

# **Non decolla l'auto elettrica: "Se non ci sono svolte ci guadagnano solo i cinesi"**

Inserto "Faber" de La Provincia di venerdì 26 luglio 2024,  
intervista a Luigi Pescosolido dell'azienda associata  
Rapitech.

# Non decolla l'auto elettrica

## «Se non ci sono svolte, ci guadagnano solo i cinesi»

**L'intervista.** Luigi Pescosolido è amministratore della Rapitech di Lecco  
«L'Europa ha spinto troppo, la sfida è riuscire a innovare sulle batterie»

MARIA G. DELLA VECCHIA

«Il 75% della produzione di Rapitech è destinata al settore dell'automotive e la transizione all'elettrico - spiega Luigi Pescosolido, amministratore della società - non incide più di tanto sulle nostre produzioni, dal momento che non ci occupiamo della parte motore».

Rapitech ha 15 dipendenti ed è una fornitrice storica dell'automotive con la produzione e la vendita di componenti in metallo che tengono unite le plastiche delle vetture, prodotti che continuano ad essere utilizzati anche per le auto elettriche, «salvo verificare gli effetti sul mercato nel lungo periodo», sottolinea Pescosolido.

### Il mercato

«Il mercato dell'auto è in flessione, ma tutto sommato sta tenendo e il settore oggi è in crisi sui programmi futuri cioè è dovuto al fatto che la gente non sa cosa comprare. Credo - aggiunge Pescosolido - che la Commissione europea si sia resa conto di aver spinto troppo con l'imposizione dell'elettrico a tutti i costi, è evidente che continuando su questa strada con le politiche attuali finiremo col legarci alla Cina data la sua produzione di batterie e la disponibilità di terre rare».

«L'uscita sta nel trovare una vera competitività finanziando la ricerca per la messa a



Luigi Pescosolido

punto di nuovi materiali e nuovi sistemi per produrre batterie: «Sappiamo che oggi a fare le batterie sono solo i cinesi, quindi serve una ricerca finanziata in modo pesante a livello europeo per cercare un'autonomia produttiva. Fare le auto elettriche dando tutto in mano ai cinesi non è una buona idea. Certo, a loro applichiamo i dazi sulle vendite in Europa, ma non mi pare li stiano frenando più di



«L'impressione è di una bolla che ha iniziato a sgonfiarsi»

tanto visto che i cinesi stanno già facendo entrare in Italia le loro auto. E attenzione a comprendere correttamente cosa significano i sentirci dire che i cinesi vengono a produrre, quindi a investire, anche in Italia: se i pezzi delle auto sono costruiti in Cina e noi siamo solo montatori cioè, anche in termini di crescita occupazionale, ci cambia ben poco».

Le ricadute dell'incertezza che c'è intorno all'auto elettrica arrivano anche nel quotidiano di tante pmi, inclusa Rapitech che, ad esempio, fornisce direttamente anche Stellantis per lo stabilimento di Melfi «dove per la produzione lavorano un paio di settimane - afferma Pescosolido - e si fermano per le successive due in quanto l'azienda in sostanza raccoglie gli ordini e poi fa partire le linee di produzione. Il risultato è che al cliente l'auto arriva col raddoppio dei tempi di attesa e per noi la fornitura si dimezza».

Sul tema dell'elettrico l'imprenditore dice di avere «l'impressione che la bolla si stia un



«Pesano le incertezze della politica in questa materia»

po' sgonfiando, incluso il fatto la fabbrica di batterie che sembrava si dovesse costruire a Termini Imerese non si farà, così come si è fermata Tesla con la costruzione della fabbrica in Germania. Credo che ora tutto si sia fermato sul tema dei costi per l'auto elettrica, oggi non accessibili da una famiglia media. Per non dire delle incertezze della politica sull'argomento.

Per quanto riguarda il mercato dell'elettrico nella nostra provincia - aggiunge Pescosolido - al limite l'auto elettrica potrebbe essere un'utilitaria in testa come seconda auto, utile per le tratte brevi in città e dintorni ma inadeguata sulle lunghe distanze data l'insicurezza creata dalle difficoltà di ricarica elettrica, fra centraline che mancano e tempi lunghi per ricaricare».

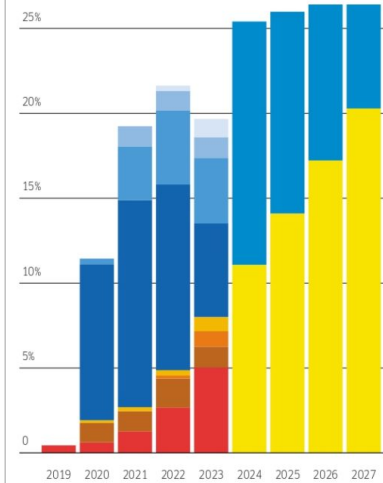
### Gi ostacoli

Complicazioni in più che fanno il paio con quello che per molte aziende è uno dei problemi principali che condiziona l'operatività quotidiana: «I nostri clienti non vogliono più fare magazzino, fanno ordini con quantità irrisorie. In sostanza, siamo noi a fare magazzino per loro per essere pronti con le forniture. Fanno anche ordini a programma, ma con la riserva di confermarli volta per volta e ciò perché tutte le aziende, inclusi i nostri clienti, vivono alla giornata».

## Il mercato dell'auto elettrica

Quota del segmento BEV: i modelli cinesi Vs. resto del mondo

● MG ● Polestar ● BYD ● Altro (Cina) ● Tesla ● Dacia  
● BMW ● Altri produttori internazionali  
● Previsioni per tutti i brand cinesi  
● Previsioni per il resto del mondo



Fonte: Transport & Environment (T&E), EEA, Dataforce

### La scheda

#### Tre anni fa l'ingresso nel Gruppo Msa

Nel 2021 la società leccese Rapitech è stata acquisita dal Gruppo Msa (Mollificio Sant'Amrogio), realtà di Cisano Bergamasco che con 700 dipendenti è specializzata nella produzione a progetto e a catalogo di componentistica metallica e in plastica. Una scelta, spiega Luigi Pescosolido, amministratore di Rapitech «realizzata con totale salvaguardia del mantenimento dei nostri 15 dipendenti e che abbiamo voluto fare a causa della nostra mancanza di passaggio generazionale». Rapitech è così entrata in un Gruppo multina-

zionale attivo su prodotti e settori simili a quelli in cui da sempre opera Rapitech ma su mercati complementari, per quanto diversi. «A differenza di noi Msa con le forniture va in modo diretto dal cliente e opera con una serie di certificazioni, tutti elementi che tornano a vantaggio anche della produzione di Rapitech. La cessione - conclude Pescosolido - è stata essenzialmente un'operazione per garantire continuità all'azienda portandola in un Gruppo industriale con cui si sono create nuove sinergie». MDEL

### L'AUTO SPA IL PROGETTO ACADEMY

## Percorsi personalizzati E un tutor per ogni ragazzo

Il panorama del mercato del lavoro è in continua evoluzione, caratterizzato da una crescente domanda di competenze tecniche specializzate. In questo contesto, diventa cruciale creare un ponte efficace tra il mondo della formazione e quello delle aziende. Un esempio virtuoso è il progetto Academy di L'Auto Spa. Un'iniziativa che punta a formare nuovi talenti all'interno della realtà aziendale.

L'Auto Spa, con oltre 140 dipendenti nelle diverse sedi Audi e Volkswagen, ha avviato il percorso a stretto contatto con gli istituti superiori del

territorio con l'obiettivo di formare giovani tecnici altamente qualificati. Secondo Valentina Pedalà, nel board dell'azienda «è un'opportunità per i giovani quella di ottenere una formazione tecnica specializzata e di partecipare a uno stage che, se valutato positivamente, potrebbe evolversi in un'offerta di lavoro». «Questo metodo - aggiunge - consente di preparare risorse in linea con le esigenze professionali e i valori aziendali di L'Auto Spa».

La formazione è la parola chiave del progetto Academy, che prevede un periodo di tre mesi, da marzo a giugno, durante il quale gli studenti partecipano alle atti-

vità aziendali nel pomeriggio, continuando al contempo il loro percorso scolastico in aula. Il progetto non è uno stage tradizionale: ogni studente è seguito da un tutor dedicato che si impegna a garantire un percorso di apprendimento accuratamente studiato, mirato e personalizzato, assicurando che le specifiche esigenze formative di ciascun partecipante siano pienamente soddisfatte.

Nel primo anno, l'Academy ha formato tre tecnici, due dei quali per l'officina e uno per l'area carrozzeria, mentre il secondo anno ha visto la formazione di un tecnico di officina, uno di carrozzeria e un responsabile clienti Ser-

vice. I numeri testimoniano il successo dell'iniziativa: un partecipante del primo anno entrerà in organico da settembre, mentre un altro inizierà un apprendistato biennale, combinando lavoro e scuola.

Il successo del progetto ha spinto L'Auto Spa a considerare l'espansione del programma. L'azienda prevede di includere nel progetto non solo i reparti di officina e carrozzeria, come fatto fino a ora, ma anche settori come la vendita, il back office e l'amministrazione. Questa visione amplia le opportunità per i giovani, offrendo loro un ventaglio più ampio di percorsi professionali. «Il Progetto Academy dimostra come la collaborazione tra scuole e aziende possa creare un modello vincente per la formazione di nuovi risorse tecniche», conclude Valentina Pedalà - In un mercato del lavoro in rapida trasformazione, iniziative come questa sono fondamentali per preparare i giovani alle sfide future e per offrire loro opportunità concrete, contribuendo al contempo a contrastare il fenomeno della fuga di manodopera».

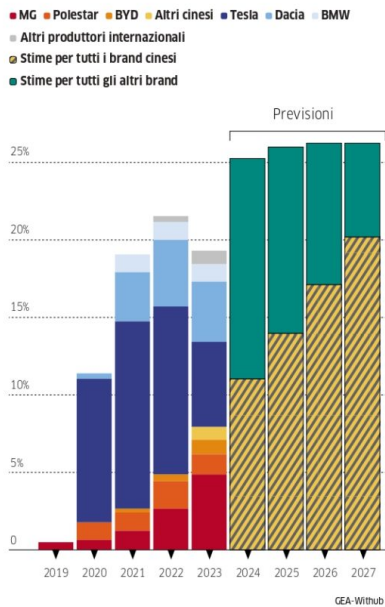


I vertici aziendali e alcuni dei ragazzi del Progetto Academy

meno della fuga di manodopera». L'Auto Spa rappresenta perfettamente la visione di un'azienda che non solo riconosce l'importanza del capitale umano, ma agisce concretamente per valorizzarlo. In un'epoca in cui le competenze digitali e l'innovazione sono fondamentali, le

aziende che investono nei giovani e nelle loro capacità si preparano a fronteggiare le sfide future con successo. La formazione continua e mirata non solo fidelizza i dipendenti, ma crea anche un ambiente di lavoro stimolante e propositivo, favorendo l'intera comunità aziendale.

Quota di mercato dei BEV (veicoli elettrici)



Rapitech tiene la direzione ferma sulle strategie di sempre, a partire dalla diversificazione dei clienti, ora sparsi per il mondo. Una scelta precisa fatta fin dall'inizio, spiega Pescosolido nello spiegare una scelta «che lascia più liberi e attutisce i rischi di mercato».

L'azienda è inserita nella filiera di settore e vende attraverso intermediari in tutta Europa, ma anche in Messico e Brasile, oggi con la ricerca di un'ulteriore diversificazione sul settore di clientela. Ad aiutare la parte delle vendite contribuisce anche l'investimento nel portale internet utile sia a migliorare la visibilità aziendale, utilizzando operatori commerciali specializzati per contattare in modo efficace le aziende. Così come una leva importante sta nella circolazione di una buona reputazione aziendale tale per cui le grandi aziende clienti alla ricerca di fornitori di qualità ottengono più rapidamente le informazioni che cercano.

«Data la nostra quota elevata di vendite all'automotive - conclude Pescosolido - cerchiamo di inserire nuove tipologie di clienti. Fra questi ci sono anche i produttori di elettrodomestici che utilizzano i nostri componenti, sebbene anche quel settore in questo periodo non stiano andando benissimo, ma non smettiamo di cercare nuove strade».

Il corso di specializzazione tecnica superiore intende formare figure professioniste che siano in grado di intervenire, con mansioni di tecnici specializzati nel contesto di pro-

# Meccanici e carrozzieri Così si formano i giovani

**L'offerta formativa.** I corsi professionali organizzati dall'Enaip di Lecco «In un motore elettrico meno componenti, ma più sistemi elettronici»

**LECCO**  
**MARTA COLOMBO**  
La transizione elettrica come opportunità occupazionale. È in questa direzione che va anche Enaip Lecco che ha tra i suoi corsi anche quelli dedicati al settore dell'automotive, tra cui Meccanica e Carrozzeria. Anche l'ente di formazione lechese, infatti, si sta preparando ai cambiamenti del settore, ponendosi tanto il tema dell'innovazione tecnologica quanto quello dell'innovazione didattica.

A comunicarlo è il direttore di Enaip Lecco, Monticello Brianza e Morbegno, Andrea Donegà: «Le competenze e la didattica, in Enaip, sono sempre state al passo con l'innovazione tecnologica che riguarda i diversi settori - spiega - All'approccio con la motorizzazione elettrica arriviamo non per caso, ma perché siamo riusciti ad accompagnare i ragazzi in un percorso all'interno della transizione tecnologica che riguarda l'automotive e che sarà sempre più un'ibridazione di competenze digitali, meccaniche, elettriche, elettroniche. Ci stiamo portando dunque verso la meccatronica - osserva - che è poi il motivo per cui ricorriamo a un approccio multidisciplinare e abbiamo anche lanciato l'Ifts (Istruzione e formazione tecnica superiore) Automotive».

Il corso di specializzazione tecnica superiore intende formare figure professioniste che siano in grado di intervenire, con mansioni di tecnici specializzati nel contesto di pro-

cessi manutentivi di veicoli a motore. Particolare attenzione viene riservata alla dimensione di assistenza tecnologica relativa ai sistemi IOT interfacciati al veicolo.

«Con il corso, svolto in apprendistato alternando l'attività lavorativa a ore di formazione in aula e azienda, facciamo apprezzare i ragazzi al mondo dell'auto che sta cambiando, gli facciamo acquisire competenze anche legate a dei patentini, come quello PAS-PEV-PEI (per operare in sicurezza sui veicoli elettrici e ibridi di ultima generazione); FGAS (utilizzo dei gas per la climatizzazione), Assistenza alla guida ADAS e Pass Thru (nuovi sistemi per la diagnosi dei veicoli)», evidenzia Donegà. «Così, i ragazzi possono lavorare in sicurezza sulle auto ibride e sulle auto elettriche. La presenza di docenti qualificati e di tecnici di imprese del settore, che ringraziamo molto, oltre ad aver portato qualità alle lezioni, è stata poi il riconoscimento del valore della formazione che Enaip garantisce quotidianamente, in questo senso, e ci consente di vivere l'aggiornamento tecnologico in diretta, giorno per giorno, sulla base delle esigenze delle imprese».

Il mondo dell'auto cambia non solo dal punto di vista della motorizzazione, ma anche dal punto di vista della sicurezza e della sostenibilità, con un occhio di riguardo al ruolo dell'idrogeno. «Tutti temi fondamentali, per noi di Enaip - spiega il direttore - Un motore



Le sede lechese di Enaip

elettrico ha molta meno componentistica di un motore tradizionale, c'è molta più elettronica; cambia dunque l'approccio che i professionisti devono avere, nella riparazione. Diventa fondamentale la diagnostica, in questo senso. Per questo, ad esempio, abbiamo collaborato con aziende come Motor D.A.T.A., TEXA Spa, Autocogliati, Wurth, Innovazione Srl, Consorzio DOC Ricambi del Gruppo Asconauto».

Fondamentali anche le nuove tecnologie: «Abbiamo approcciato alla realtà virtuale e alla realtà aumentata, all'intelligenza artificiale con la possibilità di creare delle offi-

cine in cui consentire agli studenti di fare una specie di addestramento rispetto a tutti questi cambiamenti che si inseriscono nella transizione elettrica - spiega Donegà - Cerchiamo di stare in contatto con le aziende, che sono le avanguardie di questi cambiamenti e che ci sostengono, consentendoci di immaginare un futuro anche di contenuti formativi e competenze diversi, il tutto mantenendo i piedi ben radicati nel territorio, ma con lo sguardo rivolto alle novità che studiamo e conosciamo proprio grazie al legame con le attività che ci circondano».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## AUTOTORINO IL MERCATO

# «Regole imposte dall'alto E la transizione va a rilento»

È in corso un 2024 che, grazie alla fiducia dei clienti e del grande lavoro dei nostri collaboratori, sostiene il nostro trend di crescita». Lo afferma Plinio Vanini, presidente del Gruppo Autotorino per le quali la vendita di nuovi veicoli registra nel primo semestre un +11% sui primi sei mesi del 2023, al netto delle nuove filiali di Roma e Milano, operative nella rete solo da quest'anno. Anche il dato dell'usato è in crescita, +32%, grazie soprattutto al lancio di BeBeep, il nuovo brand dell'usato di Autotorino. «Un risultato - aggiunge l'imprenditore - frutto

di un'importante campagna di comunicazione, ma anche di un grande lavoro evolutivo in termini di servizi e processi dedicati». Nell'analisi sul tema del momento che domina nel settore, Vanini osserva che con riferimento al primo semestre, nella Ue le immatricolazioni di vetture elettriche perdono mezzo punto percentuale, portandosi sotto al 14% nel mix delle alimentazioni, mentre in Italia il dato rimane invariato al 39%. «Numeri - sottolinea Vanini - in cui leggo i limiti di questo processo di transizione imposto «burocraticamente». Nel mercato, specie in quello di beni di valore come l'auto, difficilmente le imposizioni funzionano, poiché è il consumatore a stabi-

lire i trend ed i loro tempi. In altre parole, dovrebbe prevalere un approccio di neutralità tecnologica, abbandonando le «casache» ideologiche: istituzioni, industria, distribuzione automotive e settore energetico dovrebbero avviare tavoli di confronto permanenti per tracciare, dati alla mano, un percorso con obiettivi concreti. Nei dati di Autotorino i clienti interessati ad informazioni o preventivi su vetture elettriche nei 71 showroom sono cresciuti di un punto e mezzo (dal 4,3% al 5,9%) sempre nel confronto su base annua fra primo semestre 2024 e primo semestre 2023. «Nelle sedi lariane di Como, Luisago e Tavernerio - aggiunge Vanini

- leggiamo una maggior attenzione al tema, complice la presenza di marchi specializzati o che molto hanno puntato sull'elettrico come Mercedes-Benz, Smart, Bmw, Mini, Byd e Hyundai, ed anche di Jeep con il lancio del suo primo modello Bev, Avenger». L'incidenza dei clienti interessati ad informazioni su modelli full-electric nel primo semestre 2024 è stata dell'11,02% sul totale, quasi raddoppiata rispetto ad un anno fa. Le quattro sedi delle province di Sondrio e Lecco rientrano in un trend più allineato alla media del gruppo, attestandosi al 5,5%, con una crescita di quasi un punto rispetto allo scorso anno.

Dunque l'interesse verso l'elettrico «c'è e cresce, ma al momento di convertirsi in acquisto non riesce a compiere il salto al di fuori di un percentuale di nicchia: vuoi per una rete di ricarica non adeguata per estensione e garanzia di adeguato approvvigionamento, vuoi per la preferenza di una tecnologia-ponte come quella ibrida plug-in, o per l'attesa dell'occasione rappresentata dagli incentivi (chesino ad oggi non hanno brilla-



Una sede di Autotorino

to per incisività, efficacia e gestione). Probabilmente - sottolinea Vanini - non solo l'Italia, ma l'intera Europa, sarà in ritardo all'obiettivo del 2035, attualmente al centro di diverse riflessioni da più parti». Circa gli incentivi, conclude Vanini, «non ritengo corretto che un mercato per funzionare debba contare su aiuti di Stato. Per que-

sto, personalmente ed in linea con quanto sostenuto da Federato, sostengo che si debba passare ad un approccio basato su incentivi ad una revisione della fiscalità legata all'auto: regole certe a carattere strutturale in merito alla deducibilità di costi e detraibilità Iva, possibilmente allineate con quanto avviene nei Paesi europei». M. Del.