

Una ricerca Apco sul profilo della categoria

# Consulenti aziendali, l'esperienza premia

**MILANO** ■ Il 32% di loro ha più di 55 anni, il 42% vive in città che hanno una popolazione superiore ai 250mila abitanti e il 63% lavora con meno di quattro collaboratori. I loro clienti? Nel 54% dei casi si tratta di piccole e medie imprese. A tracciare l'identikit dei consulenti di direzione e organizzazione è l'indagine sulla consulenza di management in Italia condotta dall'associazione di categoria Apco, che raccoglie più di mille dei 10mila professionisti del settore.

**Solo il 10%  
non raggiunge  
i 35 anni**

La ricerca, realizzata nella prima metà del 2006 sottoponendo un questionario a circa 500 consulenti, «è stata l'occasione per fare il punto sulla professione — spiega il presidente dell'Apco Francesco D'Aprile — a 13 anni di distanza dall'ultimo studio focalizzato sulla consulenza. Un aggiornamento necessario perché ci siamo resi conto che la professione sta cambiando, in linea con l'evoluzione dei bisogni dei clienti».

Che le imprese italiane siano malate di nanismo non è un mistero. «Il problema più urgente che le Pmi devono affrontare — ammette D'Aprile — è quello della dimensione. Come? Sono necessari interventi a più livelli: finanziario, culturale e di ricerca di partner. Si tratta di problemi che i manager non possono risolvere da soli. E al consulente chiedono di indicare la via per superarli, portando innovazione e creando valore».

Quel che è certo è che le imprese si fidano soprattutto dei professionisti più "maturi". A dimostrarlo è l'invecchiamen-

to della popolazione dei consulenti, tra i quali solo il 9% ha meno di 35 anni. Un fenomeno che ha a che fare con l'accesso: «La professione si sta evolvendo — suggerisce D'Aprile —: diminuiscono i consulenti "di ritorno", che approdano alla professione al termine di altri percorsi lavorativi, ma sono aumentate le barriere all'ingresso. Per essere competitivi, oggi, è necessario avere alle spalle una struttura e una rete di relazioni che si possono costruire solo con il tempo».

La ricerca mette anche a fuoco il background formativo dei consulenti: per il 58% sono laureati, per il 15% hanno ottenuto anche un diploma di master e meno di un quarto si è fermato al diploma di scuola media superiore. Non solo. Parte del questionario sottoposto ai consulenti puntava a far emergere il loro utilizzo del tempo: così si è scoperto che solo il 50% è dedito alla "produzione", mentre il resto è diviso tra promozione, soprattutto con la partecipazione a convegni e workshop, gestione dello studio e aggiornamento.

Alla presentazione dei risultati della ricerca sarà dedicato il convegno di venerdì ospitato dall'Unione del Commercio di Milano (corso Venezia 49, dalle 9,30 alle 13). «Un incontro dalla formula innovativa — precisa D'Aprile — perché parteciperanno non solo le associazioni di marketing e consulenza, ma anche quelle dei clienti, che potranno interrogarci in modo aperto e "irriverente": è il primo tentativo di ricreare in Italia il modello inglese, dove i rappresentanti delle imprese clienti siedono in un board strutturato, interno alla società di consulenza».

**VALENTINA MAGLIONE**

