formazione c'è chi ha anticipato la normativa europea e chi ha avuto gli strumenti adatti per aggiudicarsi i clienti maggiori del proprio settore. ▶ pagina 19

Innovazione. L'associazione Assomec (meccanica) misura l'accelerazione concreta su export, fatturato e redditività

Pmi, la formazione spinge i ricavi

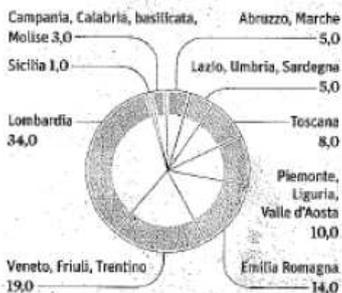
Opportunità di finanziamento accessibili anche per i piccoli imprenditori

Il bilancio dell'attività di Assomec per regioni e per comparti



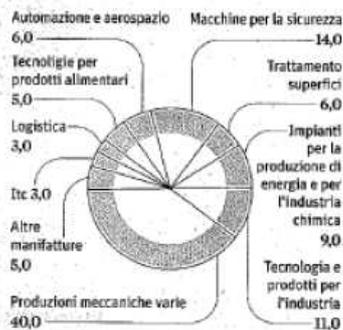
L'IDENTIKIT DEI CLIENTI

Ripartizione geografica delle imprese contattate da Assomec. Valori percentuali



I SETTORI SERVITI

Imprese clienti di Assomec. In percentuale



Asso.Mec.

Via Scarsellini, 13 - 20161 Milano | Corso Vercelli, 1 - 20144 Milano
Tel. +39 02.43513.210 - Fax +39 02.43513.167
info@assomec.eu - www.assomec.eu - codice fiscale 97568430157

Andrea Curiat

■ Più di 37 mila ore di formazione erogate a beneficio di 350 imprese, per un controvalore di 3,2 milioni di euro. E un'attività ancora più importante come "ponte" verso i finanziamenti pubblici disponibili per le Pmi che vogliono impegnarsi in innovazione, ricerca e sviluppo, e qualificazione professionale dei dipendenti. L'obiettivo di Assomec, l'aggregazione nazionale delle imprese manifatturiere meccaniche votate all'alta qualità, è proprio questo: dimostrare che i progetti di formazione non devono essere di esclusivo appannaggio delle grandi multinazionali, ma rappresentano una leva strategica di successo anche per le piccole e medie imprese che costituiscono il vero tessuto economico italiano.

Troppo spesso si sente parlare del valore della riqualificazione professionale in astratto. Ma secondo Barbara Pigoli, presidente di Assomec, i benefici della formazione possono essere misurati e quantificati guardando ai dati di bilancio delle imprese, ai risultati economici, all'andamento delle esportazioni e al numero di clienti guadagnati e fidelizzati. «Non ci interessano le considerazioni simboliche, di carattere filo-

sofico», afferma Barbara Pigoli, presidente di Assomec. «Lasciamo che a testimoniare l'importanza della formazione siano i risultati concreti conseguiti dalle aziende che aiutiamo».

Proprio per questo, l'associazione organizza ogni anno il premio «Dal dire al fare - Imprese di successo» a riconoscimento delle aziende virtuose che si distinguono per validità dei piani di formazione e coinvolgimento del personale. «Sono tutte piccole imprese con 10, 20, 100 dipendenti, realmente rappresentative del tessuto imprenditoriale nazionale. Realtà che, grazie all'attenzione alla formazione e all'innovazione, sono riuscite a ottenere un miglioramento effettivo del proprio business», aggiunge Pigoli.

Ma l'impegno di Assomec per diffondere le buone pratiche tra le Pmi italiane resta attivo nell'arco di tutto l'anno. Gli esperti dell'associazione sviluppano un rapporto personale con i piccoli imprenditori, fornendo loro informazioni preziose circa le opportunità di finanziamento disponibili al momento. Anche in tempi di crisi, infatti, gli incentivi pubblici (nazionali ed europei) non mancano: ci sono 1,450 milioni di euro l'anno messi a disposizione dai fondi patritetici intepro-

fessionali, 1,150 milioni di euro di finanziamenti ministeriali, senza contare le risorse provenienti dai programmi comunitari. «Quello che manca è una governance centrale, chiara e funzionale», afferma ancora il presidente Assomec.

La crisi, poi, ha cambiato le carte in tavola: le imprese, oggi, hanno bisogno di accedere rapidamente agli incentivi, individuando subito quelli più adatti alle rispettive esigenze. Ed è qui che interviene il servizio di consulenza di Assomec: «Il sistema a pioggia è dispersivo - commenta Pigoli - ottenere informazioni sui programmi disponibili richiede troppo tempo e spesso c'è grande confusione. Il nostro obiettivo è aiutare le imprese a capire subito quali siano le risorse a disposizione e i canali per attingervi nel modo più efficiente possibile».

Un ulteriore problema per la diffusione della R&S in Italia sta nel fatto che difficilmente le Pmi hanno accesso alle strutture di ricerca universitarie: «Il problema è strutturale: una piccola impresa non ha le risorse, il tempo e le conoscenze per stringere partnership con i politecnici e questa è un'altra attività fondamentale di Assomec», conclude Pigoli.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Asso.Mec.

Il caso/2. Metallurgica Valchiese

Training continuo per attrarre clienti

Metallurgica Valchiese è una piccola impresa della provincia di Brescia attiva nel settore di parti di usura per macchine per il movimento della terra. Nata nel 1968, ha cambiato proprietà nel 1997 e si è riorganizzata nel 2011. Oggi la società

«Vendendo commodities - commenta il direttore generale Pier Luigi Rosini - non potevamo contare su una differenziazione di prodotto per crescere sul mercato. Allora abbiamo investito senza riserve nella formazione del personale, attivando un training continuo per ottimizzare tutti i processi interni, dal marketing al primo contatto col cliente sino ad arrivare all'evasione degli ordini. Ma abbiamo curato anche le competenze linguistiche e l'etica relazionale per il benessere sul posto di lavoro, con l'assistenza di uno psicologo specializzato». La formazione viene effettuata sia tramite corsi esterni, per i quali la società ha investito più di 70mila euro nel 2012, sia tramite sessioni interne, dedicandovi almeno quattro giornate al mese. «Nel 2012 raddoppiamo il fatturato sul 2011 e supereremo i 6 milioni, con una quota di export dal 40% al 65-70% dei ricavi totali», conclude Rosini.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

6 milioni

L'aumento del giro d'affari
È il fatturato 2012, in crescita dai 3,2 milioni del 2011

ha un assetto peculiare: su uno staff di 12 persone, 8 hanno meno di 25 anni. L'azienda ha ambizioni internazionali: i suoi prodotti sono esportati in 35 Paesi e tra i clienti vi sono grandi aziende come New Holland, Bobcat e Komatsu. Il merito è anche del programma di formazione intensiva portato avanti dalla società:

Il caso/1. Gaser

La nanotecnologia diventa sostenibile

Il gruppo Gaser nasce da una scelta coraggiosa: la fusione, nel 2009, tra tre aziende attive da più di 60 anni nel settore del trattamento dei metalli. Negli ultimi anni il pool di società ha scelto di proseguire lungo la strada dell'innovazione con un pro-

«Nel nostro settore, molte aziende danno per scontato che alcuni limiti meccanici non possano essere superati. Noi siamo convinti che non sia così e ogni anno investiamo il 4% del nostro fatturato in attività di ricerca e sviluppo con un approccio completamente nuovo», commenta Enrico Galliani, direttore commerciale del gruppo Gaser.

Il principale percorso di formazione attivato dall'azienda riguarda la realizzazione di trattamenti ecosostenibili delle superfici dei metalli, anche in vista delle normative più stringenti della Ue in termini di rilascio di nichel e piombo. Gaser ha così sviluppato il primo trattamento nanotecnologico in Europa per le superfici dei metalli ad ottenere una certificazione di compatibilità alimentare. Anche il fatturato ne ha beneficiato: «Abbiamo chiuso il 2011 con 8,5 milioni di euro e stimiamo una crescita del 5% nel 2012», conclude Galliani.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

+5%

Ricavi in aumento
La crescita dei ricavi nel 2012 rispetto agli 8,5 milioni del 2011

getto di formazione ad hoc, portato avanti di concerto con il Politecnico di Milano e l'associazione Aifm grazie ai finanziamenti provenienti da Fondimpresa. L'obiettivo: sviluppare le competenze necessarie per realizzare prodotti a minor impatto ambientale e nuove soluzioni nanotecnologiche.



**asso
mec**

Asso.Mec.

Costruiamo il presente
per il successo durevole dell'Industria italiana

testata: **IL SOLE 24 ORE**
data: **10 dicembre 2012**
pag. **19**

4/4

Il caso/3. Officine Aiolfi

Competenze da new business

Chi semina raccoglie: il lavoro di formazione e qualificazione professionale portato avanti da Officine Aiolfi determinerà un aumento del fatturato del 50% nel 2013. Un risultato significativo considerando che

+50%

Il balzo del fatturato
È l'incremento del giro d'affari previsto nel 2013

L'azienda, attiva da 40 anni nella provincia di Cremona, è specializzata nella produzione di componenti per automobili. Il titolare e Dg della società Claudio Aiolfi descrive così il processo che ha permesso questi risultati: «Siamo fornitori della divisione diesel della Bosch. Questo grande gruppo ci ha permesso

di usufruire dei suoi corsi e dei suoi strumenti di formazione: un'opportunità che abbiamo colto al volo. Inoltre abbiamo ottenuto un finanziamento di circa 10mila euro grazie ai fondi di formazione cui abbiamo avuto accesso tramite Assomec». L'impegno in formazione ha permesso a Officine Aiolfi di ottenere nel 2004 la certificazione Iso 9000 e più recentemente la Iso/TS 16949, uno standard di qualità tecnico per il settore automotive. «Abbiamo utilizzato la nuova expertise per acquisire clienti importanti nel comparto delle auto. Così siamo diventati fornitori tecnologici di Bmw, del gruppo Psa e di Fiat per i componenti di ricambio delle auto elettriche», aggiunge Aiolfi. E se il 2013 sarà l'anno del boom, anche il 2012 ha visto il fatturato dell'azienda crescere a doppia cifra, con un +15% con ricavi per 4,2 milioni di euro.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Asso.Mec.

Via Scarsellini, 13 - 20161 Milano | Corso Vercelli, 1 - 20144 Milano
Tel. +39 02.43513.210 - Fax +39 02.43513.167
info@assomec.eu - www.assomec.eu - codice fiscale 97568430157