

Il settore delle autoattrezzature costituisce da sempre un caposaldo della manifattura italiana. Si tratta di un'eccellenza industriale che esporta in tutto il mondo, concorrendo a fare del nostro Paese la seconda potenza manifatturiera europea e a confermare il Made in Italy come sinonimo di qualità e innovazione. Anche alla prossima edizione di Autopromotec, che si svolge a Bologna dal 22 al 26 maggio, questo comparto continuerà a fare la parte del leone, con circa 500 aziende che presenteranno le loro novità e le loro tecnologie. Con **Mauro Severi, presidente di AICA - Associazione Nazionale Costruttori Autoattrezzature** - facciamo il punto della situazione sul settore e sugli scenari che ci attendono.

Presidente Severi, in un momento di forte innovazione tecnologica, le autoattrezzature continuano a rappresentare una produzione di punta dell'industria italiana e del settore automotive?

"Senza alcun dubbio. Da tempo le nostre aziende sono impegnate nel profondo rinnovamento tecnologico che sta cambiando l'identità dell'aftermarket. Una missione che possiamo definire globale considerando che numerose imprese associate esportano oltre l'80% della loro produzione. Dunque, non solo contribuiamo in maniera significativa alla bilancia commerciale italiana, ma rappresentiamo anche un vero e proprio benchmark per la nostra capacità di adattare tempestivamente le nuove tecnologie e le soluzioni digitali alle nostre attrezzature e ai nostri servizi".

Dal suo punto di osservazione, quali sono le principali dinamiche che stanno attraversando il settore automotive?

"Essere di casa nel mercato mondiale è un esercizio difficile che non s'improvvisa. Significa vivere in prima persona tutti i contraccolpi prodotti dalle dinamiche tecnologiche, geopolitiche, tariffarie e finanziarie. Tutto ciò diventa ancora più importante per chi, come noi, opera all'interno della filiera automotive, vale a dire il settore che più di qualsiasi altro sta uscendo letteralmente trasformato dalla rivoluzione digitale e dalla sfida della mobilità sostenibile. Credo di poter affermare che le nostre aziende stanno vivendo una triplice rivoluzione digitale: la prima è quella che ha investito le nostre fabbriche, la seconda è quella che riguarda i nostri prodotti, la terza, infine, è quella riferita agli attori della filiera automotive, costruttori e aftermarket in primis, con i quali dobbiamo ormai essere 'connessi'".

Che impatto avranno le trasformazioni nel settore della mobilità? La guida autonoma sarà davvero così dirompente?

"Il fatto che la fiera dell'elettronica di consumo che si tiene ogni anno a Las Vegas, il CES, stia diventando un grande appuntamento per i costruttori d'auto di tutto il mondo ci aiuta a comprendere il grande rimescolamento di carte che stiamo vivendo. In ogni caso, credo di

poter affermare che la diffusione di massa di un'innovazione radicale come la guida autonoma è destinata a evolversi in modo considerevole”.

Cosa pensa dell'accelerazione registrata dall'ibrido e dall'elettrico?

“Fonti autorevoli stimano che a livello mondiale i veicoli elettrici rappresenteranno il 17% delle vendite di auto entro il 2030 (erano l'1% nel 2017). Una performance che arriverà a ridurre fino al 10% il commercio di componentistica tradizionale per essere sostituita da parti sempre più sofisticate”.

Rivoluzione digitale, guida autonoma, mobilità elettrica. E per quanto riguarda il comparto della diagnostica? Quali sono le prospettive?

“In questo campo – nel quale AICA esprime competenze di primo piano – la società di ricerca MarketsandMarkets prevede da qui al 2025 una crescita di fatturato, a livello globale, del 41%. Una crescita che rappresenta una vera e propria sfida/opportunità tanto per le imprese, quanto per gli operatori e per AICA”.

Quali le opportunità da cogliere per affrontare questi grandi cambiamenti?

“Un'opportunità che non dobbiamo lasciarci sfuggire è sicuramente la riqualificazione di tutti i mestieri legati all'aftermarket. Le nuove generazioni di vetture sono un mondo a sé stante in confronto a quelle di ieri. Oggi servono meccatronici dotati di nuove competenze legate in buona parte al digitale. Tutto ciò concorre a delineare nuovi mestieri che rappresentano per i giovani delle importanti e concrete opportunità di lavoro e crescita”.

Di fronte a così tanti elementi di novità AICA ritiene di dover aggiornare la propria mission?

“Non potrebbe essere diverso. Da tempo presidiamo attivamente il tema degli standard, della connettività, dell'accesso a software e a piattaforme proprietarie. Allo stesso tempo AICA ha avviato un percorso di internazionalizzazione che ha già portato alla costituzione di una fitta rete di relazioni. Negli ultimi anni, poi, abbiamo contribuito a far sì che la rivoluzione digitale diventasse la vera protagonista di Autopromotec. Infine, voglio segnalare il maggior impegno di AICA nei confronti delle iniziative di lobbying rivolte ai decisori pubblici. Un'attività sempre più importante perché si va determinando una forbice tra le aziende che guidano le trasformazioni della mobilità e chi è chiamato a decidere le cornici normative, le politiche industriali e quelle riferite agli investimenti infrastrutturali e alla ricerca scientifica”.