

MANAGER CON LA MARCIA IN PIÙ

Che cosa fa la differenza in azienda: il caso di Program Autonoleggio Fiorentino

DI ALBERTO GEROSA

Il manager dimezzato. Viene in mente Italo Calvino, a osservare le statistiche che riguardano la presenza di dirigenti all'interno delle aziende italiane. In Toscana, il rapporto è per l'appunto quello di 0,5 manager ogni 100 dipendenti. Quando si parla di medie aritmetiche va però sempre ricordato il celebre pollo di Trilussa: infatti proprio in Toscana ha sede e opera un'azienda con un dirigente su ogni 30 dipendenti, più o meno in linea con la media europea dove il rapporto è di 3-5 a 100. Si tratta di Program Autonoleggio Fiorentino, riuscita a tener testa a competitor multinazionali nel settore del noleggio a lungo termine di auto e veicoli commerciali grazie a skill tipicamente manageriali. Per esempio la capacità di attrarre talenti: «Abbiamo allevato una serie di persone junior che poi sono diventate all'interno dell'azienda capi di primo livello o responsabili di settore», ha testimoniato Andrea Bordini, direttore operations di Program, «ma abbiamo anche assunto del-



Patrizia Bacci ed Enrico Pedretti

le persone che avevano già delle competenze». Oppure l'efficienza organizzativa, che sempre più spesso procede di pari passo con la digitalizzazione: «Prima di lavorare qui ho avuto esperienze nei campi dell'elettronica e dell'automotive», ha dettagliato Bordini, dipendente di Program da 16 anni, «la prima cosa che abbiamo cercato di fare è stata allora di dotare l'azienda di procedure e caratteristiche tali da controllare non soltanto la generazione della domanda ma anche la gestione dei contratti. Perché nel nostro mercato quello che conta davvero, ora come allora, è il livello del servizio che viene erogato». Non è casuale che proprio in un'impresa di autonoleggio si sia registrata una così alta densità di dirigenti: il settore attraversa un periodo sfidante, tra le incertezze sui sistemi di alimentazione del futuro – elettrico, ibrido, plug in? –, sul mantenimento o meno da parte del Governo della normativa sui fringe benefit e mille altre incertezze del mercato, ora più che mai sono necessari profili dirigenziali, scelta operata lentamente, ma gradualmente da sempre più aziende italiane, come confermato dai numeri presentati da Manageritalia. «Bisogna capire che si può supervisionare, gestire, tirare le fila avendo delle persone in grado di seguire delle aree precise», ha confermato Patrizia Bacci, amministratore unico di Program; «ci vogliamo coraggio e fiducia perché tutti noi vorremmo fare da soli, ma si tratta sicuramente di un passaggio che può dare dei risultati». Affermazione cor-

roborata dai dati raccolti da Manageritalia all'interno di un centinaio di pmi toscane dotate di almeno un dirigente e che parlano di fatturati in aumento l'anno scorso nel 56% dei casi, con previsioni di chiusure in positivo anche per il 2025, sebbene qui la percentuale cali al 47,2% degli intervistati. Molto significativo anche il dato sulle marginalità, in crescita nel 2024 secondo il 34% del campione, con un ragguardevole 41% che vede rosa per l'anno corrente. «Abbiamo anche domandato su quali fattori si stia puntando per competere», ha chiosato Enrico Pedretti, direttore marketing di Manageritalia, «il 36% degli interpellati ha citato la riconsiderazione dell'organizzazione aziendale e dei processi, il 32% l'ottimizzazione delle operations e l'automazione, il 31% l'espansione a nuovi mercati e il 29% la gestione delle risorse umane. Tutte cose che hanno a che fare con un approccio di tipo manageriale». Ad aggiornare costantemente i dirigenti provvedono le attività di formazione, che Manageritalia mette in atto in Toscana come nelle altre regioni attraverso il suo Centro di formazione, forte di una community di oltre 30mila dirigenti e 10mila aziende associate. «La formazione è per noi una pietra miliare», ha sottolineato Marco Zuffanelli, presidente di Manageritalia Toscana, «contribuisce a definire il ruolo dei dirigenti, figure specifiche che guidano le aziende anche in virtù del loro essere sempre aggiornati sulle novità del mercato e degli ecosistemi che girano attorno all'impresa». (riproduzione riservata)

