

SURVEY APCO SOCI

Milano, 9 dicembre 2013



Modalità di ricerca

La ricerca è stata effettuata attraverso la compilazione di un questionario costruito ad hoc per la ricerca e distribuito tramite uno strumento web di facile utilizzo.

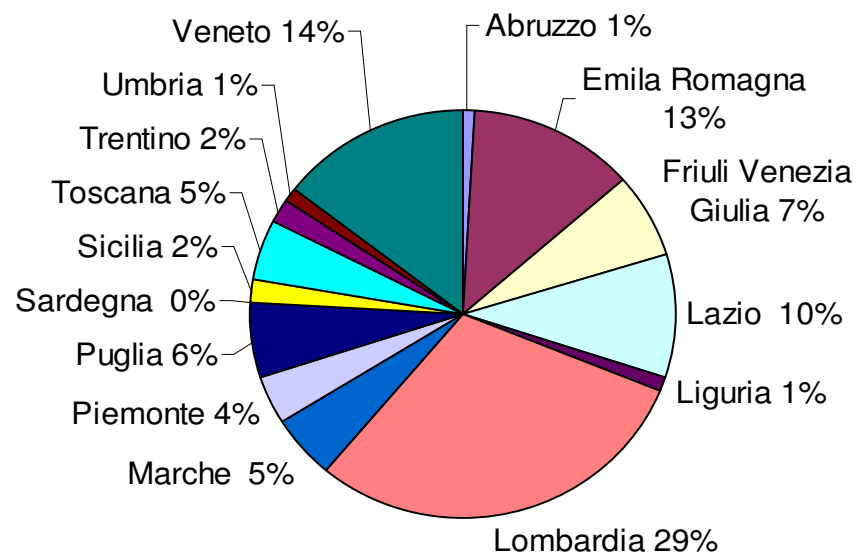
A partire da luglio 2013 sono stati raccolti 103 questionari provenienti prevalentemente da Lombardia, Veneto ed Emilia Romagna.

Il questionario ha dato la possibilità di dare più di una risposta per le singole domande o di non rispondere.

Sintesi dati raccolti

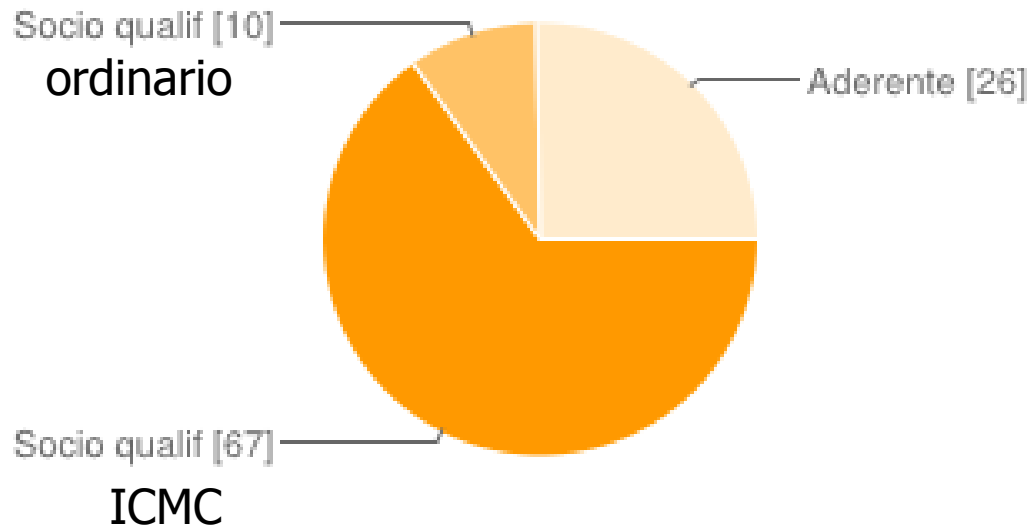
■ Distribuzione territoriale

Area territoriale prevalente



Sintesi dati raccolti

■ Tipologia di socio

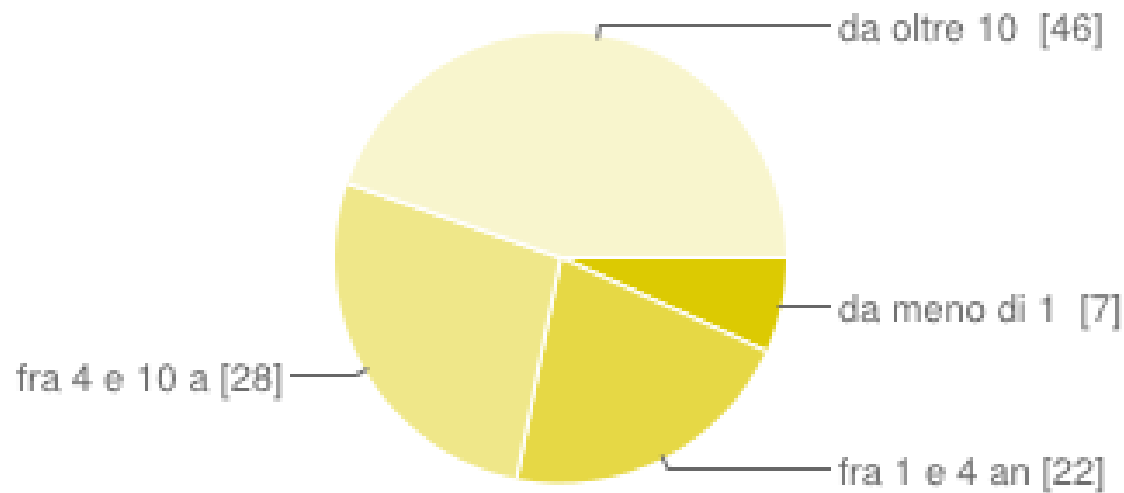


Anno di iscrizione

I Soci risultano iscritti a partire dal 1982 seguendo un trend leggermente migliorativo dagli anni novanta. Sono rilevati soltanto due picchi positivi nel 1999 e 2011

Sintesi dati raccolti

- Anzianità in associazione

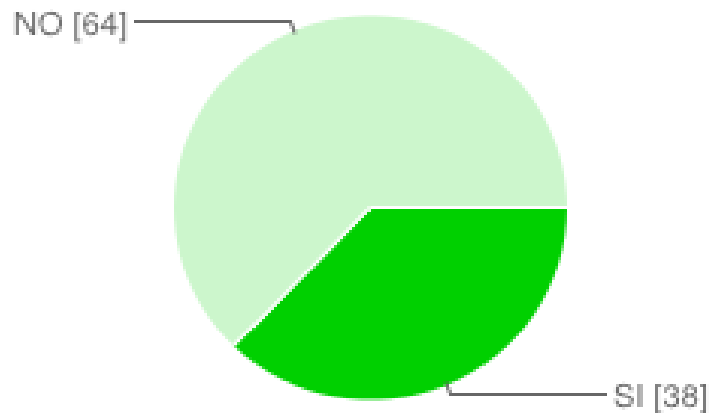


Età Media

È prevalente la presenza di soci cinquantenni ed oltre

Sintesi dati raccolti

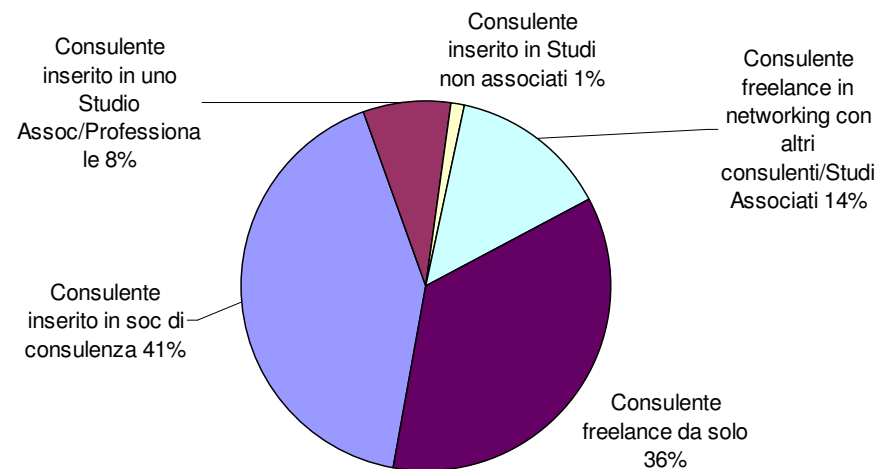
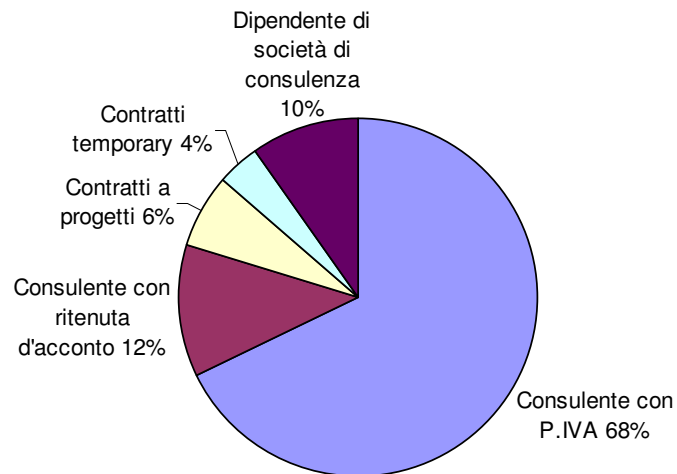
■ Iscrizione ad altre associazioni



Le associazioni che vengono indicate sono spesso associazioni territoriali (es Api industria, CNA Varese, Ass PMI ecc) oppure di categoria (es Manageritalia, Federprofessional) o specialistiche (es ANDAF, AICQ, AIAF, Dottori Commercialisti, AIDP ecc)

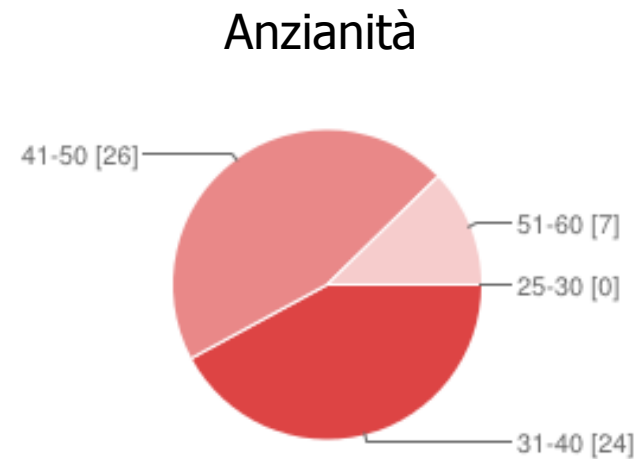
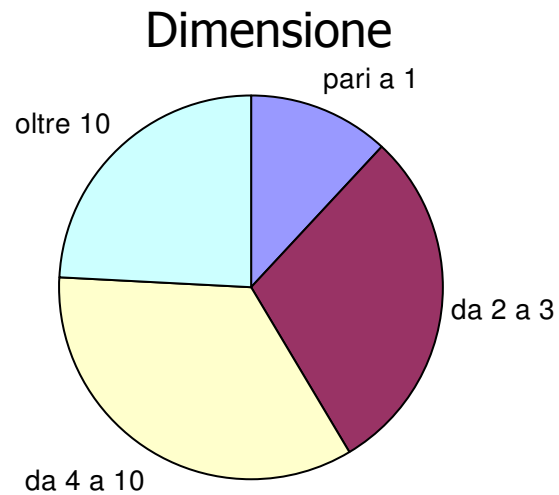
Sintesi dati raccolti

■ Tipologia contrattuale e organizzazione



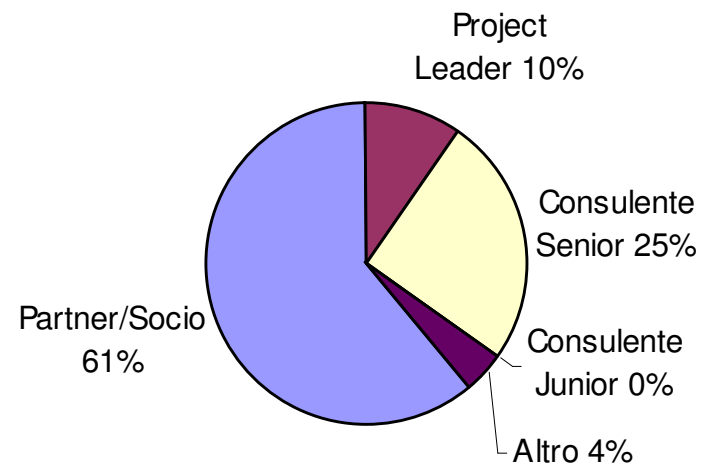
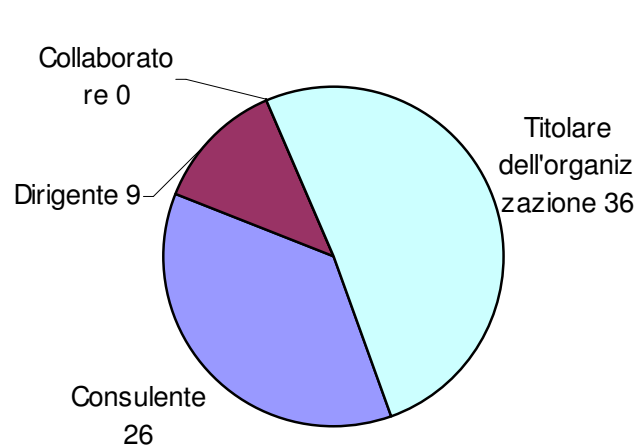
Sintesi dati raccolti

- Dimensioni ed anzianità organizzative



Sintesi dei dati raccolti

- Opera prevalentemente come





Sintesi dei dati raccolti

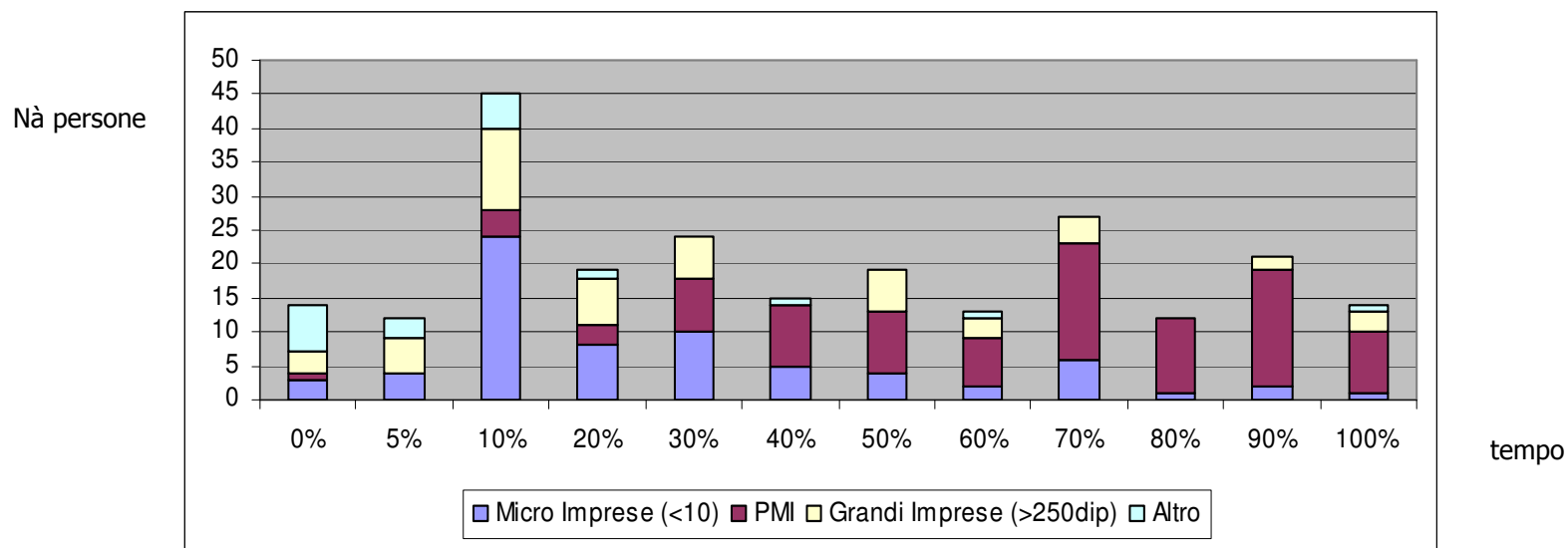
Area geografica prevalente

- L'area geografica nella quale si sviluppa l'attività di consulenza degli intervistati riguarda principalmente l'Italia (75%) , a seguire l'Europa (17%) e Paesi Extra Europei (8%) .
- Tra i Paesi Extra Europei sono citati: Iran, Arabia, Russia, Nord Africa.
- In merito ai paesi Europei sono stati indicati: UK, Francia, Svizzera, Paesi Scandinavi, Est Europa, Spagna

Sintesi dei dati raccolti

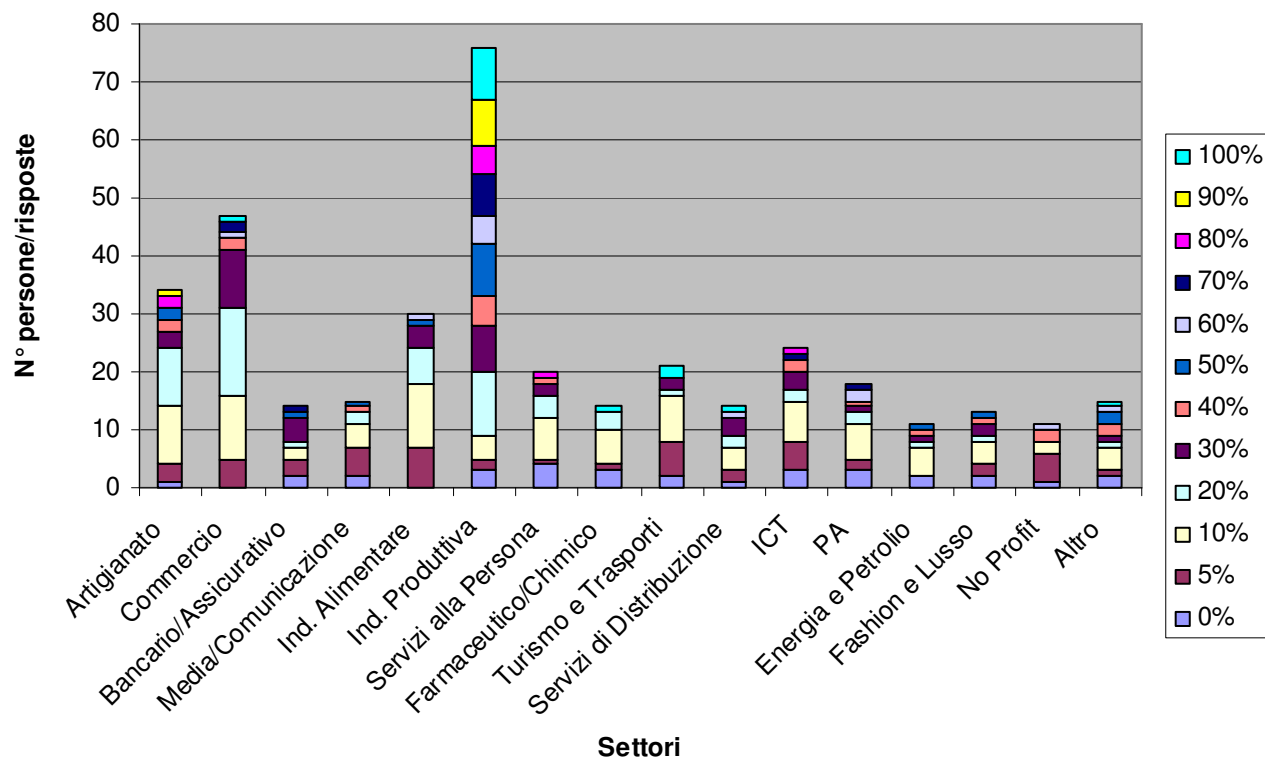
Tipologia di azienda prevalente.

I consulenti intervistati hanno segnalato una maggiore concentrazione di attività sulle PMI. Coloro che hanno dato risposta Altro, hanno specificato interventi nella PA, per società di formazione, no profit, Università.



Sintesi dei dati raccolti

- **Settori prevalenti** : nel grafico si rileva come il campione analizzato distribuisce la propria attività prevalentemente nel settore industriale (industria produttiva e alimentare), nel commercio, nell'artigianato.



Sintesi dei dati raccolti



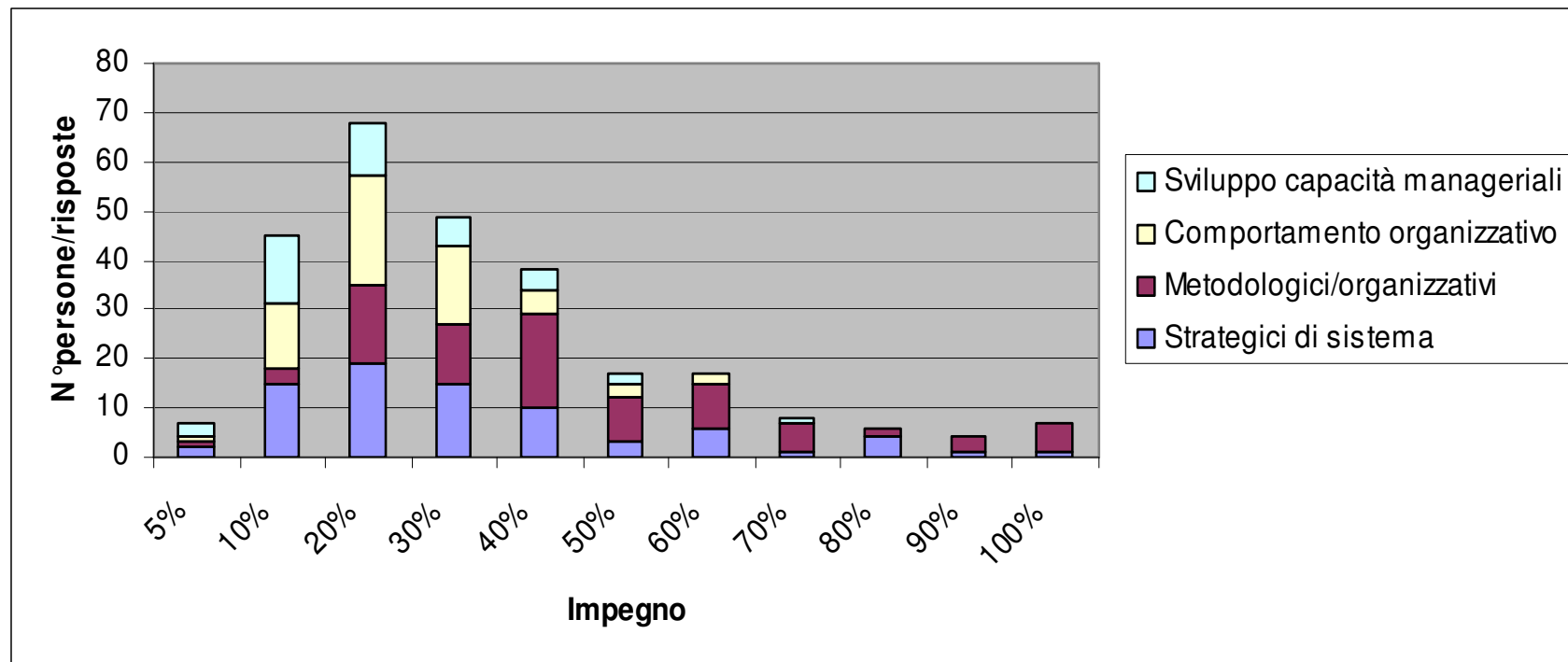
■ **Altri Settori**

Alcuni intervistati hanno indicato come settori dei propri clienti:

- Enti di formazione
- Edilizia
- Studi professionali commercialisti
- Settore sanitario
- Facility management
- Distribuzione GPL
- Trattamento rifiuti
- Real Estate
- Traduzioni professionali multilingue
- Ambasciate

Sintesi dei dati raccolti

- **Tipologie di consulenza e competenze richieste dai clienti:** prevalentemente interventi metodologici-organizzativi e di comportamento org.vo





Sintesi dati raccolti

- **Interventi strategici e di sistema : progetti realizzati (temi)**
 - Definizione vision/mission, strategie
 - Disegno piani strategici, value proposition
 - Piani industriali per riorganizzazione, riposizionamento , analisi di rilancio e diversificazione aziendale
 - Ristrutturazione, riconversione produttiva, aggregazioni, fusioni
 - Analisi di mercato, Piani di marketing
 - Start up
 - Internalizzazione
 - Passaggio generazionale
 - Scelte strategiche per servizi/prodotti in ambito cooperazione sociale e PA
 - Qualità totale



Sintesi dati raccolti

- **Interventi metodologici e organizzativi: progetti realizzati (temi)**
 - Disegno sistemi gestionali (obiettivi, ruoli, mansioni, posizioni)
 - Responsabilità e processi di delega
 - Riorganizzazione flussi, prassi e procedure
 - Project management
 - Interventi a supporto del cambiamento in aziende in crisi
 - Sviluppo e mantenimento di sistemi di gestione della Qualità, sicurezza, ambiente
 - Implementazione sistemi di controllo e budgeting, contabilità analitica
 - Riorganizzazione forza vendite
 - Supporto certificazione ISO 9001
 - Auditing commerciale, organizzativo, procedurale
 - Reporting consulenza nei rapporti banca/impresa
 - Supporto al management PA e no profit nei processi decisionali (modelli organizzativi, analisi e descrizione strutture, dimensionamento organici ecc)
 - Sistemi di compensation
 - Riduzione costi
 - Progetti di miglioramento con metodologie SixSigma
 - Riorganizzazione e pianificazione aziendale
 - Progetti ICT, Qualità, Sicurezza, Ambiente, Etica



Sintesi dati raccolti

- **Interventi comportamento organizzativo: progetti realizzati**
 - Gestione del cambiamento
 - Change management
 - Percorsi formativi
 - Right sizing, soft-re-engineering
 - Sistemi di knowledge management
 - Analisi/miglioramento di clima
 - Coaching
 - Sviluppo risorse umane
 - Team building
 - Assessment, formazione a ruolo, sviluppo ed attuazione del potenziale personale
 - Gestione/motivazione risorse umane

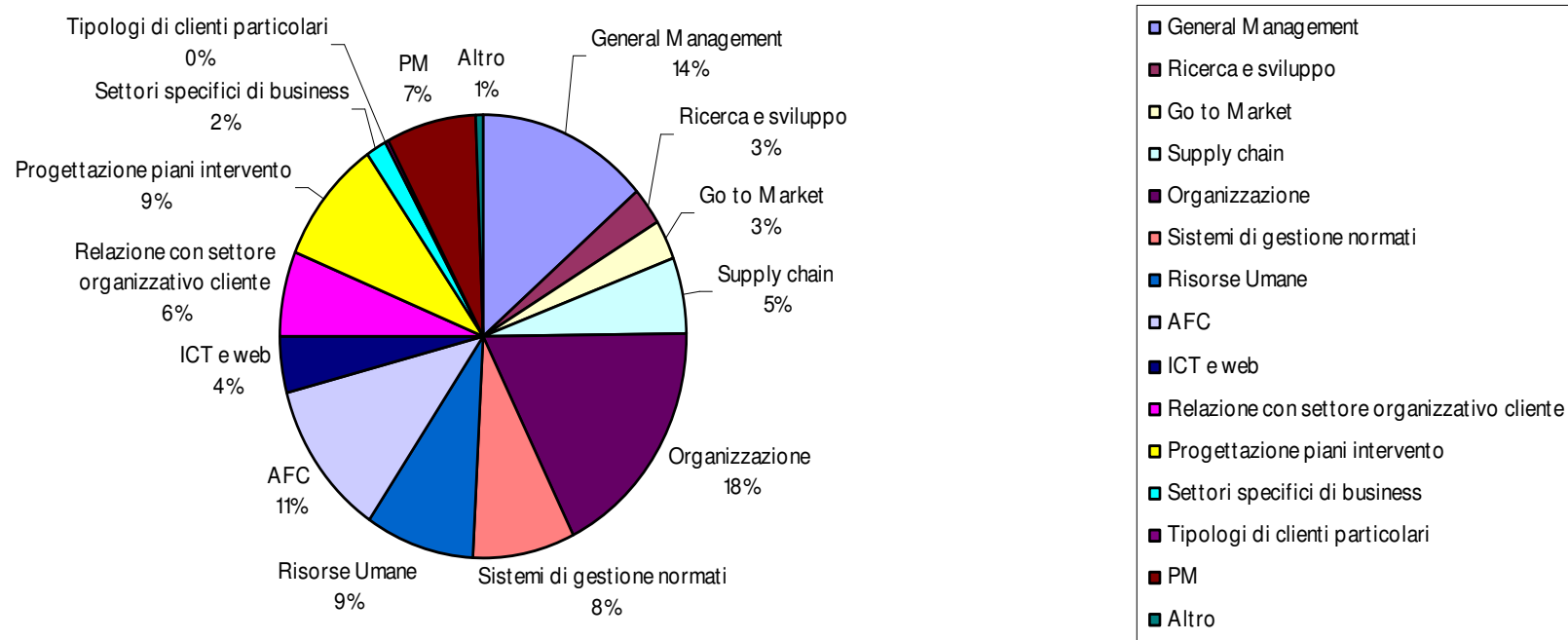


Sintesi dati raccolti

- **Interventi per lo sviluppo di capacità relazionali: progetti realizzati**
 - Negoziazione commerciale
 - Assistenza relazioni industriali
 - Miglioramento comunicazione interfunzionale / tra colleghi
 - Management motivazione for performance improvement
 - Formazione su relazione personale in ambito marketing, vendite, comunicazione
 - Problem solving
 - Gestione dei conflitti
 - Team building per manager
 - Analisi e controllo flussi informativi e di comunicazione
 - Business coaching

Sintesi dei dati raccolti

- **Competenze specialistiche** maggiormente richieste sono: organizzazione, in termini di strutture e processi, general management, AFC, progettazione di piani di intervento e risorse umane





Sintesi dati raccolti

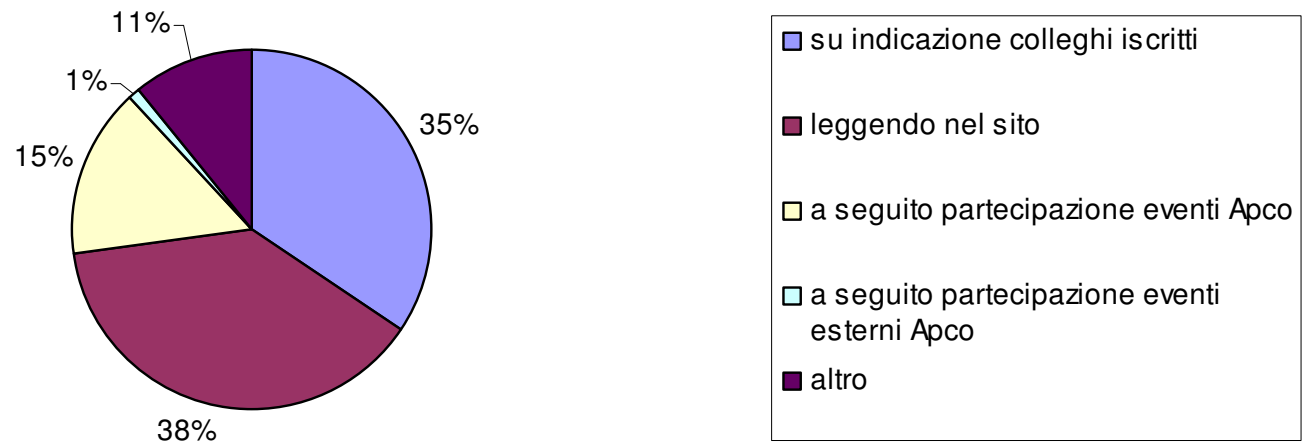
- **Competenze specialistiche: settori specifici di business/clientela**

- Selezione e somministrazione di personale a tempo determinato
- Settore, arredo e meccanica
- ICT,
- Assicurazione
- Turistico Alberghiera, Ristorazione e tempo Libero
- Fashion,
- Furniture
- Food
- GDO e Retail:
- Settore di produzione agricola e di distribuzione
- Distribuzione gas
- Settore sanitario
- PRODUZIONE E COMMERCIO DI APPARECCHIATURE, STRUMENTI E DISPOSITIVI MEDICI
- Perizie per anatocismo/usura bancaria
- ICT e Web
- Sviluppo servizi per l'impiego finalizzati all'inserimento di persone senza lavoro (manager, quadri, impiegati, operai, fasce protette)
- Verifiche Ispettive di 3° parte per conto Ente Det Norske Veritas, settori EA 17, 18, 28b, 34, 35, 39
- Consulenza per Organizzazione della Produzione e dei Cantieri
- Formatore per Enti vari (Università di Bergamo Ingegneria Gestionale, Collegio Periti Industriali di Reggio Emilia per i corsi di Abilitazione alla Libera Professione, altri)
- Automotive
- FINANZA AGEVOLATA con particolare riferimento alla Ricerca, Sviluppo ed Innovazione.
- Manifatturiero
- Bancari
- Turismo nazionale / internazionale
- No profit
- Settore ferroviario
- Consulenza per la Certificazione ISO di Sistemi Qualità, Sicurezza e Salute del Lavoro, Ambiente (Qualificato Lead Auditor per Sistemi Qualità ISO 9000 da AICQ-DNV, per Sistemi SSL OH SAS 18001 da CEPAS-DNV, per Sistemi Ambiente ISO 14001 da CEPAS-AIGQ)

Sintesi dati raccolti

■ **Iscrizione ad Apco**

La grande maggioranza degli intervistati dichiara di essersi iscritta all'associazione leggendo nel sito istituzionale Apco informazioni interessanti. Il 35% degli intervistati è stato spinto ad iscriversi su indicazione di colleghi consulenti già iscritti all' associazione





Sintesi dati raccolti

■ **Motivazione iscrizione ad Apco**

- Sviluppare networking
- Cercavo un soggetto associativo che fosse anche distintivo per il consulente.
- La storia di Apco e i contenuti in merito al grande lavoro fatto per il riconoscimento normativo della attività di consulenza rispondeva a questa mia esigenza per dare maggiore visibilità alla mia professionalità
- Informazione, formazione relazione, rete per avere una propria personalizzazione e condividere con altri
- Perché mi aspettavo riconoscibilità e distinzione nel mercato
- Per distinzione della mia attività professionale dalla generica e variegata attività che va sotto il nome di consulenza
- Credo nel network e nello sviluppo di relazioni con altri professionisti.
- Mi permette di partecipare e organizzare eventi formativi e informativi molto utili per l'aggiornamento professionale.
- Per sintonia con colleghi già iscritti, per avere la possibilità di scambiare esperienze ed opinioni sulla nostra professione e per estendere la rete di conoscenze, da utilizzare anche nel business.
- Rappresentanza di categoria, certificazione, servizi.
- Scambi associativi e crescita > per non isolarmi, da indipendente> per interscambio di conoscenze tra colleghi> per ottenere un brand qualificante alla mia attività professionale
- Per avere un punto di riferimento professionale per cercare opportunità di lavoro
- Per ottenere la certificazione CMC per essere maggiormente accreditato e riconoscibile come professionista specialistico
- Per confrontare le esperienze con i colleghi e per stare sempre aggiornato con le tecniche e metodologie di management più evolute.
- L'obiettivo era ed è quello di avere un plus riconosciuto rispetto alla concorrenza



Sintesi dati raccolti

■ **Motivazione iscrizione ad Apco**

- Per presentarmi in modo più "istituzionale"
- Perché la ritenevo e la ritengo una Associazione Professionale seria che fornisce un codice deontologico riconosciuto anche a livello internazionale.
- Perché ritengo sia la più qualificata tra le associazioni che si occupano specificatamente di consulenza di management e perché complementare ed integrativa alla mia storica partecipazione a Manageritalia nata attraverso la prima parte della mia carriera nella veste di dirigente
- Per trovare la formazione necessaria ad un percorso continuo di crescita professionale ed un luogo di confronto con professionisti operanti nel mio medesimo ambito Per arricchire la mia professionalità conoscendo e confrontandomi con colleghi qualificati
- Per entrare in una comunità che si interessa al mondo dell'organizzazione del lavoro
- per avere un ambiente di riferimento professionale culturalmente evoluto
- Per essere un Consulente Professionista di Qualità, riconoscibile dal mercato che tutela il Cliente.
- Per trovare una casa comune
- Considero da sempre importante la partecipazione ad una associazione di categoria per cercare un riscontro esterno ai processi interni IBM di certificazione
- Per accrescere le mie competenze, garantire un lavoro in linea con principi deontologici ed etici,
- Per aver un'attività formativa mirata.
- Perché ritengo APCO una Associazione in grado di rappresentare le esigenze del professionista.
- Sostegno e tutela della propria attività
- Per avere vantaggi derivanti da convenzioni e la massa critica degli iscritti
- Data Base di colleghi qualificati per eventuali collaborazioni
- Supporto organizzativo, legale, sviluppo attività



Sintesi dati raccolti

■ Cosa si aspettava di trovare in Apco e ritiene di aver trovato?

- Stabilire occasioni di confronto professionali > la possibilità di creare relazioni tra colleghi
- Professionalità, struttura, attenzione
- Condivisione e maggiore comprensione sui problemi incontrati dai colleghi nello svolgere la propria attività di consulente.
- Spirito di appartenenza.
- Volontà al miglioramento.
- Esperienze di altri colleghi / competenza
- Informazione. oltre a qualifica cmc
- Un network di altri professionisti
- Un riferimento normativo, istituzionale riconosciuto.
- Che cmc abbia più valore con i clienti, p.e. pubbliche amministrazioni
- Un riferimento a livello nazionale riconosciuto.
- Mi aspettavo di ottenere più visibilità e maggiori opportunità, ma ritengo di aver trovato comunque una identità professionale. la presenza di un'organizzazione "viva", fatta da professionisti, che cerca di migliorare le condizioni ambientali, intervenendo su istituzioni, associazioni, ecc,
- Una associazione per i soci e per il mercato
- Formazione continua
- Una rete di colleghi capaci
- Serietà
- Forte diffusione territoriale in Italia
- Un'Associazione di livello internazionale



Sintesi dati raccolti

■ Cosa si aspettava di trovare in Apco e ritiene di aver trovato?

- Un'associazione che costruisce il suo percorso "storico", sulla base dei contributi di chi vi è iscritto, in un dato momento o periodo, e partecipa alla vita associativa. In questo senso mi aspettavo di trovare altri professionisti che svolgono il mio stesso mestiere (nei contorni di massima) e che hanno messo in campo metodologie, strumenti e tecniche di soluzione dei problemi dei clienti, da cui attingere esperienze, casi e dibattiti, utili per la crescita della professione.
- La certificazione periodica delle competenze che ritengo sia il miglior biglietto da visita da poter affiancare al proprio curriculum personale e professionale.
- Organizzazione, pragmatismo
- Disponibilità nei miei interlocutori regionali .
- Coesione
- Una associazione trasversale sulle discipline che attraverso la L.4/2013 ha l' opportunità sancita dal MIS per la creazione di una rete di professionisti seri e preparati ciascuno nella sua specialità e a 360° per garantire sviluppo in un Paese governato in questi anni da ordini e collegi che non sono più sufficienti sia per competenze che per complessità.
- Un riferimento istituzionale per accreditare la mia professione presso i clienti Professionalità e competenze
- Un'associazione molto concreta ed essenziale. Non è un' associazione di categoria politica e statica, ma dinamica, giovane come approccio e finalizzata al reale benessere degli associati, anche in termini di stabilità ed efficienza per il futuro.
- Un'associazione attenta ed efficiente.
- Elevata qualità degli standard formativi
- Stimoli ad uscire dal proprio ambito specialistico, confronto.
- Relazioni, possibilità di business



Sintesi dati raccolti

■ Cosa si aspettava di trovare in Apco e ritiene di non aver trovato

- Un'associazione meno professionalizzata, per molti aspetti incoerente nei comportamenti organizzativi rispetto allo "standing" del professionista che dice di voler far conseguire, discontinua e fortemente disorganizzata.
- Difficoltà a comprendere il valore delle molte risorse di cui dispone e non le mette a frutto.
- Vantaggi concreti e servizi derivanti da convenzioni con la massa critica degli iscritti
- Interscambio conoscenze: poca disponibilità dei colleghi
- Aggiornamento professionale specifico e trasversale: purtroppo tutto a Milano!
- Confronto nazionale <---> internazionale. Collegamenti forti con associazioni internazionali, aggiornamenti con vision internazionale
- Una rappresentatività associativamente utile e una modalità di scambio agile, dinamica e fruttuosa. ambiti di discussione e approfondimento
- Scambio di informazioni e opportunità di lavoro. I consulenti non fanno squadra
- Un percorso formativo più stringente . Più formazione continua, maggiore interdisciplinarietà, formazione su temi specifici
- Rappresentanza di categoria = Considerazioni di tipo strategico anche in relazione alla professione ossia una identificazione chiara delle capacità degli associati certificata e pubblicizzata dall'associazione
- Networking internazionale
- Una maggiore possibilità di incontri in area centro sud Italia
- Maggiore determinazione nel favorire la notorietà dell'associazione presso le PMI
- Un contesto più dinamico, più vicino ai propri iscritti, con organizzazione più frequente di incontri, eventi, ecc. opportunità di lavoro
- Corsi tenuti in sedi più facilmente raggiungibili



Sintesi dati raccolti

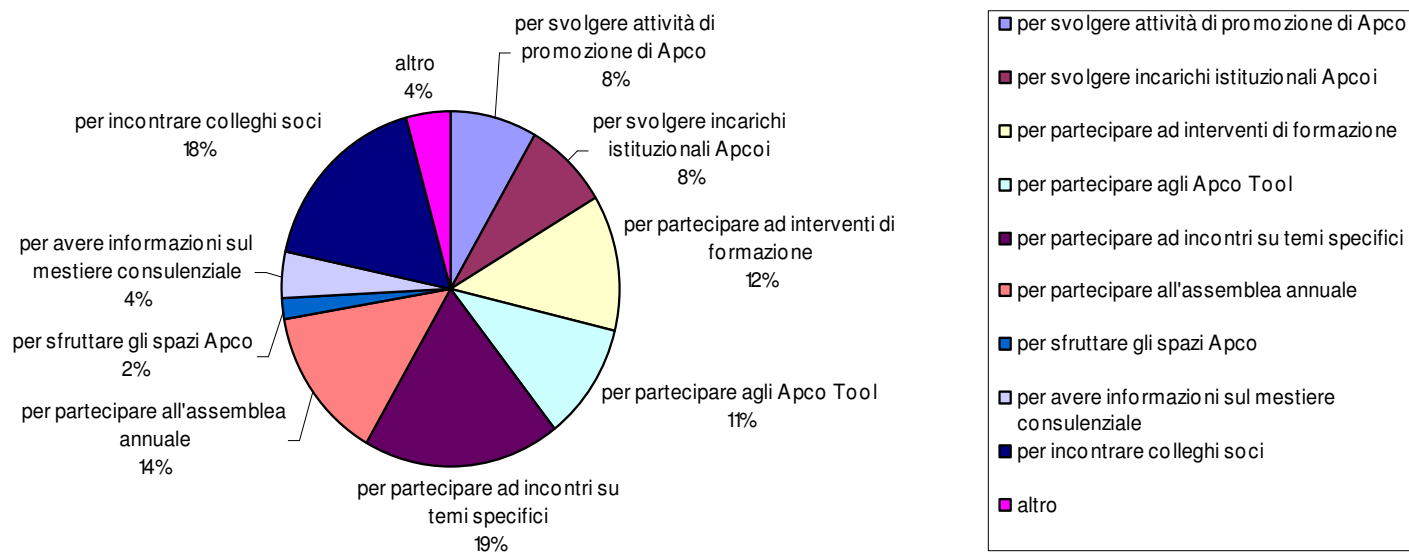
■ Cosa si aspettava di trovare in Apco e ritiene di non aver trovato

- Servizi correlati all'attività gestiti direttamente da APCO che generino sicurezza e tranquillità al professionista come: l'Assicurazione e la Tutela Legale che fino ad ora, sono state proposte con convenzioni ad utilizzo individuale a costi peggiorativi rispetto al mercato
- Maggiori possibilità di incontri sfruttando le nuove tecnologie e il Web 2.0
- Mi sono iscritto a più eventi poi annullati per mancanza di partecipanti.
- Un brand riconosciuto come garante del livello professionale del consulente da parte delle aziende.
- Una maggiore capillarità sul territorio nazionale per l'erogazione di servizi formativi e non a tutti gli associati
- Fare rete virtuale con colleghi di altre discipline per fornire ulteriore valore aggiunto per il Cliente
- Forza, coraggio, freschezza e vivacità
- Una rete capace di dare maggiori strumenti pratici (relazioni, eventi, informazioni, etc...) che non fossero solo formazione "in aula", per poter intervenire con maggiore efficacia sul mercato
- Niente innovazione reale e partecipazione concreta allo sviluppo della professione consulente
- Maggiore attenzione agli aspetti previdenziali e fiscali che in questo periodo colpiscono particolarmente il lavoro professionale, magari in accordo con PIU' e Acta per favorire sinergie data la assoluta mancanza di rappresentatività politica del lavoro professionale non legato agli ordini.
- Assistenza, struttura, relazioni con clienti.
- Le riunioni sembrano gruppi di alcolisti anonimi in difficoltà. Sono stati informati come soci gruppi di persone senza le caratteristiche richieste di esperienza e titolo di studio che non fanno consulenza di management.
- Il livello culturale medio dei soci sia attualmente abbastanza basso.
- Le attività sono fortemente Milano centriche.
- Una lobby capace di interagire con il sistema produttivo e dei servizi facilitando la selezione delle consulenze più adeguate per le specifiche necessità dello stesso sistema produttivo e dei servizi

Sintesi dati raccolti

■ Coinvolgimento nelle attività: motivi di partecipazione nell'ultimo anno

Oltre il 60% delle persone frequenta Apco per incontrare colleghi e partecipare ad incontri di formazione e aggiornamento. Solo il 16% frequenta Apco anche (o solo) per supportare lo sviluppo e la promozione dell'associazione, così come solo il 14% dichiara di partecipare all'assemblea annuale





Sintesi dati raccolti

■ **Coinvolgimento nelle attività: motivi di assenza di frequentazione**

- Nessun incontro formativo di approfondimento legato al business dello studio in cui lavoro. molti interessanti per la mia crescita personale, ma scarsi budget per giustificarli
- Elevate trasferte settimanali, tempi, distanze , dislocamento a Milano troppo impegnativo, incontri quasi sempre programmati in giornate lavorative a Milano, costi
- Argomenti a volte poco di interesse
- Altre priorità
- Tempo (sic !!) fondamentale per.....mia pigrizia.
- Già investito a sufficienza negli anni '90 con notevole dispendio sia di energie sia di risorse economiche tutte a mio carico. Sintetizzando possiamo affermare "già dato".
- Solo da poco tempo sono entrato a far parte di APCO e di fatto non ho ancora usufruito dei corsi e non ho ancora partecipato a convegni e seminari.
- Negli ultimi 3 mandati di Presidenza APCO c'e' una struttura del consiglio direttivo troppo autocentrata. Occorre sondare periodicamente gli interessi e le tendenze dei soci nelle sedi territoriali, per spunti sui programmi e gli interventi utili. I soci si devono fare "portavoce" della vita associativa, anche tramite i coordinatori territoriali, per dare alla Presidenza indicazioni circa l'orientamento, la direzione strategica e di sviluppo e ampliamento
- Mercato attuale complesso in urgenza.



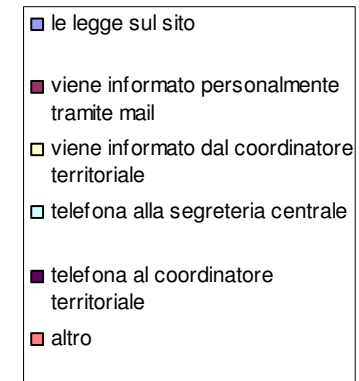
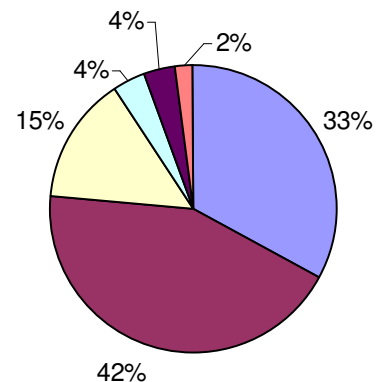
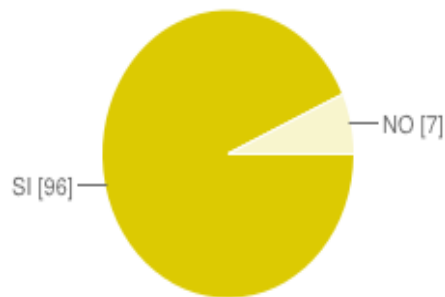
Sintesi dati raccolti

- **Coinvolgimento nelle attività: motivi di assenza di frequentazione**
 - Non trovandomi in accordo con le strategie portate avanti che di fatto non offrono visibilità e distinzione sul mercato. serve poco rispetto alla quota che si paga
 - Gli, da alcuni anni la consulenza nelle varie aziende mi occupa tutti i giorni feriali e qualche volta il sabato.
 - Nei primi anni ho partecipato sia a incontri che a corsi di aggiornamento, ho messo a disposizione tempo e relazioni, fatto eventi con CONFINDUSTRIA mc e pu ma poi non è servito per fare quello che ci si era prefissati quindi ho capito e ho "abbandonato" ed è subentrato un impegno lavorativo sempre maggiore
 - Mancanza di eventi e formazione su contenuti innovativi e di apertura internazionale

Sintesi dati raccolti

■ Informazioni sulle attività di Apco

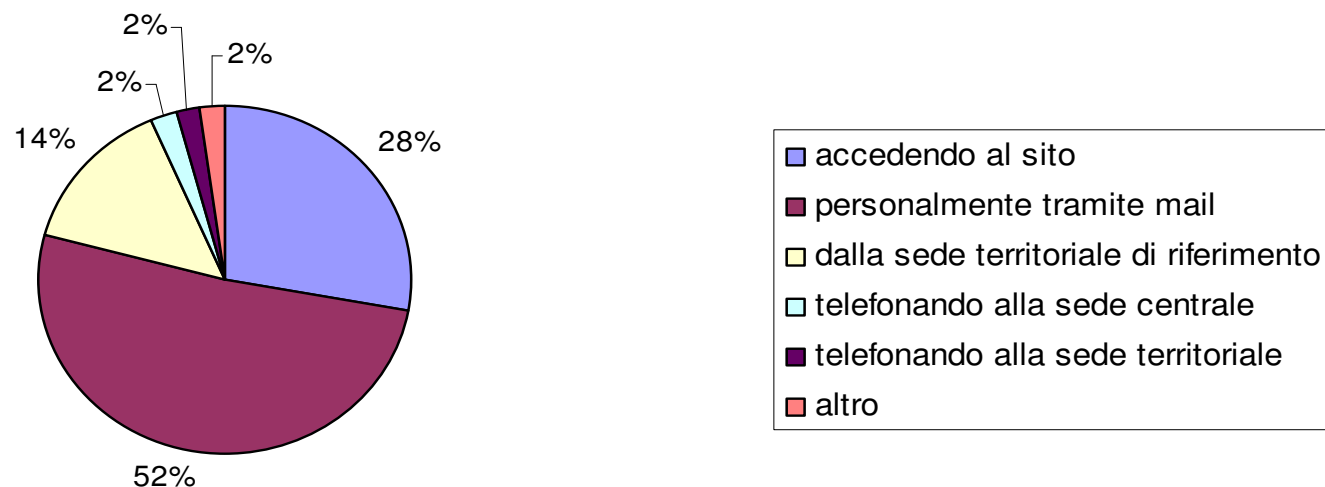
Quasi la totalità degli intervistati dichiara di avere informazioni adeguate sull'attività di Apco, che ottiene leggendo dal sito od essendo informato personalmente tramite mail



Sintesi dati raccolti

■ Informazioni sulle attività di Apco: come si preferisce riceverle

Si conferma l'interesse a ricevere le informazioni inerenti la vita associativa Apco accedendo al sito istituzionale (28%) e ricevendo mail personali (52%). Il dato è coerente con una professione che si svolge prevalentemente "fuori sede" e per la quale il contatto da remoto, con tempi gestibili personalmente, facilita la relazione

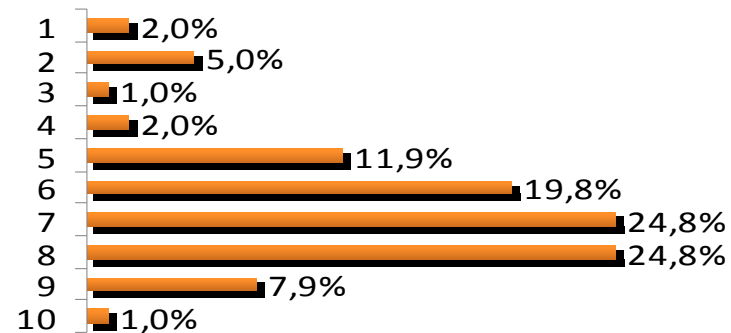


Sintesi dati raccolti

■ Grado di soddisfazione complessivo dei servizi Apco

la maggior parte degli intervistati valuta positivamente i servizi ricevuti da Apco; solo poco più del 20% da un giudizio negativo

**Grado soddisfazione complessivo
dei servizi APCO**



Fonte: survey OCI APCO 2013



Sintesi dati raccolti

- **Valutazione sui servizi offerti da altre Associazioni**

Le poche risposte ricevute danno valutazioni complessivamente positive sui servizi offerti in particolare da AICQ, ASSOCHANGE, AIDP, AIAA, PMI, Associazioni Commercialisti , ADACI, AIMAN, CTL.

Per alcune associazioni i giudizi oscillano tra negativi e decisamente positivi (AIF, ANDAF, Manageritalia) mentre per altre i giudizi sono negativi (AITI, AIAF)



Sintesi dati raccolti

Valutazione sui servizi offerti da altre Associazioni: attività e iniziative di interesse che Apco non offre

- Eventi organizzati nelle vicinanze della mia provincia e presenza nel territorio.
- Opportunità di formazione qualificata. Formazione su temi specifici
- Collegi molto più focalizzati sull'obiettivo associativo comune Knowledge center
- E' un'iscrizione sindacale obbligatoria per pensione ed assistenza sanitaria
- Maggiore capacità di organizzare eventi (gratuiti), utili sia per migliorare le proprie competenze, che per rendere possibili incontri potenzialmente utili ai fini professionali e lavorativi. Più attività di workshop
- Relazione con altri professionisti , networking
- Supporto tecnico - Tools disponibili
- Maggiore visibilità
- IDEE ALTERNATIVE - Osservatori su varie situazioni sui quali si possa sviluppare analisi di mercato.
- In Acta un'elevata attenzione agli aspetti fiscali e previdenziali anche se è necessario specificare che l'associazione è sostanzialmente nata per garantire una difesa degli interessi dei professionisti
- Creazione di un repertorio qualificato di manager(Manageritalia). Da tale repertorio attingono per progetti vari Camere di commercio, Aziende, Università, in ottica di incarichi di temporary management e/o di formazione.
- Competenze più specialistiche,
- Maggiore animazione, confronto, dibattiti, recepimento delle iniziative personali a favore degli altri iscritti all'associazione
- Incontri con aziende che hanno sviluppato progetti interessanti
- Maggior numero di convenzioni con case editrici, software ecc..., soprattutto in relazione ad una quota associativa decisamente inferiore.

Sintesi dati raccolti

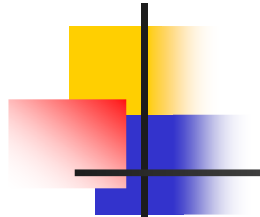
Grado di soddisfazione iter qualificazione professionale ex L.4/2013

La maggioranza degli intervistati dichiara positivo il processo di qualificazione professionale che Apco rilascia a coloro che svolgono attività di consulenza e di management, secondo quanto previsto dalla legge del 2013 ed in linea con gli standard ed i codici di comportamento internazionali. Anche fra coloro che hanno espresso un giudizio non particolarmente positivo emerge l'interesse a mantenere forte attenzione all'iter di qualificazione, ad avere maggiori informazioni sulla procedura e a diffondere l'informazione sul mercato



Fonte: survey SOCI APCO 2013

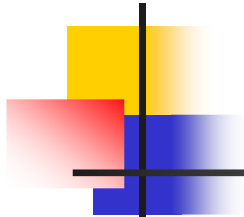
Sintesi dati raccolti



■ **Grado di soddisfazione iter qualificazione professionale ex L.4/2013: motivazioni**

- Verifica triennale dell'attività svolta completata dalle attestazioni delle aziende fondamentale garanzia sia per APCO che per tutta la clientela.
- Per quanto riguarda i parametri della legge il processo di qualificazione non è adeguato alla preparazione che si deve avere per affrontare il mercato. Rendere più rigido il percorso di qualifica CMC vincolando il rinnovo triennale ad un confronto con commissione a Milano
- Timore che l'approvazione della legge 4 produrrà una inonata di consulenti paganti, e che il livello culturale si abbasserà ulteriormente, facendo diminuire l'importanza dell'associazione e la differenziazione sul mercato.
- Manca attività di lobbying (es.: spingere le amministrazioni pubbliche a inserire dei punteggi nei bandi a favore degli iscritti APCO)
- Adeguata accessibile ma qualificante / Percorso serio e giudizi qualificati. Serietà dell'impostazione e dei requisiti. Serietà del processo, affidabilità dell'esame
- Un riconoscimento alla preparazione professionale (Conoscenze/competenze),
- Selettivo rispetto ad un universo non sempre qualificato! Apco molto in prima linea sull'argomento.
- Occorrerebbe mirarlo maggiormente agli effettivi bisogni attuali e di prospettiva dei clienti
- Credo che ci sia stato un livellamento verso il basso.
- Manca completamente il feedback della soddisfazione reale del cliente per gli interventi effettuati dal consulente, così come manca un vero e proprio sistema di verifica degli aggiornamenti professionali effettuati

Sintesi dati raccolti



■ **Grado di soddisfazione iter qualificazione professionale ex L.4/2013: motivazioni**

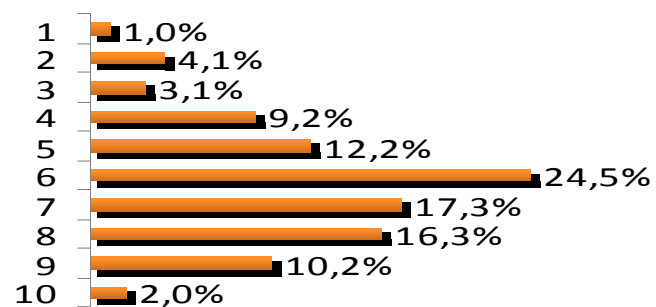
- Solamente al colloquio iniziale si approfondiscono in parte questi argomenti.
- La L4/13 è passata inosservata sul mercato, Apco è stata pronta a cogliere l'occasione nell'offrire ai soci la possibilità di qualificarsi
- E' coerente con la mission e l'importanza della funzione professionale.
- Vista la procedura e le evidenze richieste, oltre al colloquio con la commissione soci, adeguato l'iter di qualificazione prof.le.
- La rivista e le informazioni sul sito sono più che sufficienti per conoscere quanto serve.
- Non c'è alcun filtro efficace in merito alla qualità del lavoro svolto dai consulenti
- L'esame è sufficiente ma la formazione andrebbe rinforzata e pubblicizzata non solo sulle riviste specialistiche.
- Formare una classe di manager/consulenti non basta è necessario alzare l'asticella e comunicarlo alle Istituzioni per offrire opportunità di sviluppo. Esiste una Legge, si potrebbe proporre - come avviene per Ordini e Collegi che per alcune attività (es. ristrutturazioni, riorganizzazioni, gestioni di imprese, o progetti simili) - che i professionisti associati siano riconosciuti come qualificati per queste attività, anche rinforzando e personalizzando i percorsi di formazione con investimenti pubblici.
- Non c'è alcuna visibilità per il Consulente Certificato: il marchio CMC non è conosciuto nel sistema produttivo e dei servizi.

Sintesi dati raccolti

■ Grado di soddisfazione formazione

il 70% degli intervistati dichiara di essere soddisfatto delle iniziative di aggiornamento e sviluppo professionale organizzate da Apco

**Grado soddisfazione
formazione APCO per
aggiornamento e sviluppo
competenze associati**



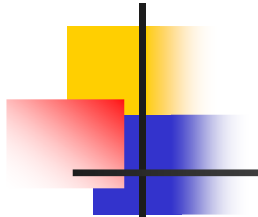
Fonte: survey SOCI APCO

Sintesi dati raccolti

■ **Grado di soddisfazione formazione: motivazioni**

- Da 10 anni, pur utilizzando analoghe tecniche di management, mi sono orientato a settori regolamentari specifici sulla sicurezza e la salute nell'ambito del lavoro (D.Lgs 81/2008 e s.m.i.) Trovando nell'ambito di Confindustria il principale motore formativo.
- Credo che un buon consulente, anche se specialista, necessiti di una panoramica generale delle competenze nei vari settori chiave, motivo per cui Apco dovrebbe promuovere maggiormente attività "diversificate" per permettere ai soci di avere un caleidoscopio di competenze
- Rarissime le iniziative sul territorio
- Qualificate e sufficientemente distanziate
- Grande attenzione e supporto per cercare di omogeneizzare il know how
- Mi sembrano essere organizzate esclusivamente nella forma di corsi a pagamento. Ad es. Andaf organizza anche incontri gratuiti, sicuramente anche per i fini commerciali e/o promozionali delle aziende che vi partecipano, ma comunque hanno il pregio di riuscire a fare anch'esse formazione, non solo gratuita ma innanzitutto con una percezione di cosa stia accadendo sui mercati.
- Troppo generico e poco organico: senza focus e quindi con scarsa coerenza delle iniziative nella loro finalizzazione
- La formazione APCO non risulta focalizzata su specifici argomenti di carattere tecnico-manageriale, ad esempio lean manufacturing, management by process, gli argomenti connessi agli schemi di management certificati, ...
- A VOLTE APPAIONO POCO CALATE NEL TESSUTO IMPRENDITORIALE IN CUI MI MUOVO (MICRO)
- Mancanza di comunicazione in tutta la stampa specializzata ed a carattere nazionale.
- Viene privilegiata la formazione tecnica e trascurata la componente imprenditoriale.
- Non trasferiscono di fatto tecniche e metodologie a supporto della consulenza sempre più complessa
- Praticamente nulla di quanto proposto è applicabile in modo globale al sistema sanitario.
- Scarse le occasioni di "aggiornamento" rispetto a quelle di "formazione" Scarse anche le occasioni di aggiornamento "trasversale" rispetto alle specializzazioni

Sintesi dati raccolti



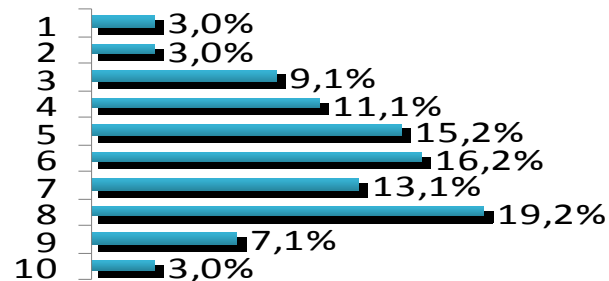
- **Grado di soddisfazione formazione: motivazioni**
 - Credo che le attività formative APCO siano dirette a Consulenti di alto-altissimo livello, categoria alla quale non ritengo di appartenere, ma sono anche convinto che le necessità delle PMI (che sono la maggior parte delle Aziende italiane) siano più allineate alla richiesta di competenze (più usuali) quali la maggior parte di Consulenti, come me, può erogare abitando fuori Milano
 - Sarebbe utile informazione via email. Maggior uso del web.2.0 per evitare inutili spostamenti
 - Contenuti sempre adeguati e personale docente competente (mi riferisco a 2-3 corsi svolti in questi anni)
 - Sarebbe opportuno effettuare periodicamente dei sondaggi su materie di interesse degli associati in modo da personalizzare le attività formative sempre più necessarie a Consulenti di punta.
 - Temi aggiornati e utili
 - In altre realtà ho trovato grande disponibilità a considerare temi tradizionalmente poco considerati da apco: - il passaggio da lavoro manageriale dipendente a quello autonomo (per i dirigenti espulsi dal mercato del lavoro) - l'attenzione ai vissuti legati alla condizione di manager che perde il lavoro e/o di imprenditore in difficoltà legate alla crisi
 - Forte divario tra i concetti teorici e sviluppi pratici. Forse si potrebbe studiare una serie di corsi più mirati e meno generici.
 - Iniziative molto "italiano centriche"
 - Contenuti che appaiono poco innovativi (leggendo riviste del settore come per esempio HBR, si trovano stimoli maggiori senza spendere i soldi e tempo consulenziale)
 - Iniziative che paiono dirette maggiormente a target di consulenti con poca esperienza manageriale
 - Salvo rarissime eccezioni, le iniziative a cui ho partecipato non mi sono sembrate di qualità sufficiente ad elevare il know how che già avevo

Sintesi dati raccolti

- **Grado di soddisfazione relativo alla comunicazione esterna**

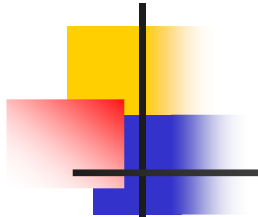
Circa il 60% degli intervistati ritiene soddisfacente la comunicazione esterna effettuata da Apco finalizzata a sostenere, affermare e diffondere la conoscenza del ruolo del consulente di management

Grado soddisfazione comunicazione esterna APCO per la diffusione del ruolo di Consulente di Management



Fonte: survey SOCI APCO 2013

Sintesi dati raccolti



- **Grado di soddisfazione relativo alla comunicazione esterna: motivazioni**
 - Negli ultimi anni è stato fatto decisamente molto.
 - Certamente "pubblicizzare" e valorizzare il codice etico della nostra Associazione può portare benefici a tutti coloro che ne fanno parte.
 - Buona l'offerta di convegni ed eventi anche di un certo livello.
 - APCO era, è e continua ad essere un'associazione quasi sconosciuta nell'ambiente industriale, particolarmente nelle PMI
 - E' opportuna l'attività congiunta con altre categorie/associazioni ecc anche verticali
 - Essendo il mio mercato la micro e piccola impresa ritengo che in questo settore si possa fare di più
 - Negli ultimi anni la visibilità di apco è aumentata verso la business community e non solo verso il sistema consulenziale
 - Questo primo periodo di appartenenza si è combinato con la promulgazione della legge sulle professioni e l'Apco mi è sembrata molto attiva a tutti i livelli anche istituzionali
 - APCO purtroppo non dispone ancora di canali diretti privilegiati nel dialogo con le istituzioni, né al momento la qualifica di Socio APCO costituisce un titolo che crea distinzioni nei confronti delle medesime
 - Per l'iniziativa organizzata con il Comune di Milano sui manager espulsi dal mercato del lavoro c'è stata una modalità molto efficace di comunicazione dell'iniziativa
 - Molte aziende mie clienti non sanno chi sia APCO
 - La comunicazione verso l'esterno, a mio avviso, è fatta solo con scopi di marketing associativo, per acquisire nuovi soci
 - Non viene fatta alcuna attività di comunicazione per promuovere i consulenti certificati (se togliamo qualche
 - Le amministrazioni pubbliche ci ignorano.
 - Insufficiente. Scarsa rappresentatività

Sintesi dati raccolti



- **Grado di soddisfazione relativo alla comunicazione esterna: motivazioni**

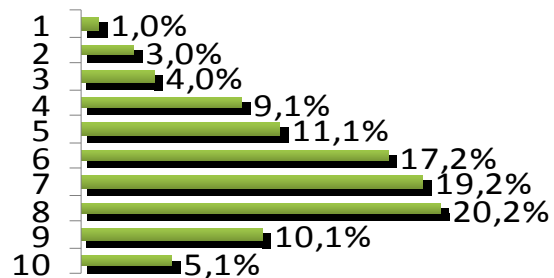
- Ottimo il ruolo svolto ai fini dell'approvazione della legge 4/2013.
- Ritengo che la comunicazione sia efficace.
- Sugerirei di promuovere azioni mirate verso l'utente finale (aziende o associazioni di categoria territoriali).
- Andrebbe fatto molto di più verso la società civile per ottenere un'effettivo riconoscimento dal mercato.
- Ottimi interventi in HBR e in altre occasioni.
- Troppa attenzione al mondo delle PA e troppa poca attenzione alle aziende private
- In base alle limitate disponibilità economiche di APCO, credo che uno dei punti di forza sia la disponibilità delle persone preparate e capaci che riescono a diffondere e valorizzare l'associazione.
- Non ho mai trovato un cliente che conoscesse apco
- Totalmente insufficiente e inefficace sia sotto il profilo contenutistico che nell'individuazione dei destinatari
- Solo rare comparse sul Sole 24ore

Sintesi dati raccolti

- **Grado di soddisfazione relativo servizi Apco per l'identità professionale**

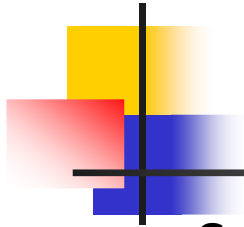
Oltre il 70% degli intervistati ritiene soddisfacenti i servizi che Apco effettua relativamente al senso di identità professionale

**Grado soddisfazione servizi
APCO finalizzati al
senso di identità
professionale**



Fonte: survey SOCI APCO 2013

Sintesi dati raccolti



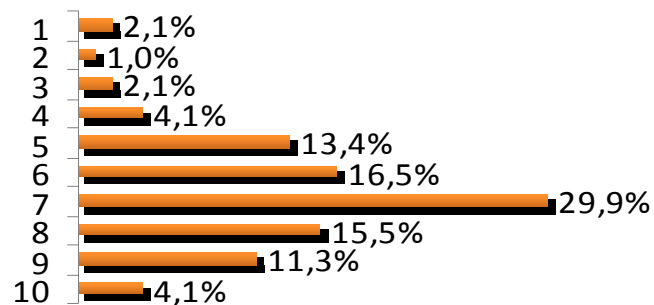
- **Grado di soddisfazione relativo servizi Apco per l'identità professionale: motivazioni**
 - E' l'unica associazione che conosco che rispecchia bene la mia attività
 - Ben definiti i ruoli, le competenze, l'Iter di certificazione ecc.
 - Associazione non visibile. Marchio CMC non conosciuto.
 - Buono, ma solo grazie all'impegno del delegato della mia regione
 - Non posso dire che dal centro ci sia una grande spinta in tal senso.
 - Ottimo impegno
 - Non si evidenzia bene la funzione sociale di questa nostra professione.
 - Internamente il senso di identità elevato, adeguato perlomeno; verso l'esterno invece siamo piuttosto invisibili . Bisognerebbe puntare ad avere maggiore riconoscimento da parte di altre associazioni ed enti (Confindustria, Commercialisti)
 - Non mi sembra vi siano servizi in tal senso da parte di APCO
 - Sarebbe opportuno rendere maggiormente visibili le iniziative di APCO, magari utilizzando un canale a basso costo come il WEB. Convegni, percorso di qualificazione adeguati.
 - Credo fondamentale mantenere l'identità APCO anche se poi si collega con altre associazioni
 - Ritengo che oggi APCO rappresenti nell'ambito della consulenza un riferimento di alto livello.
 - Assolutamente insufficiente, ma non facile da realizzare
 - Forte, ma ovviamente non poteva essere diversamente, eterogeneità tra i Soci APCO per ambito professionale, struttura propria, localizzazione, background ecc....
 - Mi aspetto qualcosa di più per quanto riguarda la formazione , , , Ma dove non arriva APCO fortunatamente ci sono altre strutture in grado di accontentarmi.
 - Non condivido il metodo di rilevazione delle "competenze specifiche" degli associati, che troppi dichiarano di intervenire su tutto!!quindi senza identità! oppure identità da "consiglieri" Dovremmo indicare come settore d'intervento quello che ciascun consulente fattura oltre il 50% del suo billing!

Sintesi dati raccolti

■ **Grado di soddisfazione sulle azioni di network associativo – nazionale e internazionale**

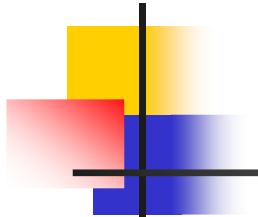
quasi l'80% degli intervistati si dichiara soddisfatto delle azioni di sviluppo che Apco ha messo in atto per allacciare e rinforzare il legame con analoghe associazioni sia italiane che estere

**Grado soddisfazione azioni
networking associativo nazionale -
internazionale**



Fonte: survey SOCI APCO 2013

Sintesi dati raccolti



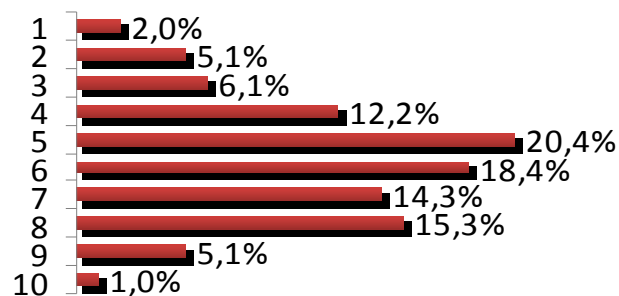
- **Grado di soddisfazione sulle azioni di network associativo – nazionale e internazionale: motivazioni**
 - Aumentare il legame con associazioni apparentemente "distanti" dal settore consulenza, ma che hanno legami di business con la consulenza e che quindi possono fare "pubblicità" indiretta ad Apco perché cominciano a conoscere il valore di Apco
 - La gestione della nuova legge è una dimostrazione
 - mi sembra di riscontrare sul sito che siano molte le associazioni professionali in stretta relazione con Apco penso che si possa dare maggiore visibilità soprattutto con l'estero Buono, anche se lo comunicherei di più.
 - Il network associativo è stato fatto prevalentemente per poter allargare la base degli iscritti
 - Non conosco tali iniziative
 - Inadeguatezza nel cogliere le potenzialità ESCLUSIVE di cui Apco dispone, nessuna attività nell'operarvi.
 - Sarebbe opportuno rendere maggiormente visibili le iniziative di APCO, magari utilizzando un canale a basso costo come il WEB, o anche altri canali informativi importanti.
 - Per le iniziative intraprese mancanza di concretezza.
 - Gli unici rapporti visibili sono con IBM e con Assocunsult che però non portano alcun beneficio agli associati.
 - Mi sembra stia facendo molto, ma non sono in grado di dare una risposta adeguatamente circostanziata. Attività intensa di cui non sono in grado di valutarne i ritorni
 - Deve avere un ritorno d'immagine se si fanno con i pari servono solo per aggregare Bene, ma credo che l'identità di APCO debba sempre prevalere. Eccellente. Numerosi gemellaggi strategici ed ultimo la nascita della Associazione delle associazioni sotto legge 4/13

Sintesi dati raccolti

■ **Grado di soddisfazione sulle azioni di network tra colleghi**

Poco più del 54% degli intervistati si ritiene soddisfatto delle iniziative di Apco indirizzate allo sviluppo delle relazioni tra colleghi finalizzate al networking professionale. Le motivazioni sottostanti la valutazione mostrano però la necessità di proseguire ed aumentare questo tipo di iniziative

**Grado soddisfazione azioni
networking tra
colleghi associati**



Fonte: survey SOCI APCO 2013

Sintesi dati raccolti

Grado di soddisfazione sulle azioni di network tra colleghi: motivazioni

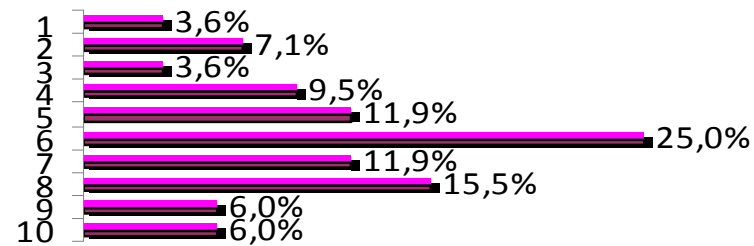
- Sporadiche attività di networking, ad iniziativa soprattutto di qualche Delegazione
- Pen so si possa fare di più utilizzando nuove modalità: blog tematico, utilizzo del sito da questo punto di vista webconference, aree web personalizzate, forum
- C'è ancora tanto da migliorare, partendo innanzitutto dalla mentalità di parte degli associati
- Alcuni delegati territoriali sono riusciti ad organizzare buone iniziative in tal senso Per ora ritengo che siano solo allo stato embrionale, e limitati geograficamente, ma, se ben gestiti, potrebbero portare a risultati interessanti.
- Ritengo che il networking debba fare carico al singolo professionista.
- APCO è chiamata a favorire occasioni di incontro. diverse iniziative mi hanno permesso di conoscere altri consulenti con i quali ho avuto modo di confrontarmi
- Molto attivo e coinvolgente, e soprattutto senza "pressing"
- Ho partecipato personalmente a un paio di questi tentativi, entrambi miseramente falliti
- Rimane il problema della limitata massa critica al di fuori di Milano
- Non ho mai visto tentativi in tal senso. Si sta iniziando (finalmente) ma bisogna sviluppare questa linea di azione
- Se Apco mi ha informato, non ha colpito nel segno. Personalmente non le ho notate
- Molte possibilità di incontro e scambi mi sembra inesistente, almeno a livello territoriale
- Poche azioni senza capire se a titolo personale o associativo. Dove sono i gruppi dei giovani e di coloro, molto pochi, che si occupano di internazionalizzazione?
- Buono, ma sempre e solo grazie a Carlo Baldassi per il Friuli Venezia Giulia.
- Scarsa disponibilità a prendere in considerazione le reali possibilità di networking Forse occorre una metodologia più mirata per caratteristiche di attività e tipologia clientela.
- C'è molto da fare: ma tutto dipende dalla motivazione degli associati, che trovo scarsa e finalizzata solo alla ricerca di new-business!
- Ho conosciuto solamente 4 / 5 soci APCO dal 1995 ad oggi.
- Non mi sembra un valore interessante.
- Disporre di un elenco dettagliato suddiviso per zona potrebbe essere un buon inizio.

Sintesi dati raccolti

- **Grado di soddisfazione sulle azioni di network internazionale ICMCI**

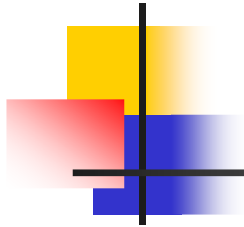
Quasi il 65% dei rispondenti dichiara di essere soddisfatto dei servizi che Apco effettua per mantenere la relazione con ICMCI. Nelle motivazioni emerge poca conoscenza delle reali iniziative effettuate da Apco; in taluni casi scarso interesse alle opportunità professionali che possono derivare da tale networking.

Grado soddisfazione azioni networking ICMCI e soci CMC finalizzate alle attività di internalizzazione



Fonte: survey SOCI APCO 2013

Sintesi dati raccolti



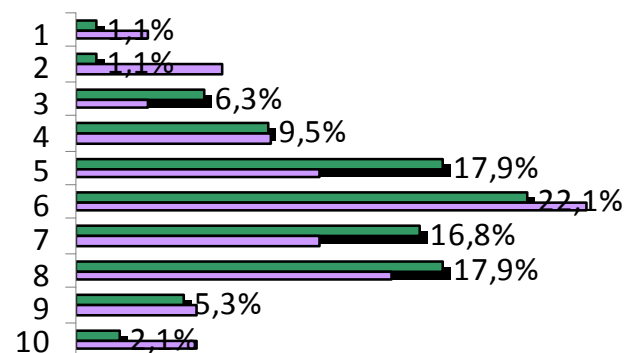
- **Grado di soddisfazione sulle azioni di network internazionale ICMCI: motivazioni**
 - Penso si possa fare di più o forse io non sono attento come dovrei
 - Non ho informazioni per esprimere il giudizio
 - Nessuna soddisfazione poiché non c'è nessuna attività. L'unica possibilità disponibile è il dire che si è parte di quel network.
 - Non ne sono a conoscenza per mio mancato interesse.
 - A parte il fatto di conoscere ICMCI, non so quale sia l'attività svolta da APCO.
 - A me non risulta nulla. Non ho indicazioni in tal senso, per mia scarsa partecipazione alla vita associativa non utilizzato
 - Necessita forse di una attività più massiccia
 - Non conosco il vantaggio competitivo dall'avere la certificazione. Che, per inciso, non costa nemmeno poco...
 - Visibilità verso il mercato
 - Non lo ritengo un obiettivo prioritario, per le caratteristiche dei Soci Apco
 - Adeguato. da possibili legami e teste di ponte per chi volesse andare o operare all'estero.
 - Ritengo che sia importante e che sarà la nuova "sfida" anche per piccole e medie aziende.

Sintesi dati raccolti

- **Grado di soddisfazione servizi offerti alla comunità professionale**

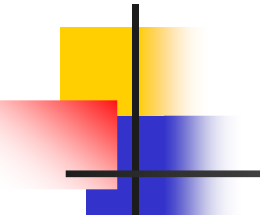
Poco più del 64% degli intervistati si dichiara soddisfatto dell'offerta di servizi di interesse della comunità professionale erogati da Apco.

Grado soddisfazione sull'offerta di servizi



Fonte: survey SOCI APCO 2013

Sintesi dati raccolti

- 
- **Grado di soddisfazione servizi offerti alla comunità professionale: motivazioni**
 - Al momento l'offerta concreta si è dimostrata insufficiente.
 - L'associazione è molto Milano centrica. In periferia ci dobbiamo arrangiare da soli.
 - Si potrebbe ampliare la gamma dei servizi relativi ad assicurazione, gruppi di acquisto (telefonia, strumentazione informatica, ecc.) consorziandosi con altre associazioni.
 - Evidentemente è un'attività che richiede lavoro e che si potrebbe ripagare con una quota % al collega che gestisce il servizio
 - Manca tutto il modo di relazionarsi con mezzi digitali avanzati (che invece dobbiamo/dovremmo essere in grado di offrire ai clienti)
 - Ad oggi non sono riuscito a trovare una compagnia di Assicurazioni che copra i rischi della mia attività. Tutte le compagnie di assicurazioni fanno riferimento agli Ordini Professionali.
 - Sarebbe utile un ampliamento geografico riguardo ai servizi offerti, in particolare la replica degli APCO Tool sul territorio nazionale, consentendo anche a Soci distanti da Milano di godere di questi interessanti strumenti.
 - Fino ad ora non ci sono stati servizi offerti che non fossero quelli formativi. Si sta iniziando ora ad offrirne. Non mi sembra che siano molti
 - Non li ritengo interessanti Non ne conosco l'esistenza.
 - Ottimo livello anche se non fruisco in modo sistematico dei servizi.

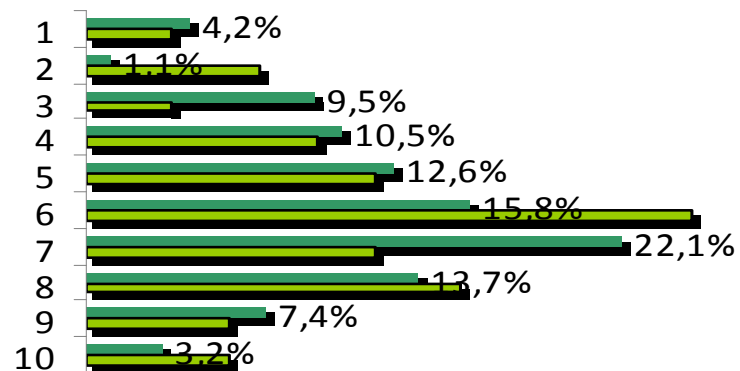
Sintesi dati raccolti

- **Grado di soddisfazione iniziative finalizzate alla visibilità del marchio**

poco più del 60% degli intervistati si dichiara soddisfatto delle iniziative intraprese da Apco per aumentare la visibilità del marchio

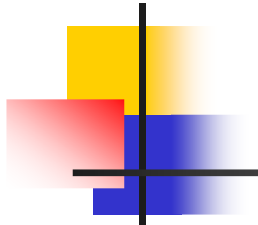
Grado soddisfazione sulle iniziative finalizzate alla visibilità del marchio

Apco



Fonte: survey SOCI APCO 2013

Sintesi dati raccolti



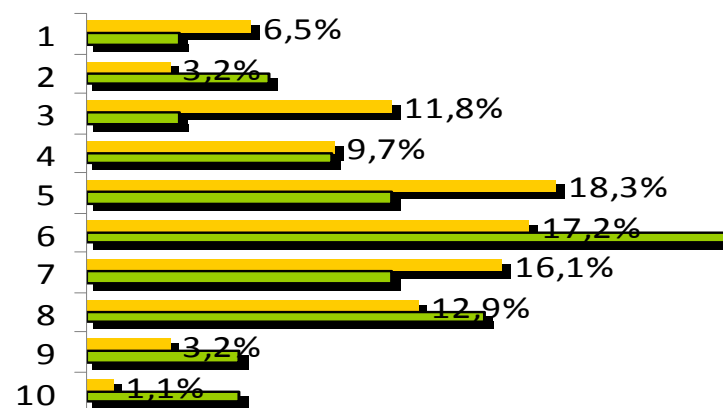
- **Grado di soddisfazione iniziative finalizzate alla visibilità del marchio: motivazioni**
 - Bisogna aumentare lo sforzo per far conoscere il valore dell'associazione e dei consulenti associati nei confronti di altre realtà alle quali fanno riferimento le imprese, nei confronti degli imprenditori
 - Bassi investimenti (naturalmente proporzionali a ciò che ciascuno di noi versa come quota!)
 - Ancora oggi, dopo 14 anni che svolgo questa attività, non ho trovato un cliente o prospect che abbia messo nei requisiti per la scelta di un consulente l'appartenenza ad APCO.
 - Il marchio non è ancora molto conosciuto, né all'interno delle altre comunità professionali ordinistiche e non ordinistiche, né verso le istituzioni e tantomeno presso le imprese
 - Lodevole l'impegno. Buona volontà ma scarsi risultati
 - Non sono state intraprese iniziative sistematiche, tranne quelle legate ad HBR
 - Scarso non è presente nelle stanze dei bottoni più importanti
 - Non ne sono a conoscenza.
 - Le riviste specialistiche non sono sufficienti
 - Le iniziative sono minime Ma sono efficaci? Qualcosa si sta facendo.
 - Ho dei feedback positivi da parte di Clienti e Partners
 - L'impressione ad oggi è che Apco sia molto autoreferenziale come una specie di "clan" (nel senso buono)
 - Andrebbe rivista la politica di comunicazione
 - Buono verso le maggiori imprese.
 - Nel parlare quotidiano, ho potuto notare che a volte risultava essere nota persino una associazione così specifica come l'ANDAF (rivolta ai SOLI direttori amministrativi e finanziari). Al contrario, APCO sembra essere molto meno conosciuta, nonostante il fatto che essa sia relativa a TUTTE le aree della consulenza di management, e non solo alla direzione amministrativa e finanziaria.
 - Ottimi gli interventi su Meta

Sintesi dati raccolti

■ **Grado di soddisfazione iniziative verso l'opinione pubblica**

Circa il 55% degli intervistati dichiara la sua soddisfazione inerente alle iniziative intraprese da Apco verso l'opinione pubblica benché nelle motivazioni sottostanti la valutazione emerga la necessità di conoscere maggiormente le iniziative

Grado soddisfazione sulle iniziative Apco verso l'opinione pubblica



Fonte: survey SOCI APCO 2013

Sintesi dati raccolti



- **Grado di soddisfazione iniziative verso l'opinione pubblica: motivazioni**

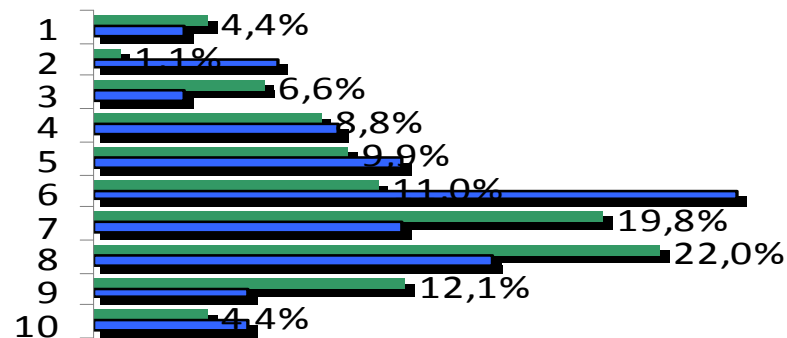
- Poco noti gli interventi se esistenti. Dove si è mai letta una notizia o visto un'attività in questo ambito. Forse a Milano? Insufficiente iniziative
- La legge 4/2013 può portare una buona opportunità ai Soci APCO, e sinora molto è stato fatto per sfruttare questo cambiamento. L'importante sarà avere uno standard alto di qualificazione dei Soci
- Non ricordo azioni di visibilità verso l'opinione pubblica, se non i resoconti giornalistici di convegni o azioni connesse alla lunga battaglia per il riconoscimento della professione.
- I rari comunicati stampa non influenzano l'O.P.
- Credo che interessi una opinione pubblica qualificata
- E' difficile individuare il significato di opinione pubblica: nel mio caso è il management della cooperazione sociale e i dirigenti della Pubblica amministrazione che si occupano di politiche del lavoro. Capisco la difficoltà di penetrare queste nicchie così specialistiche. Sicuramente è importante smentire l'immagine che si sta diffondendo da qualche tempo che il consulente è una figura inutile, uno spreco, per l'amministrazione pubblica contestando l'abbinamento che viene fatto da molti media: impiego del consulente = elargizione al proprio ambito politico di riferimento. Per contestare efficacemente l'improprio abbinamento si potrebbe richiedere forme di valutazione dell'intervento consulenziale. Cosa che peraltro farebbe "crescere" la qualità nella domanda di consulenza.
- Comunicazione, comunicazione , comunicazione con ogni mezzo
- Dopo la nuova legge è l'occasione per spingere forte nella visibilità.

Sintesi dati raccolti

- **Grado di soddisfazione iniziative verso le istituzioni**

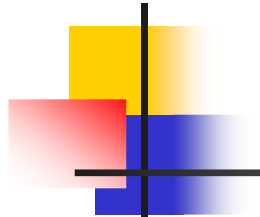
Quasi il 70% degli intervistati si ritiene soddisfatto delle iniziative che Apco ha messo in atto verso le istituzioni. Nelle motivazioni le azioni che vengono considerate come maggiormente significative sono quelle collegate alla L 4/2013.

**Grado soddisfazione sulle iniziative
Apco verso le istituzioni**



Fonte: survey SOCI APCO 2013

Sintesi dati raccolti



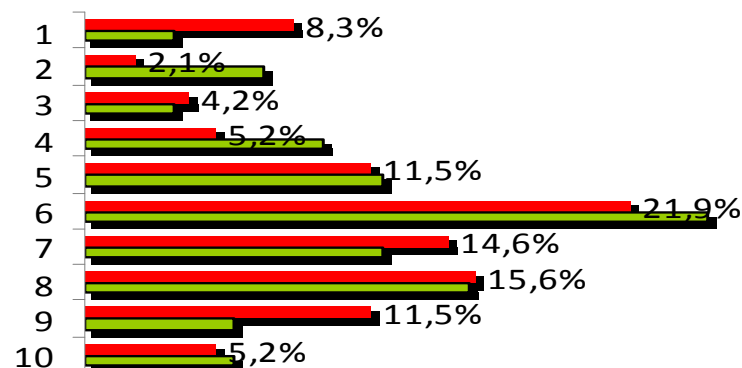
- **Grado di soddisfazione iniziative verso le istituzioni: motivazioni**
 - Vedo che Apco spinge per il riconoscimento e la cosa mi allietta.
 - Credo che si debba puntare ad una diversa disciplina fiscale
 - Quando e dove sono state prese?
 - Mi sembra che in questa attività ci sia un certo impegno da parte di Apco, ma la cosa mi sembra di scarsa rilevanza per noi associati
 - Mi sembra buona visto l'attività svolta per la promulgazione della legge 4
 - I riconoscimenti sono pochi e in gran parte solo formali
 - C'era una volta il collega Cao che era riuscito a definire una convenzione con l'associazione dei dirigenti generali della pubblica amministrazione. Penso che questa sia una strada da sviluppare. Riguardo il riconoscimento della professione, si è fatto molto C'è stato un particolare impegno in questo senso per arrivare alla recente legge 4/2013
 - Ottimo il lavoro fatto per il riconoscimenti sfociato poi nella legge 4/2013.
 - Ottimi gli interventi di qualche delegazione territoriale, ma solo di alcune (es. Nord est e Emilia Romagna)
 - L'azione costante, insieme ad altre Associazioni, ha portato ad un grande risultato: iscrizione all'elenco del ministero e la partecipazione in alcuni tavoli.
 - Scarsa per la sporadicità di tali iniziative, estemporanee e fuori da ogni piano preordinato e finalizzato. L'unica di successo è stata attuata nel corso dell'approvazione della Legge 4/2013
 - Iniziative insufficienti anche a livello locale.
 - Elenco associazioni delle professioni non regolamentate : E' presente nell'elenco tenuto dal Ministero della giustizia delle associazioni che, in base al possesso di determinati requisiti, sono considerate rappresentative a livello nazionale delle professioni non regolamentate

Sintesi dati raccolti

■ **Grado di soddisfazione nei rapporti con le sedi/delegazioni territoriali**

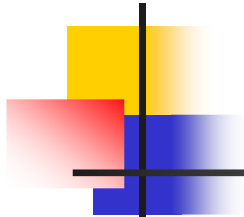
Oltre il 68% degli intervistati si ritiene soddisfatto dei rapporti con le delegazioni territoriali. Ciò nonostante le motivazioni, riferibili a chi non ha dato la valutazione positiva ("ho messo un 6 politico – non sono informato"), diano forti ombre sulla reale soddisfazione

Grado soddisfazione nei rapporti con le sedi territoriali



Fonte: survey SOCI APCO 2013

Sintesi dati raccolti

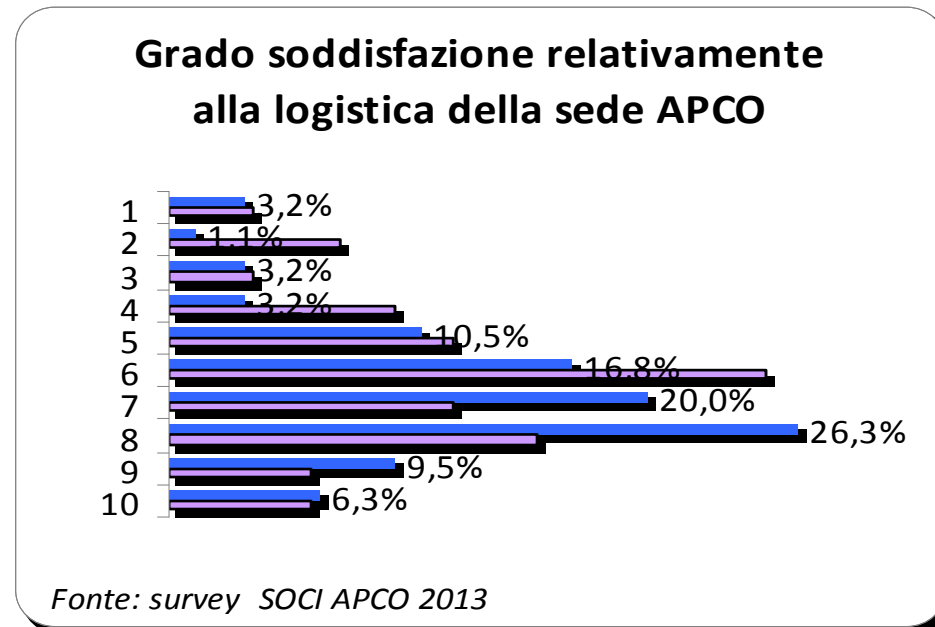


- **Grado di soddisfazione nei rapporti con le sedi/delegazioni territoriali: motivazioni**
 - Abbiamo avuto un solo incontro di rilancio e poi il nulla
 - Ottimo
 - Ci sono poche iniziative. Inesistente. Non ho ancora provato
 - Per quanto riguarda la Lombardia inesistente
 - I vertici nazionali sono in stretto contatto con la periferia partecipo a tutte le attività
 - Nessun contatto di rilievo particolare.
 - Buona l'iniziativa, certamente con l'esperienza si potrà migliorare.
 - Scelta delle persone è cruciale, ma difficile in questo momento di attenzione al profit.
 - La Lombardia è privilegiata
 - Vengono nominati Responsabili dall'alto, ciò che contrasta con una retorica democratica con la quale si vuole incitare la partecipazione dal basso.
 - Informazione chiara e costante
 - In passato l'attività era più coinvolgente
 - Esistono differenze radicali fra Delegazioni nel rapporto con il socio. Nella maggior parte dei casi sono estremamente carenti.
 - Non pervenuta: mai una telefonata dal 2007. ad oggi il rapporto è inesistente
 - Secondo me non servono, se utilizzassimo la tecnologia
 - Non faccio parte del consiglio territoriale per cui non so nulla dei rapporti fra centro e periferia.
 - In Toscana l'attività è stata alternante, in rapporto ai Delegati, non sempre efficaci

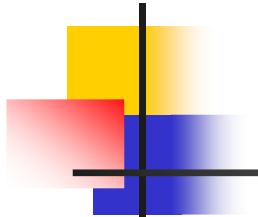
Sintesi dati raccolti

- **Grado di soddisfazione relativa alla logistica della sede nazionale Apco**

Quasi l'80% degli intervistati dichiara di essere soddisfatto della logistica. Viene spesso criticata nelle motivazioni la nuova sede, considerata peggiore della precedente ma complessivamente comoda e facile da raggiungere



Sintesi dati raccolti



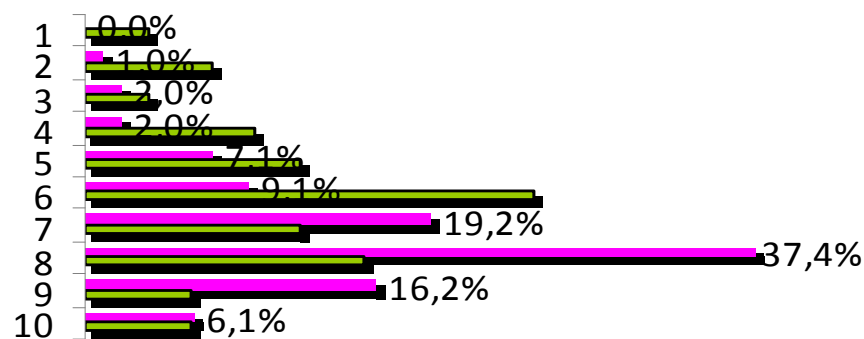
- **Grado di soddisfazione relativa alla logistica della sede nazionale Apco: motivazioni**
 - Purtroppo gli incontri a Milano comportano una disponibilità temporale che non sempre coincide con il proprio calendario.
 - La nuova sede è peggiore della precedente Comoda, centrale e decisamente meno costosa della precedente Scomoda perché Milano è abbastanza lontano. Se non usano strumenti diversi, diventa un ostacolo.
 - E' l'unico nucleo organizzativo di Apco che funziona con continuità, ha bisogno di una vigorosa rivisitazione funzionale e di adeguate dotazioni strumentali.
 - Ottima la posizione (C.so Venezia) sia dal punto di vista logistico (comodità per essere raggiunta) che per l'immagine (nella camera di commercio). Agevolmente accessibile.
 - Decisamente modesta la nuova sede (rumorosa, piccola, con accesso particolarmente sgradevole).
 - La sede ha sempre fatto fronte alle esigenze, con flessibilità.
 - E' in un bel posto, non molto facile da raggiungere in auto.
 - Discretamente accessibile. Sede un po' piccola, ma ben collocata.
 - La tariffa annuale è superiore a quella degli ordini professionali: dove vanno i soldi??
 - Trovo sia adeguata.
 - Resta comunque una ubicazione non ottimale per chi come me vive al Centro Italia.
 - Nella città di Roma questo è importante.

Sintesi dati raccolti

- **Grado di soddisfazione circa le informazioni ricevute sulle iniziative Apco**

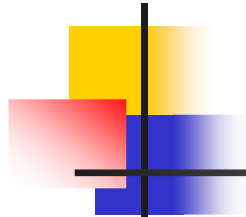
Quasi il 90% degli intervistati si dichiara soddisfatto circa le informazioni ricevute sulle iniziative di Apco.

Grado soddisfazione relativamente alle informazioni ricevute sulle iniziative Apco



Fonte: survey SOCI APCO 2013

Sintesi dati raccolti



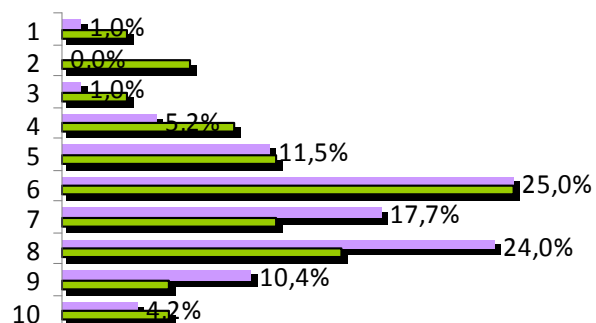
- **Grado di soddisfazione informazioni ricevute sulle iniziative Apco: motivazioni**
 - Massima visibilità
 - Le comunicazione dalla Presidenza e dalla Segreteria sono adeguate
 - Ci sono, potrebbero essere meglio strutturate e soprattutto più attrattive
 - Informazioni chiare e puntuali costante e chiaro. Le informazioni sono sempre giunte in tempi adeguati. Quello che fa è comunicato bene. Le informazioni sono puntuali e sollecite.
 - Purtroppo le iniziative su Roma sono pressoché nulle.
 - Nettamente insufficienti.
 - Comunicazione adeguata tra sito e newsletters.
 - La comunicazione interna, verso i soci, mi sembra buona Le e-mail arrivano. Questo è vero. Anche se si parla sempre di attività che si svolgono a Milano.
 - Sono un po' scarse Si può pensare ad una stringatissima newsletter Apco on line che riassume le iniziative e prenda magari il posto di alcune comunicazioni a carattere informativo che provengono dal Presidente. Si potrebbe peraltro collegare questa newsletter ad uno spazio di approfondimento legato al sito o ad un eventuale blog sempre puntualmente aggiornato da e-mail

Sintesi dati raccolti

■ Grado di soddisfazione quantità e qualità delle iniziative Apco

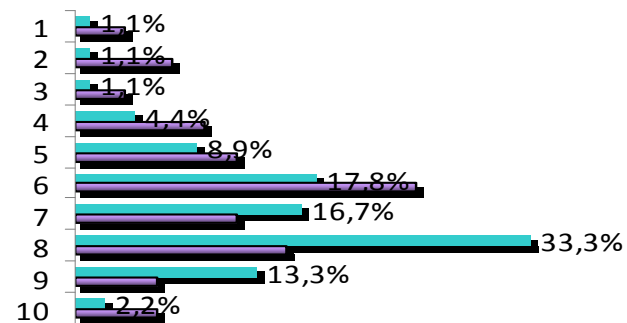
Per quanto riguarda sia la quantità che la qualità delle iniziative, oltre il 80% degli intervistati si ritiene soddisfatto.

Grado soddisfazione relativamente alla quantità delle iniziative Apco



Fonte: survey SOCI APCO 2013

Grado soddisfazione relativamente alla qualità delle iniziative Apco



Fonte: survey SOCI APCO 2013

Sintesi dati raccolti



Grado di soddisfazione quantità e qualità delle iniziative Apco: motivazioni

> Per quanto riguarda la quantità delle iniziative

- 10 Tutto sommato adeguata sulla sede di Milano.
- 10 Con la nuova legge vanno mirate e ampliate. Vanno aumentate e aperte a terzi
- 10 Bene localmente. Male a livello nazionale.
- 10 Molte ed interessanti
- 10 Guardate cosa fa AIF che non brilla certo in Italia.
- 10 Molte iniziative formative o informative fatte a Milano o al Nord a cui avrei voluto partecipare non sono state replicate a Roma. Sono iniziative soprattutto presso la sede di Milano
- 10 Ovviamente ci sono iniziative più qualificate e altre più modeste, soprattutto sui territori periferici Credo si debba puntare a iniziative capaci di intercettare bisogni informativi e di confronto di un numero maggiore di imprese.
- 10 Buono solo in alcune aree

> Per quanto riguarda la qualità delle iniziative

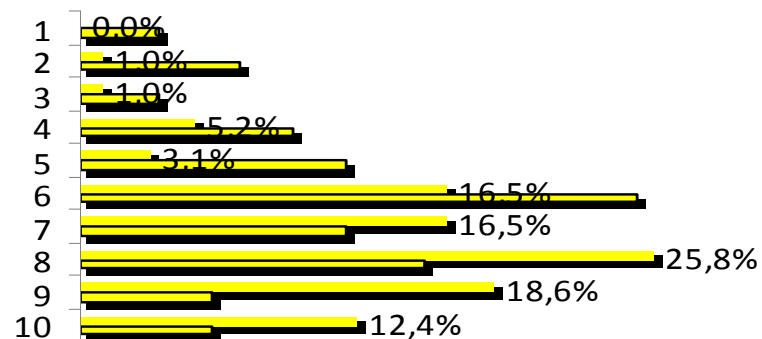
- 10 Il livello dei corsi, degli incontri, dei seminari è generalmente di livello molto basso. Troppo "provinciale" Troppo "basici" i contenuti
- 10 Una associazione come la nostra dovrebbe portare le eccellenze a parlare, non i soliti noti
- 10 A volte appaiono poco calate nel tessuto imprenditoriale in cui mi muovo (micro)
- 10 Formazione generica
- 10 Iniziative qualitativamente pregevoli, organizzate da persone molto competenti. A volte eventi molto interessanti ma con pochi partecipanti. Relatori qualificati e capaci
- 10 Discreto, migliorabile sui contenuti tecnici. Spesso non condivido gli obiettivi e non mi sembrano efficaci
- 10 Molto interessanti utili e qualificanti
- 10 Sono iniziative distanti da ciò che chiede oggi il mercato
- 10 Non è mai stato preso in considerazione l'ambito sanitario.

Sintesi dati raccolti

- **Grado di soddisfazione relativamente ai rapporti con la segreteria nazionale Apco**

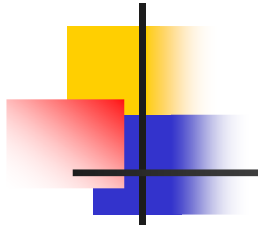
Quasi il 90% degli intervistati si ritiene soddisfatto dei rapporti con la segreteria nazionale Apco, che viene valutata competente, efficiente e sempre cortese, sollecita e disponibile.

Grado soddisfazione relativamente ai rapporti con la segreteria nazionale



Fonte: survey SOCI APCO 2013

Sintesi dati raccolti



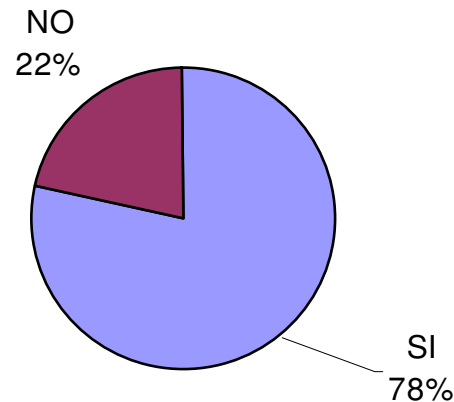
- **Grado di soddisfazione relativamente ai rapporti con la segreteria nazionale Apco: motivazioni**
 - Sono stato chiamato solamente in vista delle elezioni, da un candidato che voleva avere il mio voto.
 - Il passaggio della segreteria è stato molto ben gestito, senza praticamente percepire il cambiamento.
 - Serietà, pazienza e competenza. Risposte chiare e veloci, personale cordiale e disponibile. Gentile e solerte
 - Praticamente non ho rapporti, se non i solleciti di pagamento della quota
 - Il personale contattato si è sempre dimostrato. Assolutamente positivo. Sempre molto cortese. Certamente di soddisfazione. Per quel poco che ne ho avuto bisogno il riscontro è stato positivo. Ho comunque pochi rapporti. Efficiente, buono
 - Cortesie e sollecitudine nell'evadere le richieste. Sempre disponibili e gentili
 - Ritardi burocratici stile ministero: ma non dovremmo fare i consulenti?
 - Eccellente fino al recente cambio di responsabilità: da verificare la nuova responsabile! Molto professionali e veloci

Sintesi dati raccolti

- **Capacità della delegazione territoriale Apco a soddisfare meglio le attese di servizio in termine di:**

- **Esame di qualificazione delle competenza professionale**

Circa l'80% dei rispondenti ritiene che le delegazioni territoriali possono concorrere a soddisfare meglio le loro attese di servizio





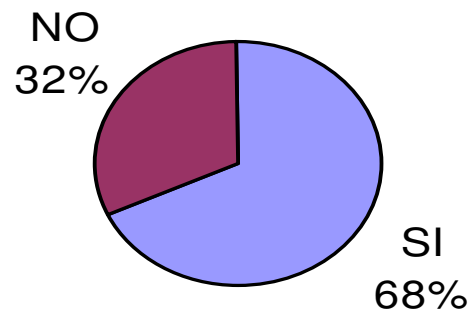
Sintesi dati raccolti

- **Capacità della delegazione territoriale Apco a soddisfare meglio le attese di servizio in termine di:**
 - **Esame di qualificazione delle competenza professionale**
 - Servirebbe a livello nazionale un tipo di contratto standard a cui i Soci APCO dovrebbero attenersi almeno nelle linee guida fondamentali
 - Fare Evitando il rischio di ridurla ad una verifica di aderenza a norme , tipo certificazione sistemi qualità
 - Dal momento che comunque si tratta di un iter volontario, che non sarà riconosciuto da nessuno (PA in primis) cerchiamo di non irrigidire tutto e obbligare a crediti formativi obbligatori (corsi di formazione organizzati per far cassa ecc.)
 - Non condivido il metodo di rilevazione delle "competenze specifiche" degli associati, visto che troppi dichiarano di intervenire su tutto!!quindi senza identità! oppure identità da "consiglieri" Dovremmo indicare come settore d'intervento quello che ciascun consulente fattura oltre il 50% del suo billing!
 - La formazione dei Manager di Rete è una grande opportunità/necessità va colta e pubblicizzata anche con un investimento comune.
 - Penso occorra anche maggiore dialogo con le Istituzioni dal MIS alle Regioni. La Regione Emilia Romagna ad esempio incoraggia le reti e convoglia diverse risorse Ue verso queste iniziative, penso ci potremmo proporre come veicoli di coordinamento e sviluppo.
 - Basta il corso per la certificazione che dovrebbe essere reso obbligatorio a tutti coloro che entrano nell'associazione, almeno nella prima parte.
 - Valutare in maniera più approfondita soci aderenti.
 - Incrementare incontri di aggiornamento e confronto
 - Potrebbe essere utile dare maggiore visibilità innanzitutto agli associati, ma anche ai simpatizzanti o a chi ci segue (utilità di una newsletter con una rubrica locale a cura delle singole delegazioni)

Sintesi dati raccolti

- **Capacità della delegazione territoriale Apco a soddisfare meglio le attese di servizio in termini di:**
 - **Iniziative formative per l'aggiornamento e lo sviluppo del know-how**

Circa il 70% dei rispondenti ritiene che le delegazioni territoriali possono concorrere a soddisfare meglio le proprie attese di servizio per promuovere l'aggiornamento e lo sviluppo professionale degli associati





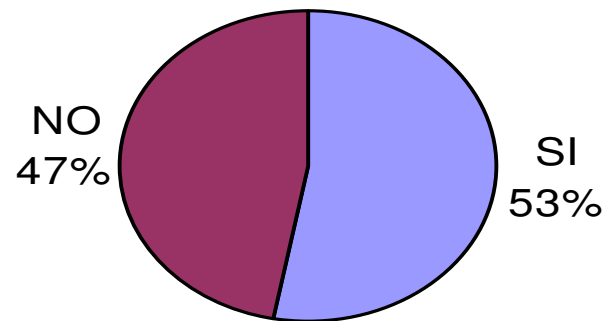
Sintesi dati raccolti

- **Capacità della delegazione territoriale Apco a soddisfare meglio le attese di servizio in termini di:**
 - **Iniziative formative per l'aggiornamento e lo sviluppo del know-how**
 - Migliorare gli approfondimenti per disciplina, utilizzando magari le competenze specialistiche degli iscritti.
 - Corsi di marketing, commerciale, logistica, amm.ne/finanza/controllo, gestione/motivazione RU, etc... Fare corsi di formazione su temi specifici suddivisi per area di attività degli associati, visto l'eterogeneità dei consulenti associati ad Apco
 - Ci sono molte materie che possono essere approfondite per garantire maggiore qualità nei servizi con tagli concreti
 - Non è un problema di chi organizza ma della scarsa massa critica. Sarebbe molto utile prevedere una seconda sessione per corsi più significativi
 - Promuovere un calendario annuale di attività ed incontri e non limitarsi a semplici comunicazioni qualche giorno prima degli eventi.
 - Coinvolgere maggiormente la sede di Roma . Intensificare iniziative sul territorio
 - Basta il corso per la certificazione a Milano che dovrebbe essere reso obbligatorio a tutti coloro che entrano nell'associazione, almeno nella prima parte.
 - Attenzione alle infornate che danno beneficio al conto economico ma non alla qualità del consulente.
 - Iniziative Apco tool più frequenti e diversificati
 - Non obbligatori e con docenti di livello riconosciuto. Io verrei volentieri a Milano per un seminario di Porter o di Kotler.
 - Fare versioni avanzate del corso per consulenti
 - Ampliare le tematiche affrontate che troppo spesso non rientrano nelle mie competenze professionali
 - Poca apertura alle novità internazionali che spesso sono da "apripista" per metodologie da applicare con dovuta "customizzazione" per i diversi target di clientela
 - Distinguendo formazione base e formazione superiore aggiornamento/sviluppo professionale sono termini obsoleti e di stampo ordinistico, una cosa sono la formazione ai nuovi o gli attrezzi del mestiere per i giovani, altra cosa è cogliere l'essenza di cosa serve al socio e alla collettività professionale in quel determinato momento. Prospettive74 scenari mondiali, nuove opportunità, cambiamenti economici ma anche di filosofia economica

Sintesi dati raccolti

- **Capacità della delegazione territoriale Apco a soddisfare meglio le attese di servizio in termini di:**
 - **Comunicazione esterna per affermare e diffondere la conoscenza del ruolo**

Poco più del 50% dei rispondenti ritiene che le delegazioni territoriali possano concorrere a soddisfare meglio le proprie attese di comunicazione esterna finalizzate a sostenere, affermare e diffondere la conoscenza del ruolo di consulente di management e valorizzare tale ruolo nell'economia del paese





Sintesi dati raccolti

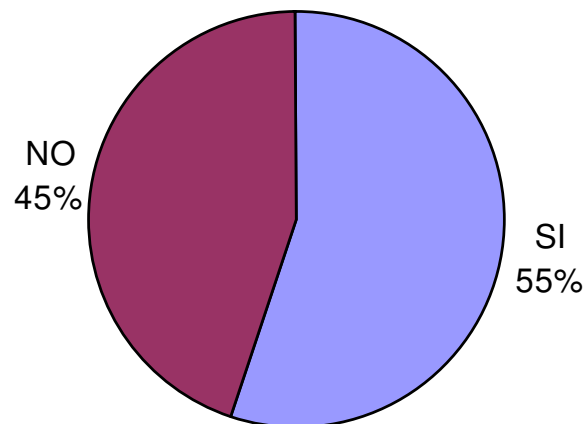
- **Capacità della delegazione territoriale Apco a soddisfare meglio le attese di servizio in termini di:**
 - **Comunicazione esterna per affermare e diffondere la conoscenza del ruolo**
 - Non avevo mai sentito parlare di apco nel lazio. Manca la presenza sul territorio.
 - Cercare di presentare l'associazione alle associazioni degli imprenditori presenti sul territorio
 - Tema di scarso interesse in generale.
 - Andare avanti Orientando le iniziative direttamente verso le aziende. Promuovere la comunicazione verso le PMI
 - La nuova legge potrebbe essere un buon riferimento per diffondere il nome di APCO
 - Maggiore pubblicità su riviste/quotidiani/media legati al mondo business e non. Oggi la pubblicità è in crisi quindi gli investimenti costano meno, si potrebbero contrattare buoni pacchetti (per esperienza diretta in azienda).
 - Apprezzabili ed importantissime le attività svolte a livello istituzionale (presenza dell'APCO nell' Elenco associazioni delle professioni non regolamentate) ,
 - Scarsa visibilità sul mercato e nei confronti dei potenziali clienti.
 - Il nostro territorio é troppo slegato, anche come lingua.
 - Occorre fare molto networking con le maggiori associazioni di categoria datoriali
 - Dovremmo sfruttare meglio HBR.
 - Dare la possibilità ai soci di presentare lavori (ovviamente vagliati da un comitato scientifico).
 - Inutile fare brochure o comperare spazi pubblicitari. Diamo voce a chi può portare un po' di know how da condividere
 - Una politica di diffusione della conoscenza della professione di Consulente dipende molto dalla qualificazione degli associati, dalla quantità e dalla qualità delle attività che gli stessi svolgono sul territorio, dalla partecipazione come professionisti APCO alle attività della Business Community locale. Finora non c'è stata una mobilitazione sufficiente. Come stimolare gli associati? Mi sembra che manchino le risorse per questo obiettivo a livello territoriale. Lo si è fatto, per ora, solo in abbozzo. Occorre sistematizzarlo. campagna promozionale

Sintesi dati raccolti

- **Capacità della delegazione territoriale Apco a soddisfare meglio le attese di servizio in termini di:**

- **Azioni di sviluppo per rinforzare il networking associativo**

Circa il 50% dei rispondenti ritiene che le delegazioni territoriali non possano attuare azioni di sviluppo per rinforzare il legame con analoghe associazioni italiane o estere, anche perché non sembra essere ritenuto questo un ambito di competenza della sede territoriale





Sintesi dati raccolti

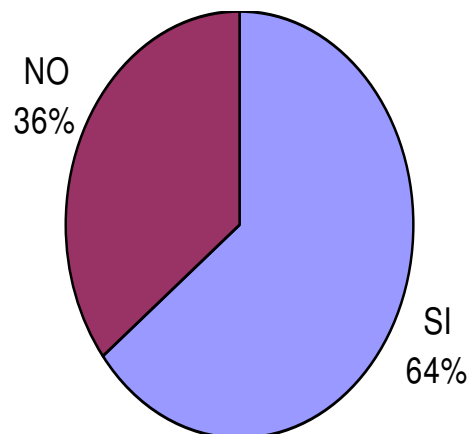
- **Capacità della delegazione territoriale Apco a soddisfare meglio le attese di servizio in termini di:**
 - **Azioni di sviluppo per rinforzare il networking associativo**
 - Anche altre associazioni soffrono di scarsità di soci e di mezzi, quindi l'aggregazione è sicuramente di interesse degli associati, speriamo anche dei presidenti e dei consiglieri
 - Attivazione di progetti comuni
 - Ritengo che sia un tema da trattare a livello nazionale e non territoriale
 - Non ho notizia (salvo ICMCI) di altre attività
 - Divulgazione delle iniziative intraprese.
 - Bisogna continuare con le iniziative e migliorare questo aspetto. Non credo che serva a molto fare di più, è necessario fare massa critica per l'estero ci sono tante opportunità da sfruttare in Paesi che non hanno la nostra storia e esperienza associativa. Questo permette a sua volta di creare occasioni anche di business che si ripercuotono sul sistema e portano sviluppo
 - Si potrebbero creare sinergie con ANDAF, Ordini, Confindustria, associazioni PMI, CNA, ASCOM che potrebbero migliorare la nostra visibilità con i nostri potenziali clienti/fruitori dei nostri servizi
 - Se APCO rappresenta una categoria di lavoratori sarebbe importante che venisse pubblicamente riconosciuta e ricercata.
 - Dovrebbe pensarci il nazionale in Piemonte lo si sta facendo Ma i delegati parlano almeno inglese?

Sintesi dati raccolti

- **Capacità della delegazione territoriale Apco a soddisfare meglio le attese di servizio in termini di:**

- **Azioni di sviluppo per il networking professionale**

Oltre il 60% dei rispondenti ritiene che le delegazioni territoriali debbano attuare iniziative finalizzate allo sviluppo di relazioni tra colleghi sia per favorire il senso di appartenenza sia per condividere esperienze ed opportunità





Sintesi dati raccolti

■ **Capacità della delegazione territoriale Apco a soddisfare meglio le attese di servizio in termini di:**

■ **Azioni di sviluppo per il networking professionale**

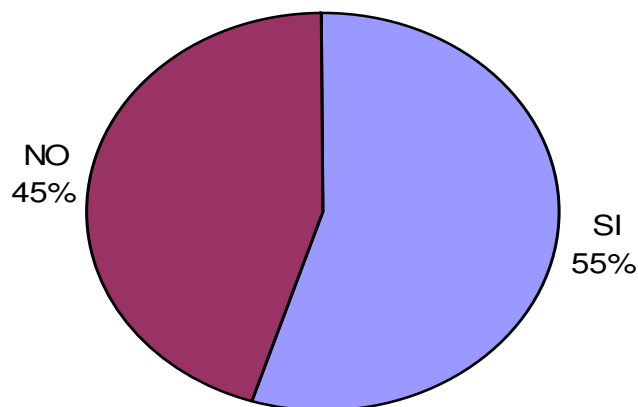
- Apco deve veicolare agli associati pratiche di eccellenza, stimolando i consulenti migliori a presentare la propria esperienza.
- In qualunque professione il confronto è fondamentale per crescere. Essendo una associazione sarebbe molto importante aprirsi al dibattito e la dialogo tra appartenenti con un FORUM sul sito per promuovere dibattiti e confronti.
- Piccolo è bello, non ha senso. Lo sforzo dovrebbe essere indirizzato a far capire che il mettersi insieme è fondamentale per competere e gestire la complessità attuale e futura . Importante "fare squadra" nei confronti di lavori particolarmente qualificanti ed importanti, difficilissimi da affrontare come "singoli consulenti", e che invece potrebbero essere gestiti, così come viene fatto dalla grandi società di consulenza associate alla Assoconsult. Lo sviluppo delle relazioni tra colleghi favorirebbe inoltre il "senso di appartenenza" e la condivisione delle proprie esperienze. Si sta iniziando ma bisogna proseguire con continuità e diffondere nelle diverse delegazioni anche attraverso l'ausilio di una community virtuale che faciliti la conoscenza e le sinergie di business
- A livello di delegazione continuare come si sta facendo
- Aprire anche a non iscritti APCO.
- Con pochi iscritti le iniziative sono difficili on line...
- Personalmente faccio parte di un Network professionale da anni, al di fuori di APCO.
- Creare newsletter per stabilire links in base agli skills dei singoli associati sta al singolo consulente la concretezza
- Mancano sicuramente anche gli strumenti tecnologici per avvicinare le varie sedi con strumenti quali lo streaming

Sintesi dati raccolti

- **Capacità della delegazione territoriale Apco a soddisfare meglio le attese di servizio in termini di:**

- **Erogazione di servizi di interesse della comunità professionale**

Poco più del 50% dei rispondenti ritiene che le delegazioni territoriali debbano erogare servizi di interesse della comunità professionale





Sintesi dati raccolti

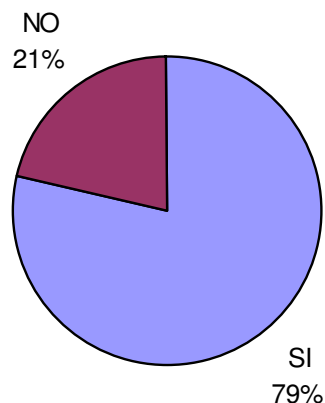
- **Capacità della delegazione territoriale Apco a soddisfare meglio le attese di servizio in termini di:**
 - **Erogazione di servizi di interesse della comunità professionale**
 - Nessun tipo di convenzione. innovare l'offerta
 - Importante condividere con ordini professionali le nostre competenze specifiche. Il commercialista si occupa prevalentemente di fisco, adempimenti e fallimenti non di gestione di impresa (piani commerciali, creazione rete vendita, sviluppo marketing e comunicativo, controllo di gestione, pianificazione strategica, gestione finanziaria). Il consulente del lavoro si occupa di adempimenti fiscali/paghe non di gestione e sviluppo delle risorse umane. Riconoscere la categoria significa trasmettere alla comunità professionale che esistono figure che possono essere di riferimento e assistere gli imprenditori in queste aree.
 - Scrivo non unicamente perché non ne sono a conoscenza
 - Qualche attività è stata condotta, occorre estenderla e collegarla a servizi complessivi di Apco nazionale

Sintesi dati raccolti

- **Capacità della delegazione territoriale Apco a soddisfare meglio le attese di servizio in termini di:**

- **Rapporti con la segreteria nazionale**

Circa l'80% dei rispondenti ritiene che le delegazioni territoriali possano concorrere a soddisfare meglio le attese di servizio che ci si attende dalla segreteria nazionale Apco aumentando la frequenza delle comunicazioni, magari istituendo un comunicato quindicinale. Alcuni rispondenti si dichiarano insoddisfatti perché non ottengono risposte alle mail e ritengono utile una "seconda persona"

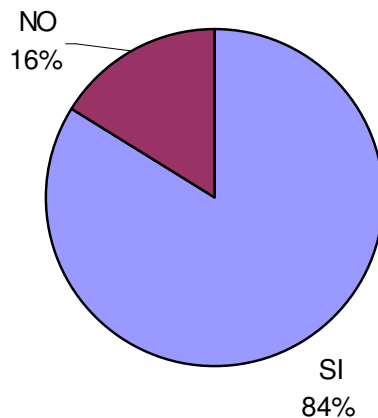


Sintesi dati raccolti

- **Capacità della delegazione territoriale Apco a soddisfare meglio le attese di servizio in termini di:**

- **Iniziative svolte da Apco per il riconoscimento delle professioni non ordinistiche**

Oltre l'80% dei rispondenti ritiene che le delegazioni territoriali possano concorrere a soddisfare meglio le attese di servizio connesse al riconoscimento delle professioni non ordinistiche. Si fa riferimento alla necessità di realizzare azioni di lobbying soprattutto con la PA e ad una maggiore considerazione dei soci aderenti. Sono richiesti anche convegni in merito e ricerca di integrazioni con gli ordini

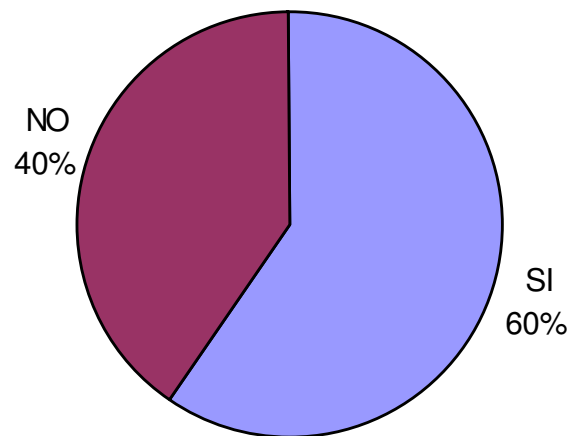


Sintesi dati raccolti

- **Capacità della delegazione territoriale Apco a soddisfare meglio le attese di servizio in termini di:**

- **Aumentare la visibilità del marchio Apco**

Il 60% dei rispondenti ritiene che le delegazioni territoriali possano concorrere ad aumentare la visibilità del marchio Apco e del suo valore





Sintesi dati raccolti

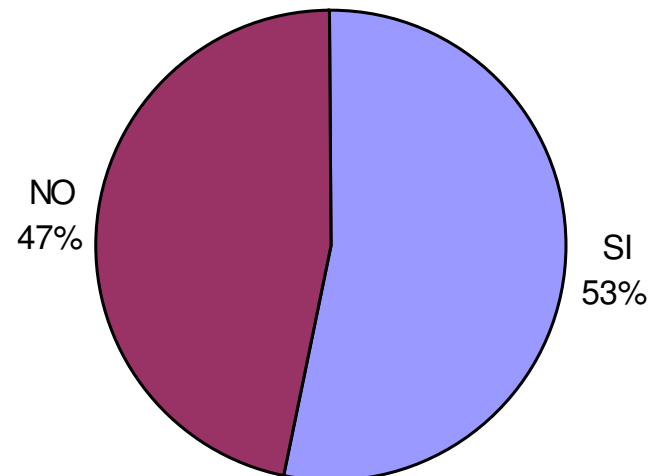
- **Capacità della delegazione territoriale Apco a soddisfare meglio le attese di servizio in termini di:**
 - **Aumentare la visibilità del marchio Apco**
 - Bisogna aumentare il valore del marchio APCO sul territorio nazionale. Andare dove sono le imprese non fare riunioni tra adepti.
 - Ritengo che sia un tema da trattare a livello nazionale e non territoriale
 - Per la massima visibilità occorre, a mio parere, agire sulle Imprese
 - Maggiore considerazione dei soci aderenti che si affacciano a questa attività.
 - Media/giornali/riviste/internet maggiore presenza su quotidiani e darci strumenti di divulgazione Chiedere anche un maggior contributo per l'iscrizione a fronte di un chiaro programma di comunicazione e promozione sul territorio
 - Essere più presente, più partecipe e far parlare chi può dire "qualcosa". Farlo verso le aziende 1) maggiore presenza sui media 2) un piano di comunicazione ad hoc per stimolare le aziende private a richiedere una "qualificazione" seria e riconosciuta ai consulenti di management 3) interviste a diversi consulenti di APco che possano raccontare delle loro esperienze di valore e diffonderle sia nei media che con eventi ad hoc invitando anche consulenti non iscritti
 - Da far passare ancora meglio la visibilità del marchio sui clienti Sempre attraverso pubblicazioni serie Dipende tutto dai budget.
 - Stimolare la partecipazione come relatori degli associati a convegni locali

Sintesi dati raccolti

- **Capacità della delegazione territoriale Apco a soddisfare meglio le attese di servizio in termini di:**

- **Iniziativa verso l'opinione pubblica**

Poco più del 50% dei rispondenti ritiene che le delegazioni territoriali possano concorrere a soddisfare meglio le iniziative rivolte all'opinione pubblica





Sintesi dati raccolti

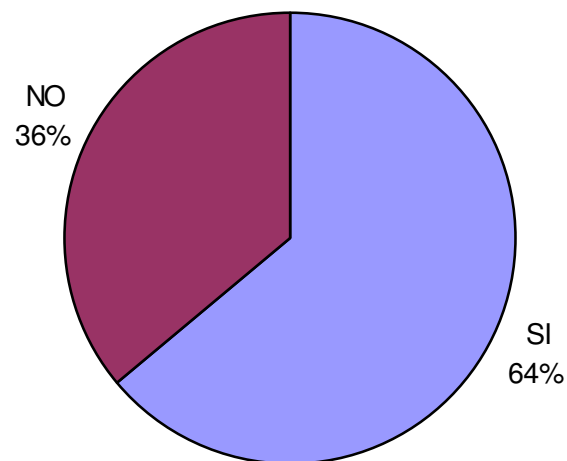
- **Capacità della delegazione territoriale Apco a soddisfare meglio le attese di servizio in termini di:**
 - **Iniziative verso l'opinione pubblica**
 - 1) maggiore presenza sui media 2) un piano di comunicazione ad hoc per stimolare le aziende private a richiedere una "qualificazione" seria e riconosciuta ai consulente di management 3) interviste a diversi consulenti di APco che possano raccontare delle loro esperienze di valore
 - Convegni sponsorizzati da Apco su argomenti specifici
 - Non sono a conoscenza di iniziative prese.
 - Troppo poco e ad iniziativa locale che, scollegata dal nazionale, risulta poco efficace.
 - Investimento da fare APCO è poco conosciuta presso l'opinione pubblica
 - Coraggio nella comunicazione e distinguo netto dalle molteplici accezioni del termine consulente
 - Cosa può interessare all'opinione pubblica di APCO? Agiamo nei confronti dei nostri stakeholder
 - FARE campagna promozionale

Sintesi dati raccolti

- **Capacità della delegazione territoriale Apco a soddisfare meglio le attese di servizio in termini di:**

- **Iniziativa verso le istituzioni**

Più del 60% dei rispondenti ritiene che le delegazioni territoriali possano concorrere all'incremento delle iniziative intraprese da Apco verso le istituzioni





Sintesi dati raccolti

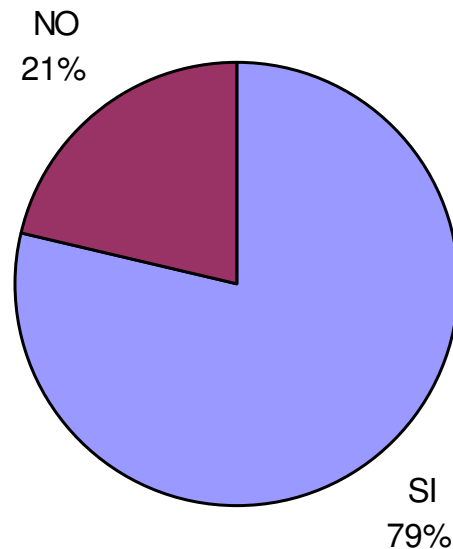
- **Capacità della delegazione territoriale Apco a soddisfare meglio le attese di servizio in termini di:**
 - **Iniziative verso le istituzioni**
 - Non ho avuto esperienze in tal senso.
 - Convegni da incrementare
 - 1) trovare opportunita' per essere presenti sui media 2) avere un piano di comunicazione ad hoc per stimolare le aziende private a richiedere una "qualificazione" seria e riconosciuta ai consulente di management 3) costruire un network con giornalisti per realizzare delle interviste a consulenti APco che possano raccontare le loro esperienze di valore 4) creazione di un gruppo di lavoro per la partecipazione a bandi pubblici
 - Quali istituzioni, chi ci conosce e perchè ci dovrebbe conoscere? In alcune zone ci sono dei baroni che fanno da tappo a qualunque iniziativa
 - E' stato fatto un ottimo lavoro per arrivare alla L4/2013. Va assolutamente sostenuto con maggiore presidio del MISE.
 - Fare iniziative obbligatorie con tutte le Università ed i dipartimenti di economia, ingegneria e scienze politiche.
 - Azioni di lobbying, soprattutto con la PA

Sintesi dati raccolti

- **Capacità della delegazione territoriale Apco a soddisfare meglio le attese di servizio in termini di:**

- **Informazioni relative alle iniziative**

Circa l'80% dei rispondenti ritiene che le delegazioni territoriali possano concorrere a diffondere efficacemente le informazioni sulle iniziative





Sintesi dati raccolti

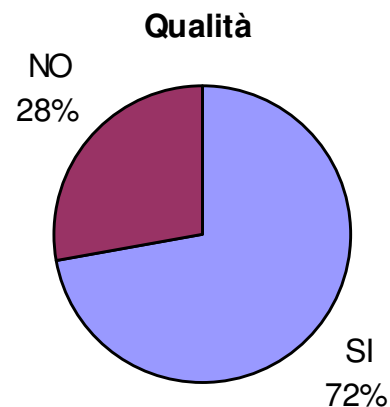
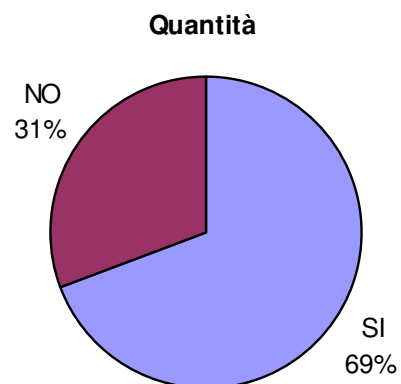
- **Capacità della delegazione territoriale Apco a soddisfare meglio le attese di servizio in termini di:**
 - **Informazioni relative alle iniziative**
 - Saltuarie
 - Crescita delle iniziative in collaborazioni tra regioni limitrofe
 - Aumentare le comunicazioni,
 - Creare Congressi Nazionali.
 - C'è il sito ma io non lo apro se non ho bisogno di una informazione! Anche se si rischia l'overdose, l'email è il mezzo migliore! da incrementare
 - Se mando una mail ad un'azienda senza chiamarla al telefono o visitarla difficilmente diventerà cliente
 - Maggiore diffusione, anche solo sul sito.
 - Ci sono quelle istituzionali ma non ci sono particolari comunicazioni "locali"

Sintesi dati raccolti

- **Capacità della delegazione territoriale Apco a soddisfare meglio le attese di servizio in termini di:**

- **Quantità e qualità delle alle iniziative**

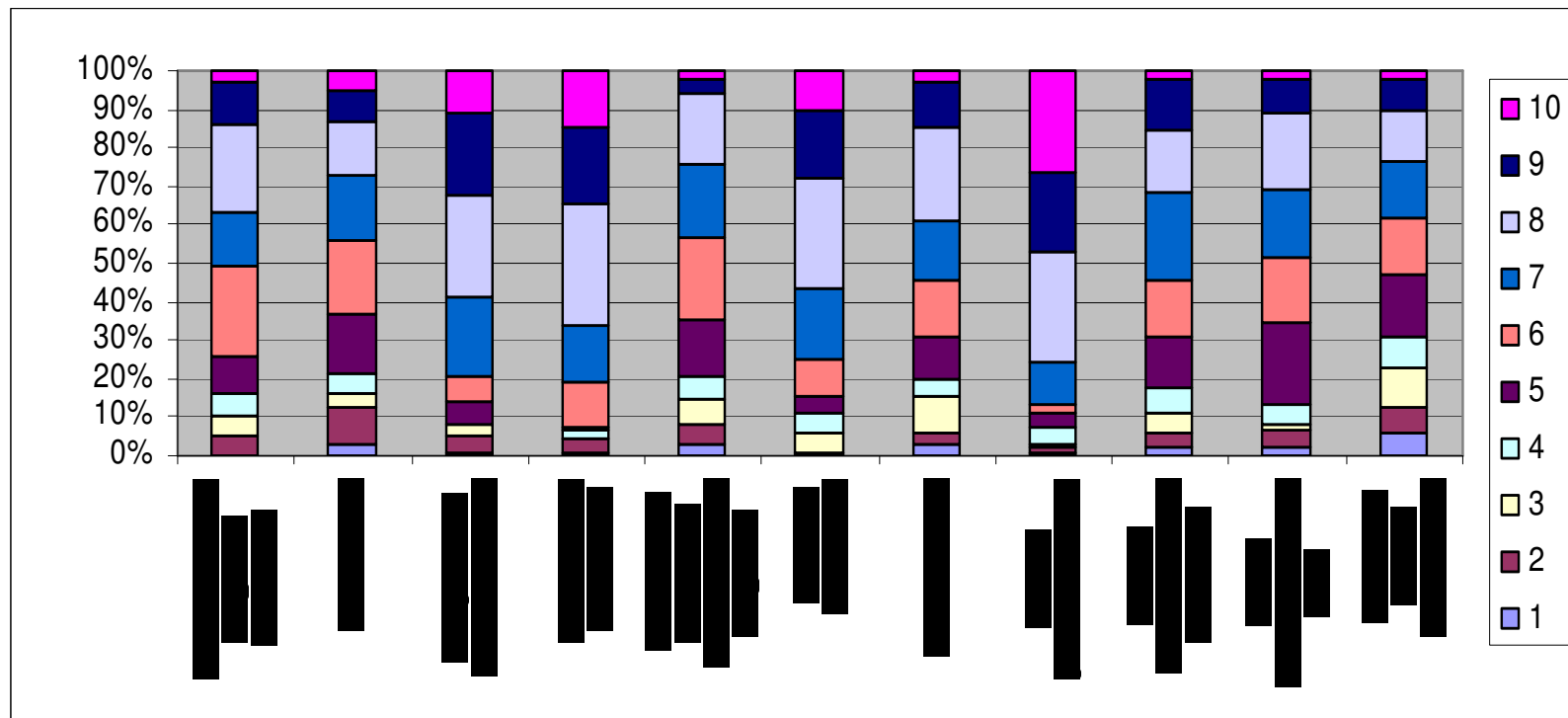
Circa il 70% ed oltre dei rispondenti ritiene che le delegazioni territoriali possano contribuire a migliorare le iniziative APCO sia nella quantità che nella qualità. In particolare si ritiene necessario incrementare la frequenza aumentando le iniziative con taglio tecnico e decidendo , in taluni casi, un approfondimento superiore



Sintesi dati raccolti

■ Giudizio su APCO

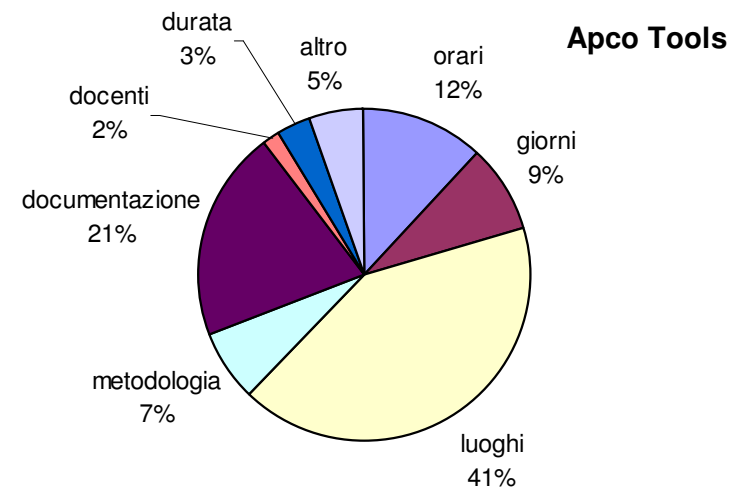
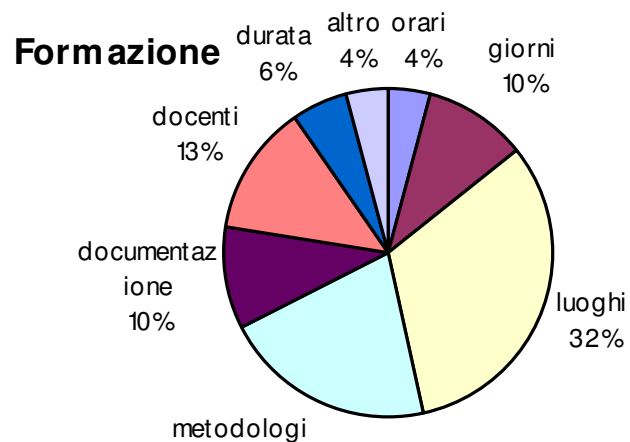
Il grafico evidenzia che Apco è percepita principalmente come associazione storica e di tradizione, seria e professionale, trasparente con gli associati, solida e affidabile. Risulta al contrario carente nella creazione di networking, nell'adattabilità alle esigenze degli associati e nell'innovazione



Sintesi dati raccolti

- Iniziative organizzate da Apco che dovrebbero essere migliorate: ambito formazione e Apco Tools**

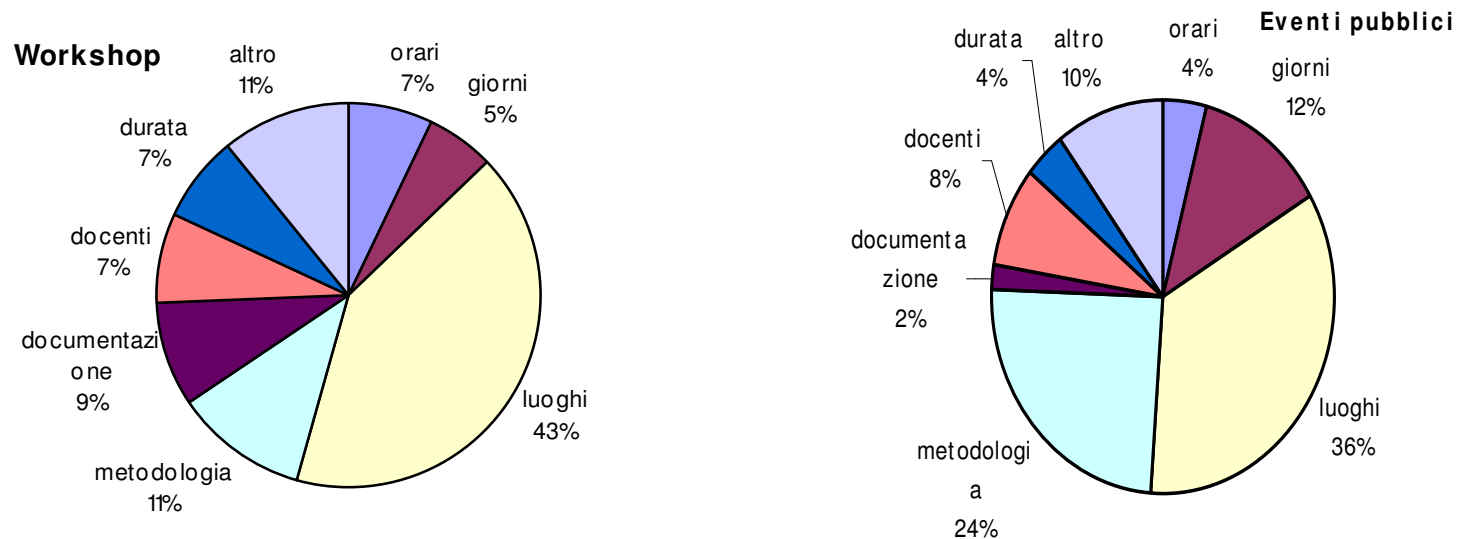
Nel grafico sono evidenti tre aree di miglioramento: il luogo (intende non solo Milano e Roma) per entrambe le iniziative, la metodologia con riferimento alla formazione e la documentazione per gli Apco Tools



Sintesi dati raccolti

- **Iniziative organizzate da Apco che dovrebbero essere migliorate: ambito workshop ed eventi pubblici**

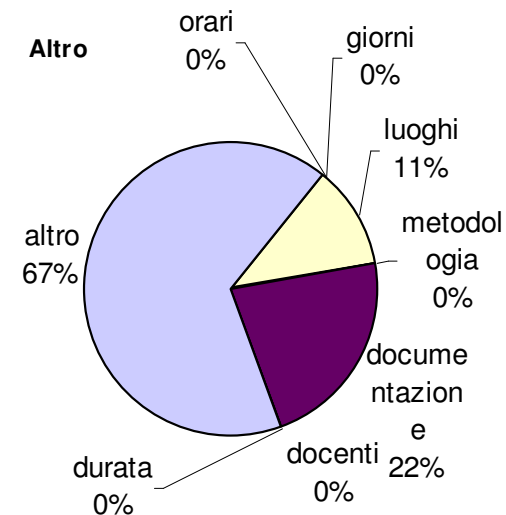
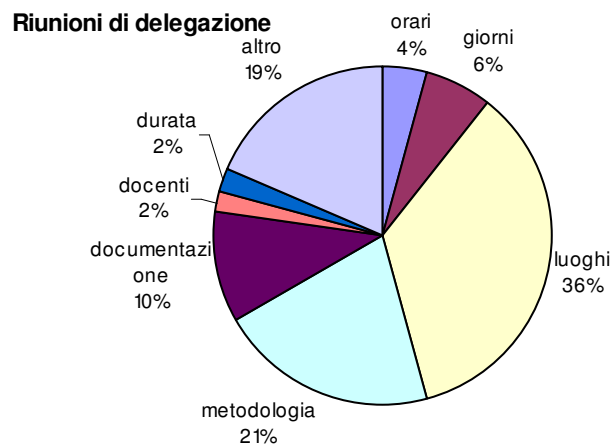
Le indicazioni dei soci sono sempre rivolte alla ricerca di sedi maggiormente fruibili, Per quanto riguarda gli eventi pubblici è indicata una carenza in merito alla metodologia



Sintesi dati raccolti

- **Iniziative organizzate da Apco che dovrebbero essere migliorate: ambito riunione di delegazione ed altro**

Il grafico evidenzia che luoghi, metodologie e documentazione sono i punti deboli delle iniziative



Sintesi dati raccolti



■ Iniziative organizzate da Apco che dovrebbero essere migliorate: motivazioni

- Docenti e metodologia
- No Formazione obbligatoria per i soci
- I docenti vanno cambiati e pagati. Non si può approfittare di un corso per fare marketing associativo. Un corso deve fornire valore aggiunto. I docenti DEVONO essere competenti e aggiornati
- Un calendario annuale di attività formative da ripetere nelle singole Aree territoriali e non centralizzate su Milano
- Innovazione e focalizzazioni dei contenuti, mirati a dotare il Consulente di visione, competenze e strumenti funzionali alla creazione di effettivo valore sui bisogni attuali e di prospettiva dei suoi clienti
- Ricchezza e varietà temi tipologie e metodologie di formazione a vantaggio dei soci.
- Formazione di base: OK Formazione specializzata: poca Formazione trasversale: pochissima
- MAGGIOR ADERENZA AL TESSUTO IMPRENDITORIALE TIPICO ITALIANO (MCRO IMPRESE)
- Purtroppo la delegazione Piemonte di cui faccio parte, si riunisce sempre a Torino che non è punto baricentrico.. Potrebbe essere meglio basare le attività della delegazione piemontese in un'area più baricentrica
- Argomenti più specifici e docenti anche di area straniera indurrebbero anche a far fronte ad un impegno economico importante.
- Verificare se esistono i presupposti per erogare formazione finanziata o parzialmente finanziata ai Soci APCO tramite accordi con Enti di formazione accreditati.

Sintesi dati raccolti



■ Iniziative organizzate da Apco che dovrebbero essere migliorate: motivazioni

- Occorrerebbe capire "a fondo" cosa fanno operativamente gli Associati, in modo da attuare interventi formativi adeguati e indirizzati, di volta in volta, a tipologie di attività "coperte" da molti Consulenti Occorrerebbe capire dove operano tali Consulenti, e baricentrare la sede di erogazione dei corsi in modo da facilitare la partecipazione Occorrerebbe mappare continuamente la normativa prescrittiva emanata, in modo da intercettare le nuove necessità formative e programmare / attuare "a razzo" i necessari interventi (vedi le formazioni dalle Conferenze Stato-Regioni per la Sicurezza e Salute del Lavoro, vedi i corsi per i gas fluorurati indirizzati agli Autoriparatori e alle Aziende Termo-Idrauliche, etc.)
- Sistema di incontri per mantenere il network fra colleghi e veicolare informazioni in "periferia"
- Partecipazione di interventi con contenuto internazionale per aprire la "mente"
- Orari e tempi: non tutti vivono a Milano Focus group e tavoli tecnici anche on line
- Puntare a workshop di estrema qualità capaci di fornire valore ai partecipanti e coinvolgere un numero di imprese elevato. Gli Workshop necessitano di essere condotti da manager di caratura in grado di portare testimonianze su precisi argomenti che possono essere immediatamente fruibili dai partecipanti
- Occasioni di confronto, approfondimento e laboratorio di apprendimento su temi specifici: case history, occasione di incontro anche con l'utenza imprenditoriale (e P.A.).
- Maggiore comunicazione extra soci.
- Far partecipare imprenditori e funzionari pubblici. Far partecipare decisori. Migliorare il livello dei relatori Trasversalità e localizzazione
- Migliorare il livello culturale dei relatori
- Costi

Sintesi dati raccolti



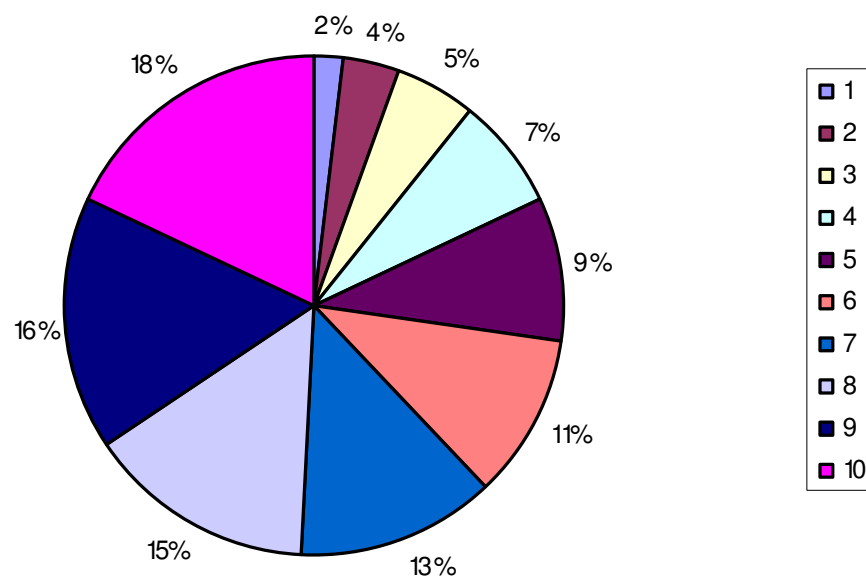
■ **Iniziative organizzate da Apco che dovrebbero essere migliorate: motivazioni**

- Più visibilità presso il mondo delle imprese pubbliche e private
- Iniziative pubbliche di interesse generale della società in quanto tale (O.P. e Istituzioni), inter-professionale ed imprenditoriale. I consulenti sono un "sensore" che può essere utilizzato quale strumento di monitoraggio di una serie di fenomeni economici nell'interesse di tutta la società (quella economica, in particolare): utilizzare questa opportunità e spenderla anche per proporre soluzioni. da incrementare
- Visibilità finalizzata non all'autocelebrazione ma a segnalare ai colleghi l'impegno per tutelare il valore della professione
- Iniziative pubbliche che coinvolgano istituzioni/associazioni dei nostri clienti
- Almeno 4 eventi pubblici l'anno anche insieme ad altre associazioni (es. assochange)
- Capacità di rendere operative le idee e le proposte che emergono nelle discussioni riunioni mensili o bimensili
- Workshop di lavoro per stimolare la riflessione su modalità diverse di approccio al cliente
- Istituzionalizzarne il periodico svolgimento e dare contenuti di valore (ApcoTool, organizzazione di iniziative pubbliche)
- Creare una minima struttura organizzativa di delegazione, almeno su Milano e Roma
- Organizzare periodiche riunioni territoriali, su progetti specifici
- Visibilità delle iniziative non necessariamente finalizzata all'aumento della partecipazione/iscrizioni ma anche più semplicemente al rafforzamento dell'identità di appartenenza all'associazione o più genericamente al mondo associativo professionale

Sintesi dati raccolti

■ Relazione con Apco: opinione generale

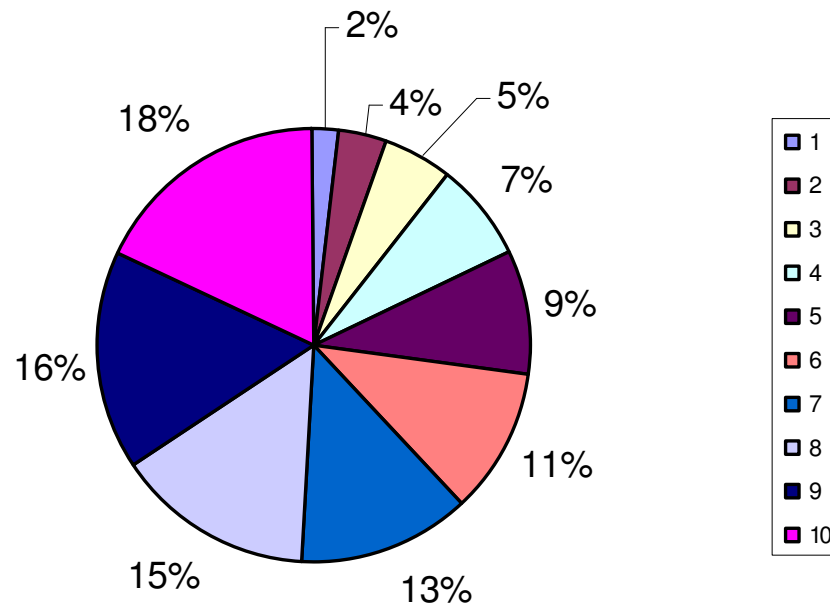
Il grafico evidenzia un'opinione generale molto buona (68% compreso tra valutazione 7 e 10)



Sintesi dati raccolti

- **Relazione con Apco: valutazione di utilità a partecipare alla vita associativa**

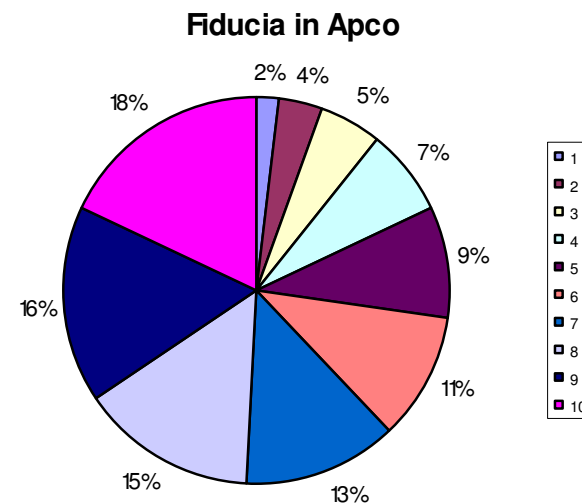
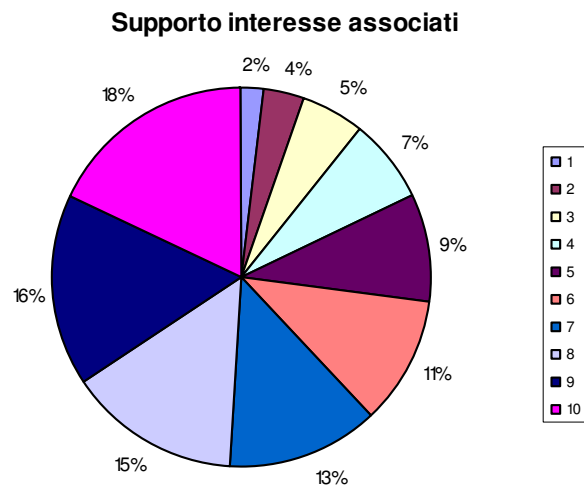
Oltre il 60% dei rispondenti dichiara essere utile fare vita associativa



Sintesi dati raccolti

■ Relazione con Apco: valutazione di supporto all'interesse dei soci e di fiducia nell'associazione

Oltre il 80% dei rispondenti ritiene che Apco persegua l'interesse dei propri associati. In eguale misura sono gli associati che si fidano di Apco



Sintesi dati raccolti

- Relazione con Apco: probabilità di rimanere socio e di suggerire Apco a consulenti non associati**

Oltre il 90% dei rispondenti dichiara di voler rimanere socio Apco e circa l'80% suggerirebbe di aderire all'associazione a consulenti non ancora associati

