

“Consulenti in sofferenza ma nel 2013 va già meglio”

PARLA IL PRESIDENTE EZIO LATTANZIO: “IL FATTURATO È DIMINUITO DELL’1,2% NEL CORSO DELLO SCORSO ANNO, INVERTENDO IL TREND POSITIVO DEL 2011 E IL MERCATO È POLARIZZATO: DA UNA PARTE 35 GRANDI SOCIETÀ DALL’ALTRO UNA MIRIADE DI PICCOLI OPERATORI”

Andrea Rustichelli

Roma

«Un mercato asfittico», specie quello della pubblica amministrazione, che resta comunque un committente importante col 12,4% del fatturato complessivo di settore. Così Ezio Lattanzio, presidente di Confindustria Assoconsult, l’associazione delle imprese di management consulting, descrive questi mesi complicati, su cui si stanno abbattendo recessione e *spending review*. Assoconsult ha appena riunito i suoi stat generali, dove ha presentato l’Osservatorio 2012-2013, il rapporto sulla categoria, che conta 18 mila società per un totale di 34 mila addetti. «È un panorama molto frammentato – dice Lattanzio –, basti pensare che circa l’85% delle nostre aziende opera con meno di tre addetti. E poi dobbiamo notare che il prezzo medio della consulenza, già basso rispetto agli standard europei, è pari a 700 euro a giornata, con un calo di circa il 4% rispetto al 2011».

La consulenza è forse un lusso che oggi le imprese e la pubblica amministrazione non possono più concedersi?

«In verità, la consulenza, quella vera, dev’essere guardata come indicatore dello sviluppo di un sistema-paese. È evidente che nelle nazioni dove gli investimenti in questo ambito sono maggiori, come la Germania, tutto il sistema, in particolare quello pubblico, è più evoluto. Noi siamo favorevolissimi a tagliare gli sprechi: ma si distingue tra professionisti autentici e “consulenti” di altro tipo. I primi portano senza dubbio un importante valore aggiunto».

Come appare il vostro mercato in questi lunghi mesi di crisi?

«Il fatturato del management consulting è stato di circa 3 miliardi di euro nel 2012. Sicuramente la recessione viene avvertita dai nostri professionisti, ma il settore sta soffrendo meno ri-

spetto ad altri comparti. Il fatturato è comunque diminuito dell’1,2%, invertendo il trend positivo del 2011. Lievemente migliori sono le previsioni per il 2013. In generale, notiamo che l’offerta di consulenza è oggi polarizzata tra un gruppo di 35 grandi società, in prevalenza internazionali, e una miriade di micro società: le prime hanno il 45% del mercato, mentre le seconde ne rappresentano circa un quarto».

Come leggere questa polarizzazione?

«In effetti, va detto che negli ultimi tre anni essa si è andata accentuando, specie in relazione a una maggiore concentrazione del fatturato complessivo a favore delle grandi imprese, il cui peso aumenta dal 35% del 2009 al 45% del 2012. Da notare è anche la maggiore frammentazione tra le micro-imprese, che sono aumentate sensibilmente a livello quantitativo:

ma il loro peso sul fatturato totale diminuisce dal 38% al 26%. Evidentemente molti manager fuoriusciti dal mercato aprono le loro imprese, con risultati che però sono incerti».

Oggi nel vostro mondo riescono a vincere solo i grandi?

«Il nostro Osservatorio mostra come siano soprattutto le piccole società e le micro-società a soffrire, con una considerevole flessione di fatturato, pari quasi al -6%. Ma, più in generale, direi che non si tratta esclusivamente di un fattore dimensionale: dipende da cosa le nostre imprese sono in grado di offrire ai clienti. È qui che si gioca la partita».

E quali sono le carte vincenti che seducono la domanda, in questo periodo così incerto?

«Mi preme sottolineare un concetto, che nel nostro settore è determinante: da noi, cioè, è l’offerta che deve saper anticipare e inventare la domanda. Mi spiego: quello che i committenti ci chiedono se li lasciamo a se stessi, in fondo, è già vecchio. La consulenza, in tal caso, sarebbe una semplice commodity. Al contrario, se parliamo di consulenza al alto livello, noi dobbiamo saper intuire le tendenze e le strategie che ancora non sono palesi. Questo è stato, da sempre, il nostro ruolo. Per esempio in tema di “project management”, di cui prima

nessuno parlava e che oggi è invece diventato un’esigenza condivisa».

Cosa chiedono in primis le imprese clienti?

«Uno dei filoni oggi prioritari è senza dubbio la consulenza sull’internazionalizzazione: chi esporta vuole farlo sempre meglio, chi ancora non esporta deve cominciare a farlo, altrimenti soccombe. Di conseguenza, per accompagnare al meglio questa domanda, sono le stesse società di management consulting che devono avere un’apertura internazionale. Del resto l’incidenza del fatturato estero sul totale del nostro settore passa dal 10,4% del 2011 all’11% del 2012. E le società che operano all’estero hanno quasi tutte fatto registrare una crescita nei ricavi, con l’eccezione di poche piccole».

Aperta la pubblica amministrazione, come si sta modificando la vostra committenza?

«Domina il settore terziario, sebbene in calo rispetto al 2011. Ma tiene meglio degli altri: scende dello 0,9% attestandosi comunque attorno ad una fetta del nostro fatturato totale pari a quasi il 51%. Al contrario, la committenza del manifatturiero subisce la maggiore decrescita: scende nel 2012 del -1,7% rispetto all’anno precedente, con una quota di fatturato totale lievemente inferiore al 37%».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

[IL CASO]

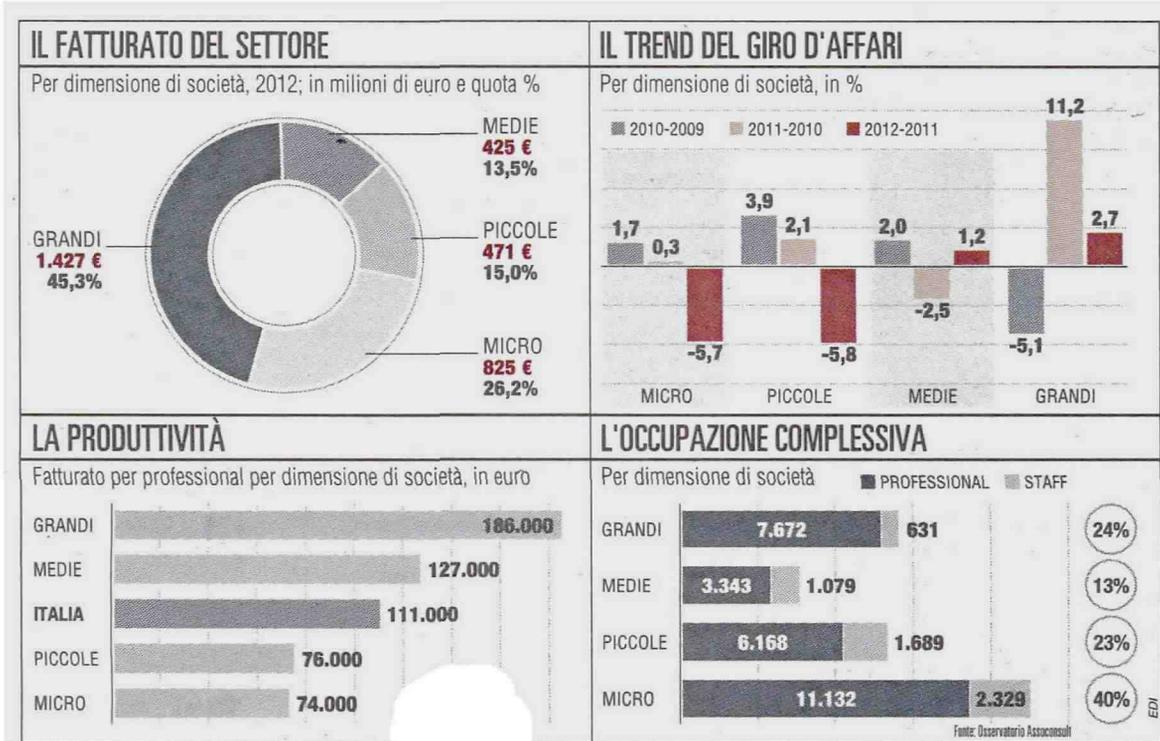
“Più gare pubbliche nella Pa”

In Europa la media del contributo del management consulting al Pil è dello 0,52%, mentre in Italia il valore scende allo 0,20%, sotto la Francia (0,37%) e poco sopra la Spagna (0,17%). La Germania ha lo 0,80%.

Tra le proposte di Assoconsult per rilanciare il settore nei suoi rapporti con la PA c’è l’utilizzo delle gare pubbliche per assegnare le consulenze, ridimensionando al contempo tutto il fenomeno dell’“in-house”

(a.r.)

© RIPRODUZIONE RISERVATA




In basso a sinistra, **Ezio Lattanzio**, presidente di Confindustria **Assoconsult**, l'associazione delle società di consulenza operanti in Italia

