

meta

insieme • attraverso • oltre

Editoriale

Il valore della consulenza

Le innovazioni entrano in azienda attraverso investimenti in beni materiali e in conoscenza. Seguiamone il processo d'acquisto. Per i beni materiali vi è spesso la consapevolezza di un bisogno, che genera approccio proattivo: la raccolta di informazioni, visite in fiere, individuazione di macchinari e del fornitore, il giusto prezzo, servizi e formazione.

Segue la raccolta dei mezzi finanziari presso banche e con rilascio di garanzie. Infine il contratto.

L'acquisto di competenze, attraverso la consulenza, segue un processo spesso diverso. Non sempre c'è consapevolezza di un bisogno, generalmente c'è la visita in azienda da parte di professionisti che propongono il coinvolgimento in un progetto, qualcosa che potrebbe/dovrebbe esser utile ed efficace. Alla consulenza spesso è demandato "il farsi carico" di individuare formule di finanziamento che sostengono l'investimento nel progetto. Non sempre c'è un atteggiamento determinato alla ricerca delle competenze; non sempre c'è un contratto scritto.

Oggi non viviamo più in tempi in cui il progresso si registra attraverso investimenti in macchine e mattoni, ma nell'economia della conoscenza. Ci chiediamo: se la disponibilità di competenze è un vantaggio competitivo, perché c'è tanta superficialità nel loro processo di acquisto? Perché le capacità imprenditoriali non generano un atteggiamento proattivo nel comportamento di acquisto verso la conoscenza?



Paghiamo lo stesso gap culturale già visto nella prima fase dello sviluppo della cultura industriale alla fine del XIX secolo nel nostro Paese. Come la nostra cultura contadina di allora è stata un freno allo sviluppo della cultura industriale, la cultura industriale di oggi è un freno allo sviluppo della società della conoscenza.

Adottiamo identici processi di valutazione e di acquisto in presenza di contesti diversi: compriamo un bene materiale da un fornitore, valutabile prima dell'acquisto, e competenze da un partner di progetto, valutabili a posteriori. Comune è la condizione che si investe se si ha consapevolezza che il valore ricavabile è superiore al costo sostenuto. Diverso è l'ambito temporale di misurazione dei risultati: a breve nel primo caso, a medio lungo-termine nel secondo.

Si impone, però, una riflessione sul valore prodotto dall'utilizzo di competenze. L'Italia è il primo Paese dove la rilevanza sociale ed economica della consulenza di management è stata oggetto di normazione da parte dell'Uni. Tre sono le norme elaborate: la Uni 10771 sulla offerta di consulenza; la Uni 11067 sul processo; la Uni 11166 sulle competenze e sulla scelta del consulente. Perché dalla consapevolezza del valore prodotto e venduto si passi a una maggiore consapevolezza del valore percepito e comprato, diamo evidenze facendo parlare gli attori.

Francesco D'Aprile
Presidente APCO
presidente@apcoitalia.it

II
IN PROFONDITÀ DI LUIGI GUARISE
**ATTENTIA QUEI DUE.
POSSONO INNOVARE**

IV
PARI E/O DISPARI
A CURA DI BISSACCO, GALLI, SBORLINO
**NELLE DIFFERENZE STANNO
LE POTENZIALITÀ DELL'AZIENDA**

V
UNA GIORNATA CON PAOLO STOCCHIO
LE RADICI CONTANO

VI
IRRIVERISCO
A CURA DI MARCO GRANELLI
AFFILA LA LAMA