

Sfide Necessario internazionalizzarsi

In casa si sta stretti

Nel 2012 il management consulting ha registrato un fatturato complessivo di poco superiore ai 3 miliardi di euro, pari al 0,2% del Pil. Un dato sotto la media europea (0,52%) e di gran lunga inferiore a quello di Paesi come Germania (0,8%) e Regno Unito (0,78%). Un quadro che fa sembrare il nostro paese il fanalino di coda in Europa. Quali sono le sfide per crescere?

Nel settore della consulenza, come per il made in Italy, la parola d'ordine è «internazionalizzazione», che non può essere slegata da una crescita dimensionale. In Italia il settore della consulenza è molto più frammentato rispetto agli altri Paesi europei. Secondo dati dell'Osservatorio 2012-2013 di Confindustria-Assoconsult, soltanto 50 su 18 mila società hanno più di 5 milioni di euro di fatturato e oltre 50 dipendenti, mentre l'85% opera con meno di tre addetti. L'offerta di consulenza è polarizzata tra un gruppo di 35 grandi società, in prevalenza internazionali, che rappresentano il 45% del mercato, e una miriade di micro società che formano circa un quarto del mercato. Negli ultimi tre anni questa polarizzazione si è andata accentuando per via di una maggiore concentrazione del fatturato complessivo a favore delle grandi imprese, il cui peso è passato dal 35% del 2009 al 45% del 2012, e una maggiore frammentazione tra le micro imprese, il cui peso è sceso dal 38% al 26% anche se — probabilmente per fenomeni di auto-occupazione

— sono cresciute di numero.

Secondo Ezio Lattanzio, presidente di Confindustria Assoconsult e di Feaco (l'associazione europea), è la parcellizzazione a rappresentare un limite e a impedire al settore di crescere. «Posto che il mercato italiano sconta già il fatto che la pubblica amministrazione non è un grande committente come avviene in altri Paesi, per crescere bisogna andare all'estero. Ma i piccoli non sono attrezzati per fare investimenti e per competere nel mercato globale. Poi bisogna fare un'altra considerazione: oggi i clienti italiani chiedono al consulente di essere attrezzato per accompagnarli all'estero, ma per farlo bisogna avere una certa massa critica. Questo mercato rischia di essere acquisito dalle multinazionali. Ecco perché si deve puntare su aggregazioni, alleanze o organizzazione a rete».

Il trend è già in atto. Il livello di internazionalizzazione del settore sta aumentando. Quasi il 12% dei ricavi delle imprese italiane di consulenza viene dall'estero, era l'8% due anni fa. «Le società che operano all'estero hanno quasi tutte registrato una crescita nel fatturato, mentre le imprese che non operano all'estero hanno mediamente subito cali di fatturato maggiori della loro categoria di riferimento — fa notare Lattanzio —. L'internazionalizzazione ha permesso, quindi, di supplire in parte al calo del mercato italiano».

FAUSTA CHIESA



Osservatorio Consulenza

Expo I piccoli non comono da soli

Verbo Value Regeneration

VVR

REGENERARE IL VALORE DI UN'AZIENDA IN UN MOMENTO DI CRISI