

NOTA TECNICA SU:

“INDAGINE MOTIVAZIONALE APCO LAZIO” (al 22.03.2006)”

(predisposta da Paolo Petrucciani, socio CMC, APCO Lazio)

Storia indagine

⇒ Nel maggio 2005 la Delegazione APCO Lazio ha lanciato un'indagine territoriale per studiare le principali motivazioni dei soci territoriali sulle seguenti 2 tematiche:

- a) perché si è iscritti ad APCO ?
- b) quali sono le principali richieste dei soci verso l'Associazione territoriale (e quindi indirettamente anche verso l'Associazione a livello nazionale) ?

Stato dell'arte alla data

⇒ Al 22 marzo 2006 hanno risposto 41 titolari su 43 soci APCO Lazio (95,35%)

⇒ Le risposte sono state raccolte inizialmente in modo “libero/aperto” (ovvero ogni socio poteva esprimere liberamente fino a 6-7 argomenti per spiegare le proprie motivazioni), successivamente sono state clusterizzate per tipologia (in base a criteri di somiglianza, similitudine e tematica), infine sono state sintetizzate e semplificate nel “wording” per la loro pubblicazione sul sito nazionale www.apcoitalia.it

Risultati aggregati/sintetici alla data

Prima tematica

- a) motivazione della propria iscrizione ad APCO
 - totale risposte raccolte: 130
 - totale risposte utili, a livello statistico: 113 (86,92%)
 - totale risposte disperse: 17 (13,08%) (raggruppate sotto il titolo “Altro 1”)

Graduatoria preferenze (per tematica sintetizzata):

1. riconoscimento e tutela professionale (certificazione CMC) (17,7%)
2. confronto professionale/interdisciplinare (16,9%)
3. appartenenza ad una “community” professionale (13,1%)
3. aggiornamento/formazione professionale/innovazione (13,1%)
5. sinergie strategiche e commerciali per i clienti serviti (12,3%)
6. posizionamento sul mercato della consulenza (6,9%)
6. dimensione etica verso il mercato (6,9%)

Nel gruppo “Altro 1” ricadono, in modo disperso, le seguenti tematiche indicate dagli iscritti (per un totale di 17 risposte, non classificate): conoscenza del mercato della consulenza, promozione del marchio APCO, vendita del proprio know-how, differenziazione del mestiere di consulente di direzione da altri mestieri professionali, promozione storica dell'associazione, abolizione ordini professionali.

Seconda tematica

- b) richieste ad APCO Lazio (e quindi ad APCO)
 - totale risposte raccolte: 152

- totale risposte utili, a livello statistico: 127 (83,55%)
- totale risposte disperse: 25 (16,45%) (raggruppate sotto il titolo “Altro 2”)

Graduatoria preferenze (per tematica sintetizzata):

1. networking per sviluppo mercato (12,5%)
2. identificazione del mestiere di consulente di direzione (10,5%)
2. aggiornamento/formazione professionale e scambio comunicazioni utili (10,5%)
4. approfondimenti tematici tramite incontri e dibattiti (7,9%)
5. benefici legati al marchio APCO (6,6%)
6. visibilita' nelle istituzioni (5,9%)
6. partnership con mondo accademico (5,9%)
6. presenza nel mondo imprenditoriale (5,9%)
9. sinergie commerciali tra consulenti (5,3%)
9. reazione network di competenze/professionisti (5,3%)
11. applicazione codice etico verso il mercato (3,9%)
12. promozione dell'innovazione-metodologie-fonti di finanziamento collegate (3,3%)

Nel gruppo “Altro 2” ricadono in modo disperso le seguenti tematiche indicate dagli iscritti (per un totale di 25 risposte, non classificate): difesa degli interessi dell'associati [es. in caso di gare pubbliche assegnate a professionisti non in possesso di determinati requisiti professionali], rappresentanza internazionale in enti ed organismi riconosciuti, oltre all'ICMCI, costruzione di una identita' di gruppo, individuazione di un modello associazionistico, vendita del proprio know-how e pubblicazioni a marchio APCO, definizione tipologie prestazioni/contrattualistica, analisi/indagini periodiche di settore (mercato consulenza e sulla professione), creazione di gruppi di lavoro dedicati, previdenza integrativa.

**Prime conclusioni (per eventuale estensione dell'indagine a livello nazionale)
(scaturite anche dalle conversazioni telefoniche con quasi tutti i soci intervistati)**

Prima tematica

Per quanto riguarda la prima tematica: **“perche' sei iscritto ad APCO ?”**, si evince dalle prime 3 risposte, che raggiungono circa il 48% (47,7%), che la motivazione di base di iscrizione e' legata al ricercare nell'Associazione il doppio obiettivo di: a) essere tutelati nella propria professione e b) promuovere il valore e il significato della certificazione CMC, facendo parte di una comunita' professionale riconosciuta, espressione di una pluridisciplinarieta' di competenze, e in grado di offrire, anche attraverso opportuni confronti professionali, un'ampia gamma di contributi alla nostra clientela istituzionale (privata e pubblica).

Le altre risposte in graduatoria manifestano la necessita' di aggiornarsi (in modo frequente e continuo su varie tematiche) e di creare sinergie commerciali (leggasi accordi di collaborazione tra iscritti), per poter operare insieme sul mercato o su clienti comuni, individuando al meglio il proprio posizionamento (competenze, discipline, tariffe, opportunita', ecc.).

Infine viene ribadita la posizione di individuare meglio quale eticita' dobbiamo esprimere verso la clientela istituzionale (privata e pubblica).

Seconda tematica

Per quanto riguarda la seconda tematica: “**che cosa potrebbe fare per te la Delegazione territoriale (o l’APCO nazionale) ?**”, si evince dalle prime 4 risposte, che raggiungono circa il 42% (41,4%), che le necessita’ primarie riguardano la ricerca di un supporto da parte dell’Associazione per i seguenti scopi: a) partecipare ad iniziative di networking e alla creazione di sinergie verso il mercato (ad es. promuovendo eventi, anche in collaborazione con altre associazioni professionali), b) identificare piu’ puntualmente le caratteristiche del nostro mestiere professionale, c) individuare momenti e opportunita’ di incontro professionale finalizzati al confronto e allo scambio informazioni e comunicazioni utili, anche attraverso dibattiti e/o strumenti innovativi (es. sedi o luoghi di scambio, reali o virtuali, es. siti web).

Le successive due risposte in graduatoria (sommate danno il 12,5%) manifestano la duplice necessita’ di acquisire una sorta di protezione da parte del marchio APCO, ma al tempo stesso di arricchirlo tramite il proprio portato di esperienze personali, e tramite questo “ombrello istituzionale e collettivo”, poter entrare a far parte, o essere tra i protagonisti, di ambienti di lobbying tecnica di alto profilo verso i nostri stakeholders (es. Pubblica amministrazione, mondo imprenditoriale e industriale, istituzioni varie, club importanti, ecc.). In questo senso ritroviamo anche elementi di contiguita’ con il mondo accademico e quello della presenza nel mondo imprenditoriale (che caratterizzano alcuni dei soci del Lazio, a vario titolo), nelle due risposte successive (sommate danno l’11,8%).

Le ultime quattro risposte (sommate danno il 17,8%) sono sintetizzabili in una configurazione che ripercorre i temi della nostra iscrizione all’associazione nazionale: incontrarsi e conoscersi per operare insieme sul mercato, anche sfruttando le nostre competenze complementari, operando sia a favore dell’etica della consulenza, sia a favore dell’innovazione e dell’introduzione di nuove metodologie e strumenti per la clientela istituzionale (privata e pubblica).