

SISTEMA DI MONITORAGGIO VALUTATIVO

AT : BASILICATA

Azienda : ANTEZZA TIPOGRAFI S.R.L.

Ambito tematico strategico: Innovazione tecnologica di processo e di prodotto

Titolo : Stampa su impianti offset

Codice identificativo del piano: 252944

A cura di : Marcello Faggella

Rapporto realizzato nel mese di Novembre 2021

INDICE

- 1. Introduzione**
- 2. Strategie aziendali e ruolo della formazione continua**
- 3. Il Piano formativo**
- 4. L'impatto della formazione**
- 5. Conclusioni**

1.Introduzione

Erede di un'identità che ha contraddistinto Matera fin dagli inizi del '900, Antezza Tipografi raccoglie in sé tutti i valori delle realtà imprenditoriali storiche della città di Matera: la dedizione al lavoro e al cliente, la passione e la cura per ogni dettaglio, l'energia e la tenacia di dimostrare l'utilità di un mestiere antico.

Da sempre attenta alla formazione aziendale e ad ogni progresso tecnologico nel settore della stampa, Antezza Tipografi ha incrementato l'efficacia e l'efficienza dei suoi processi aziendali puntando moltissimo sull'innovazione ed evoluzione degli standard che regolano i suoi servizi al cliente e sulla digitalizzazione dei processi.

2. Strategie aziendali e ruolo della formazione continua

2.1 Breve profilo dell'azienda e del settore

Alla fine degli anni ottanta, i fratelli Enzo, Eustachio e Dario, dopo una prolungata esperienza nel settore tipografico, decidono di avviare la propria attività. Il loro intento è offrire un servizio innovativo e inedito ai propri clienti. Le tecnologie all'avanguardia di cui si dotano, segnano un cambio di passo immediato rispetto alle altre realtà presenti sul territorio. L'attenzione alla qualità e all'innovazione diventa una costante della mission aziendale di Antezza Tipografi. Ieri come oggi.

Ma ancora non basta. C'è un bisogno inespresso e altamente potenziale che i fratelli Antezza individuano nel loro business: ricevere non solo servizi di tipografia, ma un'offerta completa di consulenza, gestione della logistica e cura delle relazioni con la

clientela.

Se dopo più di 25 anni Antezza Tipografi è una solida realtà, lo deve alla capacità di anticipare sempre le richieste e i bisogni del mercato. Con il pieno sostegno del padre Cosimo Damiano, i fratelli Antezza si insediano a La Martella, un'area immersa nel verde e particolarmente adatta ad ospitare gli enormi locali della tipografia. La scelta di questo luogo non è casuale. La Martella rappresenta per Matera il simbolo della città nuova, l'emblema dell'equilibrio tra vivere e lavorare. A metà del secolo scorso, in seguito all'intervento per il risanamento dei Sassi, una parte degli abitanti degli antichi rioni si trasferì in questo nuovo borgo. Adriano Olivetti contribuì, insieme a urbanisti, filosofi e intellettuali, a trasformare quella che diventerà la Capitale Europea della Cultura per il 2019, in una nuova fucina di idee. Sono gli anni '50. Matera inizia a sperimentare un nuovo concetto di città-laboratorio, a partire proprio dall'area de La Martella. Per lo spirito che ha sempre contraddistinto la famiglia Antezza, la tipografia non poteva che sorgere lì.

Purtroppo, il settore sta vivendo in questi ultimi anni momenti di forte trasformazione del mercato e dei processi produttivi. Secondo i dati della Federazione Carta e Grafica i consuntivi 2020 confermano il pesante impatto della crisi sanitaria sui settori appartenenti alla Federazione (Industria delle macchine per la grafica e la cartotecnica, Industria cartaria e Industria grafica e cartotecnica trasformatrice). Nella sintesi dell'anno entrambe le componenti della domanda (interna ed estera) sono arretrate del 12,2% rispetto ai valori già in compressione del 2019. Della caduta della domanda interna hanno risentito sia le vendite sul mercato nazionale (-1,5 mld €; -9,8%) che le importazioni (-1,1mld €; -18,1%). Il saldo positivo della bilancia

commerciale dei prodotti dei tre settori è sceso del 2% a 3,5 mld €.

Della forte compressione della domanda ha risentito il fatturato complessivo che si è collocato in prossimità di 21,9 mld €, con una perdita di oltre 2,6 mld € rispetto al valore già in riduzione del 2019. Tale risultato è stato soprattutto conseguenza dei crolli registrati nel periodo primaverile (-18,8%) e in quello estivo (-11,8%), dopo il più contenuto 7,3% del primo trimestre; più contenuto il calo evidenziato dall'ultimo trimestre (-4,5%), ma, occorre ricordare, sui valori già in riduzione di fine 2019 (-4,3% sul 2018). I preconsuntivi del primo trimestre 2021, peraltro ancora condizionato dai provvedimenti finalizzati a contenere i contagi Covid-19, evidenziano un modesto recupero del fatturato complessivo (+0,9% sui valori già in sensibile riduzione del primo trimestre 2020), da vedere in larga parte connesso con la pur parziale ripresa della domanda interna (+2,4% sui valori in forte calo dello stesso periodo 2020) di cui sembra si siano avvantaggiati i prodotti nazionali, a scapito di quelli esteri. Le prime indicazioni sul secondo trimestre 2021 vedono valutazioni ottimistiche piuttosto diffuse rispetto all'analogo periodo 2020 caratterizzato dal primo lockdown, pur con diverse intensità, a seconda dei settori: meglio il settore cartotecnico-trasformatore, si conferma la ripresa dei settori della carta (soprattutto comparto imballaggio) e delle macchine per grafica e cartotecnica, riparte anche il comparto grafico. Permangono comunque i timori circa gli impatti economici della pandemia e si accentuano le preoccupazioni connesse con i livelli record delle quotazioni delle materie prime delle cartiere (cellulose e carta da riciclare) e dei costi energetici, anche in relazione alle quotazioni record raggiunte dalla CO2.

2.2 Orientamenti strategici e processi di innovazione

Innovazione non significa soltanto utilizzare tecnologie e sistemi di lavorazione all'avanguardia ma anche sviluppare procedure adeguate e investire costantemente nella formazione del personale. Tutte le fasi di lavoro di Antezza Tipografi sono digitalizzate, collegate quindi con tutti i reparti e interamente tracciabili. Dall'acquisto dei materiali alla scelta dei fornitori, dalla fase di pre stampa fino alla consegna del prodotto, tutte le fasi di produzione fanno parte di un unico sistema di qualità. Digitalizzazione significa anche saper utilizzare i vantaggi che offre il web, come la costruzione di una customer experience: attraverso parametri quantitativi e qualitativi l'azienda punta ad assistere e collaborare con il cliente, dal primo contatto al servizio post vendita. Il know-how acquisito in questi anni consente inoltre un'efficiente gestione della logistica, con possibilità di offrire ai clienti un servizio di storage temporaneo o duraturo per piccoli e grandi progetti di stampa. L'innovazione di Antezza Tipografi è anche costante investimento nel lavoro e nella creatività dei giovani. Esiste la convinzione che il coraggio e la determinazione dei giovani talenti, affiancato all'esperienza, porti l'azienda ad acquisire sempre maggiori competenze e a spostare più in là gli orizzonti.

2.3 Obiettivi aziendali e ruolo della formazione

In relazione alle esigenze espresse dal management aziendale il piano formativo "QUALITA' NELLA STAMPA OFFSET" è stato volto a perseguire diversi obiettivi: da un lato cercare di anticipare le innovazioni della stampa offset e dall'altro quello di sviluppare nuovi prodotti da offrire ad una clientela sempre più esigente ed evoluta.

Il termine offset indica il procedimento di stampa litografica con il quale l'immagine viene trasportata dalla matrice su un cilindro di gomma e da questo impressa sulla carta che permette una grande velocità, precisione e qualità nella produzione degli stampati commerciali. Questo procedimento permette di realizzare stampati di altissima qualità con un'eccezionale definizione dei colori, con velocità elevate. Viene utilizzata principalmente per la creazione di opuscoli, riviste, libri ed altre lavorazioni con una tiratura medio o alta (dalle 1.000 copie in su).

I principali vantaggi di questa tecnica è che più aumentano le copie più il costo unitario si abbassa, permettendo così di risultare competitivi nel mercato ed inoltre l'utilizzo di un foglio di formato "grande" rende possibile accorpare diversi prodotti abbattendo così i prezzi di stampa.

La formazione erogata ha cercato di aggiornare le competenze del personale individuato al fine di minimizzare il più possibile i costi di questa tecnologia cercando di sfruttarne al pieno i vantaggi.

Nonostante la stampa digitale sia arrivata in tempi recenti, il suo miglioramento è ad una fase di maturazione mentre la stampa offset ha seguito un percorso più lineare ma con una continua contaminazione da parte delle tecnologie digitali che ha permesso di rimanere al passo con i tempi e con ottimi risultati.

2.4 La formazione nel periodo di emergenza sanitaria da Covid-19 e per il prossimo futuro

Durante il periodo dell'emergenza sanitaria non sono state svolte attività di formazione ma la definizione di nuovi fabbisogni è sempre stata in costante sviluppo.

2.5 Considerazioni riepilogative

Antezza Tipografi rappresenta un'eccellenza nel panorama produttivo di Matera rappresentando un punto di riferimento per una clientela diversificata per ciò che riguarda la stampa offset, roto-offset e digitale. Seppur fortemente radicata nel territorio, è attenta a cogliere le opportunità del mercato globale. Il management da sempre pone particolare attenzione al ruolo strategico della formazione continua e all'innovazione e definisce continuamente nuovi obiettivi al fine di mantenere la sua posizione di mercato in un settore così competitivo dove creatività e ricerca di nuovi prodotti rappresentano le uniche leve strategiche.

Così come nelle precedenti esperienze formative il fabbisogno aziendale è stato ben delineato usando la formazione continua a corredo di un percorso di investimento aziendale.

3. Il Piano formativo

3.1 L'analisi del fabbisogno, metodologie e risultati

L'analisi del fabbisogno è stata realizzata attraverso un confronto tra i referenti aziendali, i destinatari della formazione e i consulenti esterni incaricati di gestire il percorso formativo.

Tale processo è partito dalle nuove esigenze produttive, un esame delle nuove procedure, le conoscenze di partenza dei lavoratori.

Attraverso interviste ai lavoratori e ai responsabili aziendali sono stati individuati gli obiettivi che si intendeva raggiungere, le criticità da superare, i ruoli professionali da coinvolgere. Dal punto di vista dei lavoratori ha permesso di inquadrare le loro attese rispetto al progetto di formazione e i principali gap da colmare.

Con il supporto dell'ente di formazione si sono pertanto definite tutte le competenze minime necessarie e di conseguenza i fabbisogni che era necessario andare a colmare.

L'analisi non si è esaurita nella fase di progettazione ma è stata verificata anche nella fase di attuazione, andando ad adattare il percorso alle esigenze che via via sono emerse.

Alla luce dei risultati raggiunti ex post, l'analisi del fabbisogno è stata perfettamente inquadrata consentendo ai docenti di soddisfare completamente i discenti e il management.

3.2 Il processo formativo, dalla progettazione alla valutazione degli esiti

Dall'analisi della documentazione e dalle interviste effettuate è emerso in modo chiaro che ogni fase dell'attività formativa è stata approfondita adeguatamente.

L'analisi tecnica dell'innovazione di prodotto/processo, la descrizione della soluzione innovativa adottata e la definizione dei gap di competenze dei lavoratori sono state realizzate in modo molto puntuale così che tutto il processo successivo ne ha beneficiato in termini di efficacia delle attività formative.

Grazie alla solida esperienza del docente, che ha riscontrato un elevato gradimento da parte dei partecipanti, sono stati raggiunti tutti gli obiettivi formativi che ci si era prefissati.

Il modulo “*Stampa su impianti offset*” ha permesso di acquisire competenze tecniche per una conoscenza dei processi di stampa e pre-stampa avanzati.

Grazie alla docenza dei tecnici della MANROLAND ITALIA srl, azienda leader nel settore della stampa offset, Antezza Tipografi ha allineato le competenze dei suoi responsabili dei reparti stampa e allestimento portandosi allo stesso livello dei principali competitor del mercato.

La MANROLAND ITALIA srl è uno dei principali produttori di macchine da stampa offset a foglio e di tecnologie correlate per applicazioni commerciali, di imballaggio e per l’editoria. Fondata nel 1871 sulla base della migliore tradizione dell’eccellenza ingegneristica tedesca, l’azienda è oggi nel mondo sinonimo di qualità, precisione e massima affidabilità.

Il forte coinvolgimento operativo di tutti i partecipanti ha reso, a giudizio degli stessi, quest’esperienza formativa utile e al contempo appagante.

Il piano formativo è stato attentamente monitorato in tutte le sue fasi, ciononostante particolare attenzione è stata data alla valutazione dell’attività formativa in senso stretto.

3.3 Considerazioni riepilogative

Il processo formativo è stato gestito in modo ottimale: dalla definizione dei fabbisogni alla individuazione dei destinatari, alla erogazione fino alla valutazione dei risultati.

Da evidenziare sicuramente la fase di erogazione che essendo stata sviluppata in buona parte *on the job* ha riscosso molto

successo tra i partecipanti che hanno sottolineato l'utilità di avere un docente di elevata competenza nel settore.

4.L'impatto della formazione

4.1 L'impatto della formazione

Dalle interviste effettuate ai partecipanti sono emersi in modo evidente i miglioramenti pratici sulle attività lavorative facendo acquisire agli stessi maggiore sicurezza nell'affrontare procedure nuove e richieste speciali di clienti evoluti.

L'aver utilizzato Fondimpresa ha prodotto anche un miglioramento in soggetti "*non destinatari*" della formazione poiché lo stesso management ha tratto beneficio dall'aver seguito un percorso più strutturato del solito.

Decisamente importanti i riscontri dal punto di vista produttivo e commerciale.

4.2 Considerazioni riepilogative

Come evidenziato sopra, la collaborazione con una società leader nel settore della stampa ha avuto buona parte del merito della riuscita del progetto formativo.

La formazione erogata ha risposto ad un fabbisogno ben preciso e strategicamente individuato quale quello di innalzare il livello qualitativo dei servizi offerti.

Nonostante la stampa sia un settore ritenuto maturo richiede costante aggiornamento e acquisizione di nuove competenze per mantenere le posizioni di mercato e acquisirne di nuove.

Importanti gli impatti sulle attività lavorative riscontrate sia dai lavoratori che dal management.

5. Conclusioni

5.1 Gli elementi e/o i fattori che hanno influito positivamente sulla formazione

Diversi gli elementi e i fattori che hanno influito positivamente sulla formazione.

Sicuramente un'analisi dei fabbisogni approfondita e realizzata sul campo intervistando i diretti beneficiari.

In secondo luogo, l'aver individuato come docente un consulente di una società dalla riconosciuta esperienza e competenza che ha creato da subito empatia e comunicazione mediante *“lo stesso linguaggio”*.

Tali fattori hanno fatto sì che l'azione formativa fosse perfettamente aderente alle innovazioni tecnologiche introdotte in azienda così da permettere da subito ai lavoratori di utilizzare al meglio le novità messe a loro disposizione.

5.2 Le buone prassi formative aziendali

L'azione formativa esaminata ha avuto degli ottimi risultati sulle performance aziendali grazie ad un'analisi ben strutturata delle esigenze formative, aderenza dei contenuti ai fabbisogni, scelta adeguata dei docenti, alternanza ben misurata tra aula e on the job.

5.3 Conclusioni

Nonostante la stampa sia uno dei processi industriali più antichi del mondo è in costante evoluzione: nuovi inchiostri, fluorescenze che reagiscono ai raggi ultravioletti, nuove procedure, nuovi supporti di stampa.

Per consentire alle imprese di mantenersi al passo con tale rapida evoluzione la formazione continua rappresenta l'unico strumento soprattutto in un'area geografica carente in scuole professionalizzanti operanti nel settore.

Nel caso specifico tutti i lavoratori intervistati hanno espresso giudizi più che positivi sulla formazione a cui hanno partecipato. L'entusiasmo ed i risultati concreti trasferiti dal referente aziendale e dai lavoratori hanno confermato il potere della buona formazione continua nell'innalzare la competitività aziendale.

Tale esperienza è stata inoltre la riprova che dietro ogni processo di digitalizzazione ci sono sempre delle persone che, se adeguatamente formate, trasformano l'enorme potenziale dell'innovazione tecnologica in vero valore per l'impresa.