



Officine senza tecnici, AsConAuto punta sui giovani



AsConAuto ed ENAIP rafforzano il ponte scuola-impresa per formare tecnici e nuove figure del post-vendita automotive. La carenza di tecnici qualificati sta diventando uno dei nodi più sensibili dell'aftermarket automotive italiano. Non riguarda solo le officine, ma l'intera filiera del post-vendita: concessionarie, carrozzerie, magazzini ricambi, service, flotte e società di mobilità. In questo contesto si inserisce il lavoro avviato da AsConAuto con ENAIP NET, una collaborazione che punta a ridurre la distanza tra formazione professionale e impresa, provando a rendere più strutturato l'ingresso dei giovani in un settore che cambia più rapidamente della sua capacità di attrarre nuovi addetti.

Il tema è emerso con chiarezza all'incontro promosso da ENAIP Lombardia a Milano, dedicato alle nuove professioni dell'automotive. L'appuntamento non ha avuto soltanto un valore orientativo. Ha messo attorno allo stesso tavolo scuole, concessionari, operatori del noleggio e imprese della distribuzione, fotografando un problema industriale sempre meno rinviabile: senza un ricambio generazionale adeguato, il post-vendita rischia di trovarsi con competenze insufficienti proprio nel momento in cui l'auto richiede più preparazione tecnica.

La trasformazione del settore è evidente. Elettrificazione, diagnostica digitale, sistemi Adas, software di bordo e nuove procedure di manutenzione stanno modificando il mestiere dell'autoriparatore. L'immagine tradizionale dell'officina meccanica non basta più a descrivere ambienti in cui servono strumentazioni complesse, metodo, sicurezza, capacità relazionali e aggiornamento continuo. È qui che la formazione professionale diventa una leva economica, non solo sociale: consente alle imprese di programmare competenze, ridurre il mismatch tra domanda e offerta di lavoro e presidiare attività ad alto valore nel ciclo di vita dell'auto.



AsConAuto, associazione che riunisce i concessionari italiani e sostiene la distribuzione dei Ricambi Originali, ha scelto di lavorare con ENAIP NET su più piani: cultura del post-vendita, didattica, orientamento, placement e progetti congiunti tra scuola e azienda. La logica è quella di anticipare i fabbisogni anziché subirli. Per le imprese significa intercettare candidati già inseriti in percorsi coerenti con le esigenze del settore; per gli studenti vuol dire conoscere prima il lavoro reale, non attraverso una rappresentazione generica ma dentro contesti produttivi organizzati.

La questione demografica pesa. Secondo le stime richiamate dagli operatori del comparto, nei prossimi dieci anni il numero degli autoriparatori attivi in Italia potrebbe ridursi fino al 50% per effetto dell'uscita dal mercato di molti titolari e addetti prossimi alla pensione. Il dato diventa ancora più critico se si considera che solo una parte delle imprese ha già individuato un erede o una figura interna in grado di assicurare continuità. Per molte officine indipendenti, ma anche per le reti più strutturate, il tema non è più soltanto assumere personale: è costruire competenze prima che diventino introvabili.

Nel suo intervento, Giovanni Rigoldi, presidente di MIRO, consorzio AsConAuto di Milano, ha richiamato un punto centrale: la responsabilità degli imprenditori nel rendere il settore più leggibile e attrattivo per i giovani. Il passaggio più significativo riguarda il cambio di percezione. Le officine moderne, soprattutto quelle integrate nelle reti di concessionarie o nelle strutture service più evolute, sono luoghi tecnici, ordinati, regolati da procedure e tecnologie. Ma questa evoluzione deve essere comunicata meglio, perché l'automotive continua spesso a scontare un'immagine datata, poco allineata alla realtà industriale.

Il problema non è solo tecnico. Le competenze richieste oggi includono relazione con il cliente, capacità di lavorare in team, gestione dei processi e comprensione dei tempi economici dell'assistenza. Una riparazione o una manutenzione non si esauriscono nell'intervento sul veicolo: coinvolgono accettazione, ricambi, diagnosi, preventivo, consegna, amministrazione e customer care. Per questo Rigoldi ha ricordato che nelle concessionarie e nelle imprese di riparazione più strutturate esistono opportunità anche in vendita, service, marketing e amministrazione. L'ingresso nel comparto non coincide più con un solo mestiere, ma con una filiera di professionalità.

La collaborazione tra AsConAuto ed ENAIP si traduce anche in iniziative operative: supporto ai laboratori didattici, sessioni formative presso le concessionarie, aggiornamento per i docenti tecnici e percorsi di stage, tirocinio e apprendistato. Quest'ultimo, in particolare, resta uno degli strumenti più rilevanti per collegare aula e impresa, soprattutto quando è finalizzato al conseguimento di una qualifica o di un diploma professionale in alternanza scuola-lavoro, secondo quanto previsto dall'articolo 43 del D.Lgs. 81/2015.

All'incontro di Milano hanno preso parte anche Mattia Vanini, vicepresidente di Gruppo Autotorino, Simone Mucciante, amministratore delegato di A21 Holding, e Valerio Di Legge, Service & Operations Director di Ayvens Italia. La presenza di operatori con profili diversi conferma che la domanda di competenze non arriva da un solo segmento. Il bisogno attraversa concessionarie, reti di assistenza, società di mobilità e aziende che gestiscono flotte, tutte alle prese con veicoli più complessi, processi più digitali e clienti più esigenti.

Il punto industriale è chiaro: senza un canale stabile tra scuole professionali e imprese, il rischio è che la transizione tecnologica dell'auto proceda più velocemente della disponibilità di personale capace di gestirla. La partita della formazione, quindi, non riguarda soltanto l'occupazione giovanile.



Riguarda la tenuta competitiva del post-vendita, la qualità del servizio e la capacità della filiera italiana di non perdere valore in una fase in cui l'assistenza diventa sempre più centrale nel rapporto tra costruttori, concessionari e clienti.