

INCHIESTA

Il mercato della consulenza

Management consulting, rete con pochi campioni

Tra le 16 mila società solo 35 le big con oltre 50 dipendenti

Giacomo Bassi

Tre miliardi di euro di fatturato, oltre 16 mila imprese attive, un'occupazione complessiva che sfiora i 34 mila addetti. Il settore della consulenza aziendale nel nostro Paese gode di discreta salute, e le cifre raccolte dall'Osservatorio di Assoconsult sul mercato della consulenza lo confermano. Ma i numeri che l'associazione nazionale delle imprese di settore ha elaborato e presentato ieri a Roma durante la seconda edizione degli Stati Generali del Management Consulting, all'Auditorium della Tecnica di Confindustria, raccontano anche qualcos'altro, che per gli analisti è quantomeno un campanello d'allarme. Raccontano cioè che il contributo delle società di consulenza al Prodotto Interno Lordo del Paese è dello 0,20% (l'ultima piazza nella classifica delle nazioni più ricche d'Europa), che è dello 0,15% quello all'occupazione, che il livello di produttività delle aziende, stabilito dalla divisione tra il fatturato e il numero di impiegati, è inferiore ai 112 mila euro contro una media europea che sfiora i 180 mila. E che la maggior parte delle realtà che operano nel mercato nazionale è costituita da piccole e piccolissime imprese che hanno meno di tre dipendenti e non riescono (o non vogliono) crescere e con-

frontarsi con clienti diversi rispetto a quelli a cui sono tradizionalmente legati.

Un mercato frammentato, insomma, con una dimensione modesta, un target di riferimento ben definito e stabile, ma che nonostante il periodo di crisi economica è riuscito a mantenere sostanzialmente invariato il proprio fatturato (qualche problema lo hanno avuto solo le imprese di grandi dimensioni), i livelli occupazionali e che ha buone prospettive di crescita per i prossimi anni. Luci e ombre, insomma, di cui ieri si è discusso cercando di dare una risposta ad alcune domande centrali per la vitalità del settore: perché il management consulting in Italia è così sottodimensionato rispetto agli altri principali Paesi europei? Qual è il ruolo delle microimprese di consulenza, e come è possibile trovare dei percorsi di rafforzamento per queste aziende? Come si può avvicinare la pubblica amministrazione alle società di consulenza, e quali sono - nel complesso - le prospettive per il futuro? «I dati che emergono dall'Osservatorio fotografano una sostanziale tenuta dei volumi di mercato, con una stagnazione nel 2010 (-1%) e una ripresa consistente nel 2011 (+9%) che riporta i valori complessivi al livello pre crisi» ha spiegato nella relazione introduttiva Ezio Lattanzio, che di Assoconsult è presidente. Ma ciò che è più significativo, ha proseguito, è che il mercato oggi è polarizzato tra «imprese winner, con ricavi in crescita nell'ultimo biennio, pari a circa il 50% degli operatori, e imprese loser, intorno al 25% del totale» che continuano a perdere.

Una dicotomia che si può leggere anche attraverso l'analisi dei numeri del comparto. Nel nostro Paese - è spiegato nel rapporto dell'Osservatorio - le aziende del settore della consulenza sono piccole e piccolissime, dai nove addetti in giù e con una media di otto. Delle oltre 16 mila presenti, solo 35 (lo 0,2% del totale) hanno più di cinquanta dipendenti, 413 ne hanno tra i 10 e i 49 mentre le restanti 15.956 (97,3%) ne hanno meno di dieci. Queste ultime impiegano 20.735 addetti, pari al 61,3 per cento del totale, le medie società danno lavoro a 5.388 professional e le 35

"grandi", quasi tutte società multinazionali, hanno 7.721 addetti, il restante 22,8%. Professionisti che garantiscono alle società per le quali lavorano fatturati annui complessivi di poco superiori ai tre miliardi di euro, e che rappresentano appunto lo 0,2% del Pil nazionale. Percentuali che se confrontate con quelle del resto d'Europa dimostrano ancora una volta il sottodimensionamento del nostro settore del management consulting: in Germania il fatturato supera abbondantemente i 17 miliardi di euro (0,74% del prodotto interno lordo), in Inghilterra i 9 miliardi (0,61%), in Francia i sei (0,32%). Fanalino di coda di questa classifica la Spagna e appunto l'Italia. «Le piccole dimensioni delle aziende italiane per anni sono state considerate un vantaggio competitivo: oggi sappiamo che sono un vincolo - ha detto ancora Lattanzio nel sottolineare il gap che ci separa dal resto d'Europa - un limite che non permette di assicurare livelli accettabili di competitività». Un trend che non lascia indenni nemmeno le imprese di consulenza: «È urgente avviare un'accelerazione verso processi di aggregazione, verso la creazione di imprese più grandi, organizzate, patrimonializzate e quindi più forti». Partendo proprio dalle piccole, comunque, che sono quelle che meno di tutte hanno risentito della crisi e hanno le migliori prospettive di crescita: secondo le stime, saranno le società di consulenza con meno di dieci dipendenti che alla fine di quest'anno avranno fatto registrare le migliori performance: +13,6%.

TARIFFE ORARIE

Al giorno

■ Una giornata di lavoro di un professional di una società di consulenza manageriale costa in media 745 euro.

Nelle big

■ Il picco delle tariffe è nelle grandi società, il cui pricing giornaliero è di 970 euro (con picchi che superano, e di tanto, i 1.200 euro), mentre in coda ci sono le piccole e micro aziende: per queste ultime, la media è di 639 euro al dì (anche in questo caso l'Italia si posiziona in coda alle classifiche internazionali) ma il 5,8% di esse offre i propri servizi a una tariffa pari e a volte superiore a quella delle multinazionali.

A testa

■ La produttività complessiva delle società di consulting che operano in Italia è pari a 111 mila euro all'anno per professional.

Il giro d'affari del settore

Fatturato 2010 per classi d'impresa

Dati in percentuale

Medie Imprese
14,2
431.903€

Grandi Imprese
41,1
1.249.528€

Piccole Imprese
16,1
490.170€

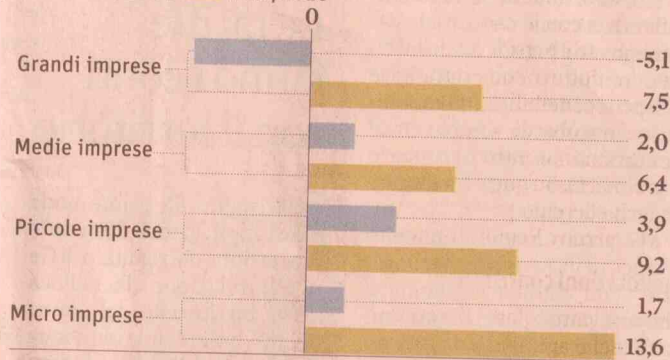
Micro Imprese
28,7
872.297€



Due anni di ricavi: il confronto

Dati in percentuale

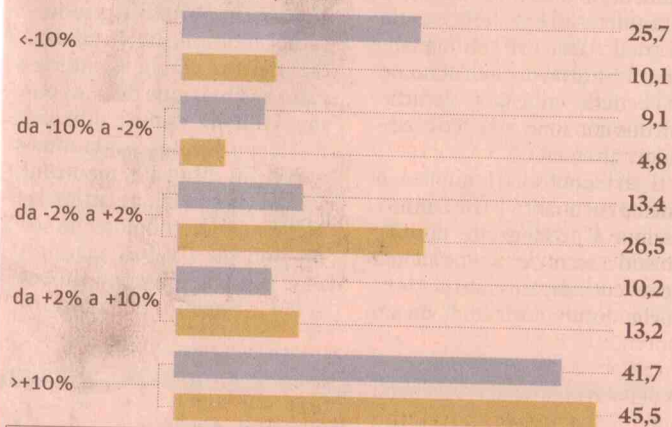
■ 2010/2009 ■ 2011/2010



Il sentiment sul fatturato (<-10% = massima sfiducia)

Dati in percentuale

■ 2010/2009 ■ 2011/2010



Fonte: Osservatorio Assoconsult