

5. Resistere alla crisi: luci e ombre di un quinquennio in trincea

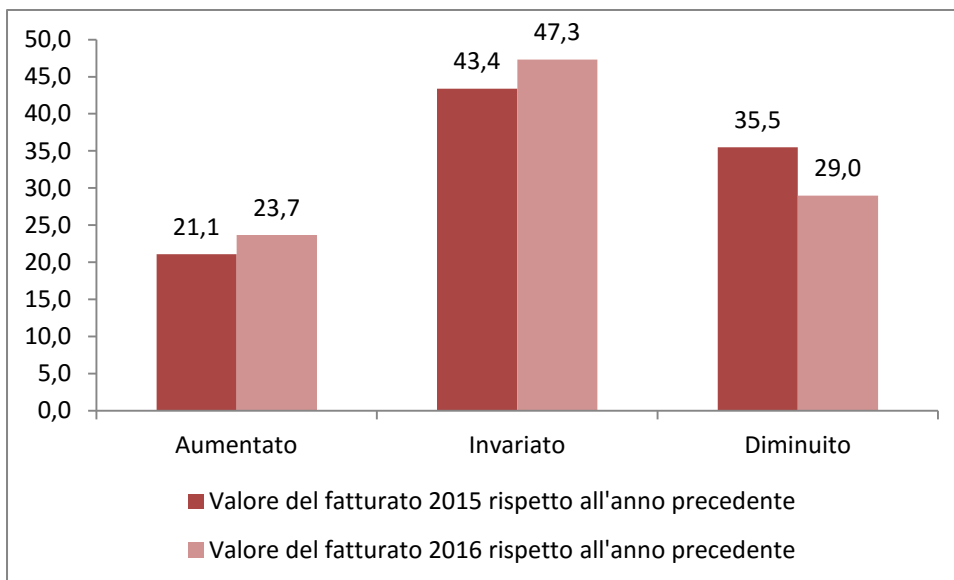
Dal 2010 le libere professioni, e quelle dell'area tecnica in particolare, stanno vivendo un periodo di forte affanno, dovuto agli effetti di una crisi che ha colpito duramente alcuni mercati strategici delle attività professionali, primo fra tutti il settore delle costruzioni. Tuttavia **i periti industriali sembrano avere tenuto botta, reagendo per certi versi meglio di altre professioni.**

Se si osserva l'andamento del fatturato e del numero dei clienti negli ultimi anni, infatti, emerge che **il 71% dei professionisti ha visto nel 2016 confermare (47,3%) o accrescere (23,7%) i propri volumi economici.** Un dato questo che appare in miglioramento rispetto all'anno precedente, quando la quota di quanti avevano resistito alla crisi si collocava complessivamente al 64,5%. Resta tuttavia un'area elevata di sofferenza, individuabile nel 29% che ha registrato invece una diminuzione del proprio fatturato; tuttavia, rispetto al 2015, tale dato risulta in diminuzione (**fig. 25**).

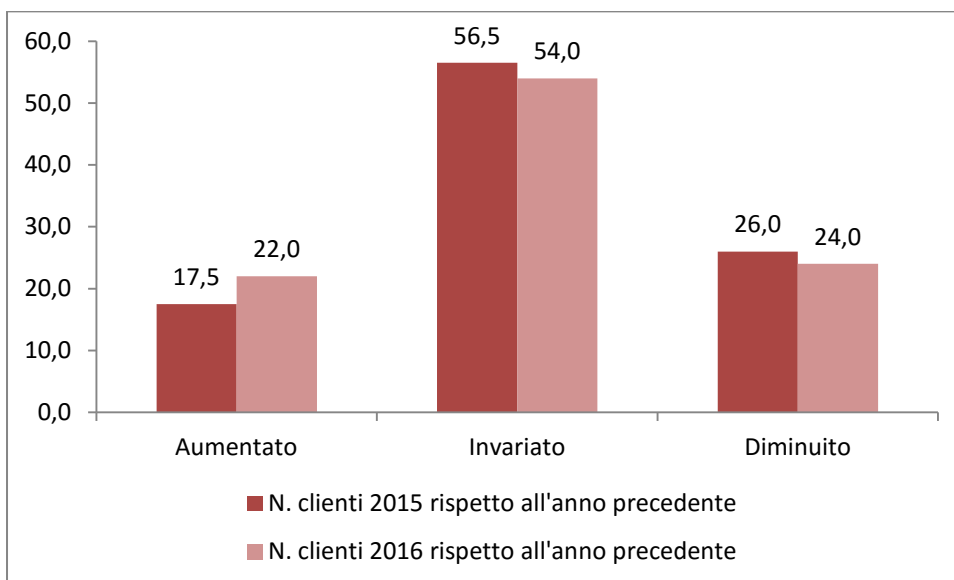
Tale andamento è confermato anche dai dati sul mercato, che registrano per una quota significativa di professionisti un aumento (22%) o una stabilità (54%) del numero dei clienti. Insomma la sensazione è che la professione sia stata in questi anni in trincea, abbia tendenzialmente resistito, cercando di ridurre al minimo le perdite (**fig. 26**).

La variabile territoriale tende però a diversificare le performance economiche dei periti. Come prevedibile, nelle regioni del Mezzogiorno la quota di intervistati che dichiara un fatturato in calo nel 2016 rispetto al 2015 raggiunge il 34%, contro il 25,2% dei periti che esercitano nel Nord Ovest. In questa parte del Paese si registra anche la quota maggiore del fatturato in crescita, con il 26,1% (**tab. 29**).

Rispetto alla specializzazione professionale emerge una maggiore solidità per l'area informatica dove si riscontra una quota più elevata di periti che dichiara un fatturato in crescita con percentuali superiori alla media del campione e intorno al 26,4%. Leggermente più deboli appaiono le condizioni dei periti orientati all'attività nel campo della prevenzione e dell'igiene ambientale e quelli dell'area civile, entrambi con indicazioni di fatturato in calo superiori al 30% (**tab. 30**).

Fig. 25 – Andamento del fatturato dello studio nel 2015 e 2016 (val. %)

Fonte: indagine Centro Studi Fondazione Opificium-CNPI

Fig. 26 – Andamento del numero dei clienti dello studio nel 2015 e 2016 (val. %)

Fonte: indagine Centro Studi Fondazione Opificium-CNPI

Tab. 29 – Andamento del fatturato e del clienti dello studio nel 2016, per area geografica (val. %)

	Area geografica				Totale
	Nord-ovest	Nord-est	Centro	Sud	
Fatturato					
Aumentato	26,1	25,0	20,5	20,4	23,7
Invariato	48,7	45,9	49,4	45,6	47,2
Diminuito	25,2	29,1	30,1	34,0	29,0
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Numero dei clienti					
Aumentato	23,2	21,8	21,6	21,1	22,1
Invariato	55,9	54,3	54,3	48,8	54,0
Diminuito	20,9	23,9	24,1	30,0	24,0
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: indagine Centro Studi Fondazione Opificium-CNPI

Tab. 30 – Andamento del fatturato e del clienti dello studio nel 2016, per area di specializzazione (val. %)

	Area di specializzazione (*)					Totale
	Prevenzione e igiene ambientale	Informazione	Industriale meccanico	Industriale elettrico	Civile e ambientale	
Fatturato						
Aumentato	22,1	26,4	23,4	25,5	21,9	23,7
Invariato	47,6	54,0	50,1	46,0	46,1	47,2
Diminuito	30,3	19,5	26,5	28,5	32,0	29,0
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Numero dei clienti						
Aumentato	22,0	18,8	22,0	23,5	19,6	22,1
Invariato	52,4	67,1	57,8	53,7	52,2	54,0
Diminuito	25,6	14,1	20,2	22,8	28,2	24,0
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

(*) Sono state considerate solo le aree di specializzazioni che presentavano numerosità campionaria adeguata (più di 100 rispondenti) per effettuare elaborazioni

Fonte: indagine Centro Studi Fondazione Opificium-CNPI

Anche da un punto di vista anagrafico non mancano le differenze. **I giovani hanno registrato nel 2016 un aumento del loro fatturato mediamente maggiore degli altri (36,2%),** e solo il 17% ha assistito invece ad una diminuzione. Si tratta di una tendenza dovuta alla minore anzianità dell'attività professionale che esprime, nelle sue fasi di avvio, una naturale tendenza alla crescita. Tuttavia, anche il fatto che i giovani tendano, più dei loro colleghi, a lavorare secondo modalità più collaborative (come studi associati, o facendo rete con altri professionisti), può contribuire a spiegare le migliori performance di questo gruppo (**tab. 31**).

Tab. 31 – Andamento del fatturato e del clienti dello studio nel 2016, per classe d'età (val. %)

	Classe d'età					Totale
	18-35 anni	36-45 anni	46-55 anni	56-65 anni	oltre 65 anni	
Fatturato						
Aumentato	36,2	24,5	22,3	17,1	18,9	26,1
Invariato	46,8	48,2	46,6	47,9	46,2	48,7
Diminuito	17,0	27,3	31,1	35,0	34,9	25,2
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Numero dei clienti						
Aumentato	36,5	23,7	19,9	14,0	16,5	22,1
Invariato	50,4	54,6	55,0	55,7	51,5	54,0
Diminuito	13,0	21,7	25,2	30,2	31,9	24,0
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: indagine Centro Studi Fondazione Opificio-CNPI

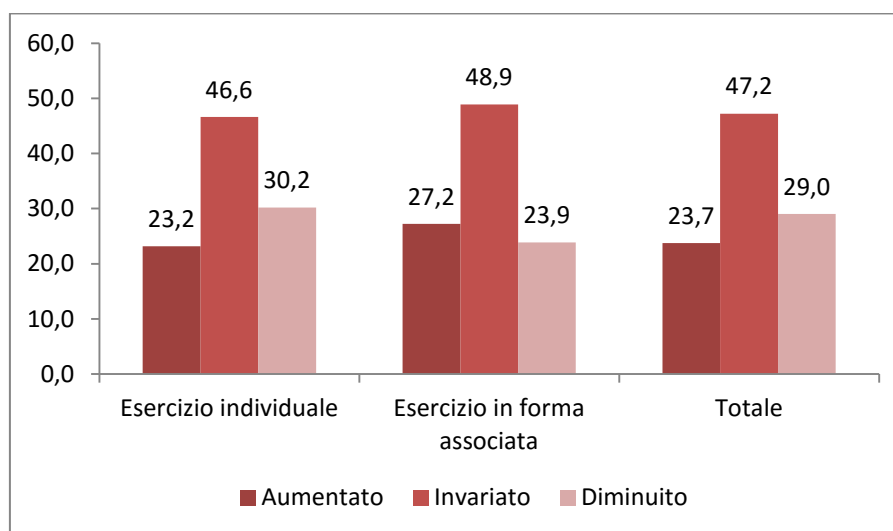
A ben vedere, infatti, **tra chi esercita la professione in forma associata si registra un andamento migliore dell'attività professionale** con una prevalenza di quanti vedono aumentare il fatturato di studio rispetto a chi registra invece una diminuzione (27,2% contro il 23,9%). **Di contro, tra chi esercita la professione in forma individuale, tende ad essere prevalente una condizione di sofferenza,** e se il 46,6% dichiara che nel 2016 il fatturato di studio è rimasto invariato, e per il 23,2% è aumentato, vi è quasi un terzo (30,2%) di questo gruppo che dichiara per l'anno da poco finito un fatturato in diminuzione (**fig. 27**).

Anche rispetto all'andamento delle dimensioni di mercato la componente associata mostra un maggiore consolidamento nel 2016 rispetto ai professionisti individuali: la quota di chi ha visto crescere il numero dei clienti risulta più elevata di circa tre punti percentuali se confrontata agli altri. Allo stesso modo le valutazioni di riduzione del numero dei clienti restano in ogni caso più contenute rispetto a quanto emerge dalla risposte delle altre tipologie di professionisti (**fig. 28**).

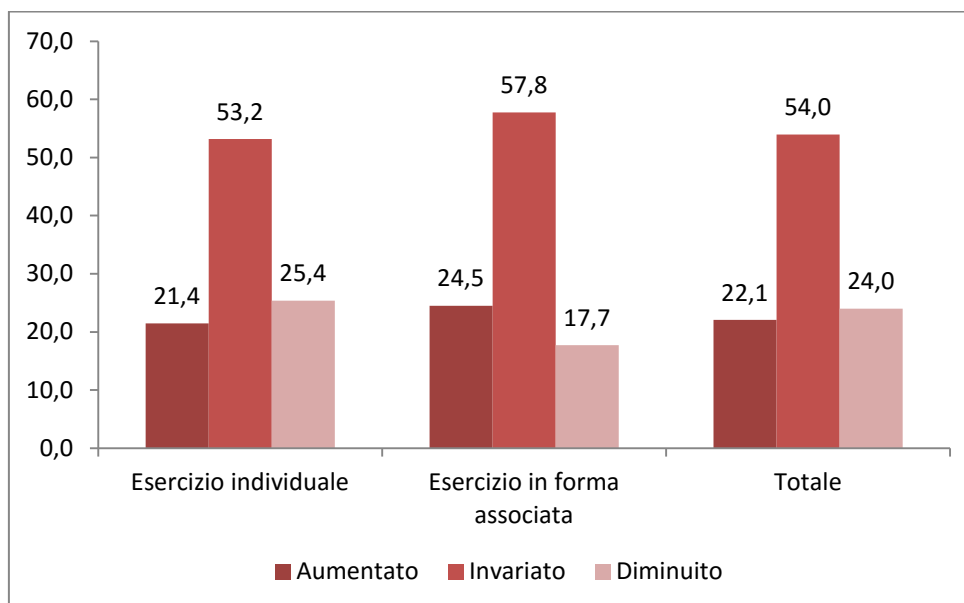
Ulteriori interessanti valutazioni emergono anche dall'analisi delle caratteristiche dei mercati a cui è destinata l'attività dei professionisti.

Mediamente, **chi ha come riferimento principale una clientela più strutturata, fatta di medie e grandi imprese, o anche di soggetti pubblici, ha risentito meno della crisi**, ed è riuscito anche a registrare positivi incrementi di fatturato. Di contro, la parcellizzazione della clientela in una marea di piccoli committenti privati, ha costituito un elemento di penalizzazione ulteriore e ben il 36,7% di chi opera in mercato fatto per lo più di privati cittadini ha segnalato nel 2016 una riduzione consistente del fatturato di studio (**tab. 32**).

Fig. 27 – Andamento del fatturato dello studio nel 2016, per modalità di esercizio della libera professione (val. %)



Fonte: indagine Centro Studi Fondazione Opificium-CNPI

Fig. 28 – Andamento del numero dei clienti dello studio nel 2016, per modalità di esercizio della libera professione (val. %)


Fonte: indagine Centro Studi Fondazione Opificium-CNPI

Tab. 32 – Andamento del fatturato dello studio nel 2016, per tipologia di clientela prevalente (val. %)

Tipologia di clientela prevalente	Andamento del fatturato nel 2016			Totale
	Aumentato	Invariato	Diminuito	
Altri studi professionali	23,5	48,3	28,2	100,0
Enti pubblici	27,3	45,5	27,3	100,0
Medie e grandi imprese	29,7	46,2	24,2	100,0
Piccole imprese	23,2	49,1	27,7	100,0
Privati cittadini	19,7	43,6	36,7	100,0
Totale	23,9	47,0	29,1	100,0

Fonte: indagine Centro Studi Fondazione Opificium-CNPI

Se la tipologia di clientela è un elemento importante nell'influencare le performance professionali, ancora di più lo è la variabile territoriale del mercato. **Più l'orizzonte si allarga, abbracciando la dimensione nazionale e internazionale, più le opportunità aumentano, e con esse il giro d'affari.** Tra

quanti infatti operano anche a livello internazionale, il 39,1% ha registrato nel 2016 un aumento del fatturato e solo il 18,7% una diminuzione; anche tra chi ha una proiezione nazionale il giro d'affari risulta più dinamico, mentre è chiaro che chi resta confinato ad una dimensione comunale della propria attività rischia molto di più: solo il 14,7% ha visto aumentare il fatturato, mentre il 38,1% ha registrato una diminuzione (**tab. 33**)

Tab. 33 – Andamento del fatturato dello studio nel 2016, per ambito massimo di estensione del mercato di riferimento (val. %)

Ambito massimo di estensione del mercato di riferimento	Andamento del fatturato nel 2016			Totale
	Aumentato	Invariato	Diminuito	
Comunale	14,7	47,2	38,1	100,0
Provinciale	20,9	47,3	31,8	100,0
Regionale	23,7	47,9	28,4	100,0
Nazionale	29,8	46,0	24,2	100,0
Internazionale	39,1	42,2	18,7	100,0
Totale	23,9	47,0	29,1	100,0

Fonte: indagine Centro Studi Fondazione Opificio-CNPI

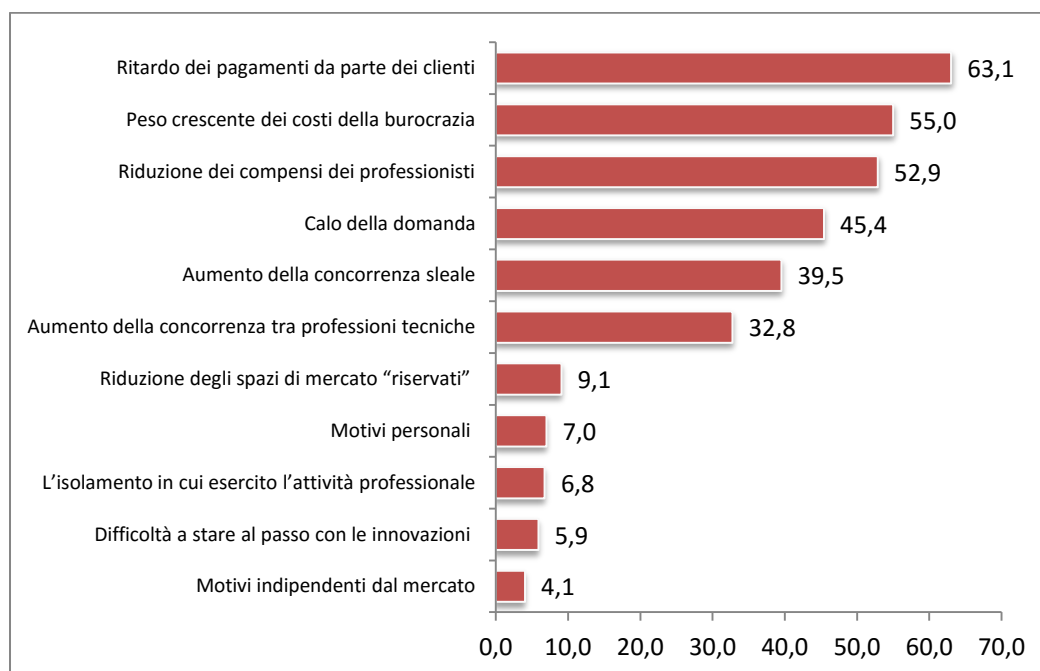
Nel corso della crisi i **professionisti si sono confrontati con problemi indotti dal calo della domanda, ma anche con l'acutizzarsi di alcune criticità che proprio la cattiva fase congiunturale ha portato allo scoperto**. Entrando nel dettaglio della dinamica economica, emergono gli aspetti più concreti con cui l'attività professionale si è dovuta confrontare e che sono imputabili essenzialmente a comportamenti di aggiustamento al ribasso messi in atto dalla clientela: il 63,1% dei periti ha subito ritardi nei pagamenti, il 52,9% ha visto ridursi l'entità dei compensi, mentre il 45,4% ha registrato un sostanziale ridimensionamento della domanda (**fig. 29**).

Nello stesso tempo la professione ha dovuto affrontare un costo crescente in termini di adempimenti normativi e di imposizione fiscale (55%) cui si è aggiunto – e questo in maniera prevedibile con un mercato che tende a restringersi – un'intensificazione della concorrenza da parte di altre aree professionali (32,8%), ma anche di chi ha fatto ricorso a modalità non regolari di prestazione (39,5%).

In pochi lamentano invece tra le problematiche incontrate la riduzione degli spazi di mercato riservati (9,1%), la condizione di solitudine in cui viene

esercitata l'attività (6,8%) o la difficoltà a stare al passo con le innovazioni (5,9%).

Fig. 29 – Principali problemi segnalati dagli iscritti nello svolgimento dell'attività professionale (val. %) (*)



(*) Il totale non è uguale a 100 in quanto erano possibili più risposte

Fonte: indagine Centro Studi Fondazione Opificium-CNPI

Se si osservano le risposte in base alle diverse aree di specializzazione emerge chiaramente come le problematiche riscontrate siano state percepite con diversa intensità dai professionisti.

Mediamente, chi opera nel settore dell'informazione, segnala meno aspetti, e sembra abbastanza "immune" da alcuni che invece penalizzano fortemente altri professionisti, quali ad esempio la riduzione dei compensi (indica l'item "solo" il 29,5% contro il 58,7% dei professionisti dell'area edile).

Di contro, proprio di edili sono quelli che segnalano con maggiore intensità i tanti problemi in cui sono incorsi negli ultimi anni: non solo il ritardo dei pagamenti o il peso crescente di oneri burocratici e amministrativi, ma anche il calo significativo della domanda (lo segnala il 51,2% di questo gruppo) e

l'aumento della concorrenza sleale di chi lavora in nero, o offre prestazioni professionali pur non avendone titolo (**tab. 34**).

Tab. 34 – Principali problemi segnalati dagli iscritti nello svolgimento dell'attività professionale, per area di specializzazione (val. %) (*)

	Area di specializzazione (**)					Totale
	Prevenzione e igiene ambientale	Informazione	Industriale meccanico	Industriale elettrico	Civile e ambientale	
Ritardo dei pagamenti da parte dei clienti	65,5	48,9	58,3	66,9	64,9	63,1
Peso crescente dei costi per adempimenti normativi, tasse, etc	54,9	48,9	51,9	53,7	59,3	55,0
Riduzione dei compensi dei professionisti	49,4	29,5	47,0	56,1	58,7	52,9
Calo della domanda	31,1	45,5	40,9	47,9	51,2	45,4
Aumento della concorrenza sleale, da parte di chi lavora in nero, o chi offre servizi non avendo titolo	48,9	38,6	36,2	40,1	38,6	39,5
Aumento della concorrenza tra professionisti dell'area tecnica	35,3	15,9	28,4	32,9	38,8	32,8
Riduzione degli spazi di mercato "riservati" dalla legge	11,5	6,8	7,8	9,3	10,1	9,1
Motivi personali che hanno ostacolato il regolare svolgimento dell'attività lavorativa	6,0	17,0	7,2	6,5	6,7	7,0
L'isolamento in cui esercito l'attività professionale, derivante dall'assenza di rapporti stabili con altri professionisti	4,3	10,2	9,3	7,1	5,3	6,8
Difficoltà a stare al passo con le innovazioni e le nuove richieste del mercato	5,5	4,5	5,2	4,7	8,6	5,9
Difficoltà a gestire l'attività di studio per motivi indipendenti dal mercato	3,4	3,4	3,7	4,1	4,5	4,1

(*) Il totale non è uguale a 100 in quanto erano possibili più risposte. (**) Sono state considerate solo le aree di specializzazioni che presentavano numerosità campionaria adeguata (più di 100 rispondenti) per effettuare elaborazioni

Fonte: indagine Centro Studi Fondazione Opificium-CNPI

E' interessante anche approfondire le problematiche di mercato che si sono presentate negli ultimi anni con riferimento allo stato di salute dell'attività professionale. Chi, malgrado tutto, ha continuato ad incrementare il volume d'affari, si è dovuto confrontare soprattutto con il ritardo dei pagamenti,

mentre altri aspetti, quali la bassa dinamicità della domanda o la concorrenza con professionisti di area tecnica, sono stati meno rilevanti.

Di contro, per chi ha perso posizioni, hanno pesato molto, oltre al ritardo nei pagamenti da parte dei clienti, il peso crescente degli oneri burocratici ed amministrativi, ma anche la riduzione dei compensi dei professionisti, oltre che, ovviamente, il calo della domanda, che ha rappresentato di gran lunga il fattore principale di affanno (**tab. 35**).

Tab. 35 – Principali problemi segnalati dagli iscritti nello svolgimento dell’attività professionale, per andamento del fatturato dello studio nel 2016 (val. %) (*)

	Andamento del fatturato nel 2016			Totale
	Aumentato	Invariato	Diminuito	
Ritardo dei pagamenti da parte dei clienti	64,9	62,1	63,1	63,1
Peso crescente dei costi per adempimenti normativi, tasse, etc	51,2	54,9	59,6	55,0
Riduzione dei compensi dei professionisti	49,7	52,4	59,1	52,9
Calo della domanda	27,9	42,3	65,2	45,4
Aumento della concorrenza sleale, da parte di chi lavora in nero, o chi offre prestazioni/servizi professionali pur non avendo le idonee qualifiche	40,6	36,5	43,8	39,5
Aumento della concorrenza tra professionisti dell'area tecnica	28,6	31,7	38,7	30,7
Riduzione degli spazi di mercato "riservati" dalla legge	7,2	8,6	11,8	8,1
Motivi personali che hanno ostacolato il regolare svolgimento dell’attività lavorativa	6,9	7,1	7,0	7,0
L’isolamento in cui esercito l’attività professionale, derivante dall’assenza di rapporti stabili con altri professionisti o strutture	6,9	5,8	8,4	6,2
Difficoltà a stare al passo con le innovazioni e le nuove richieste del mercato	6,4	5,7	6,2	5,9
Difficoltà a gestire l’attività di studio per motivi indipendenti dal mercato	4,4	4,4	3,1	4,4

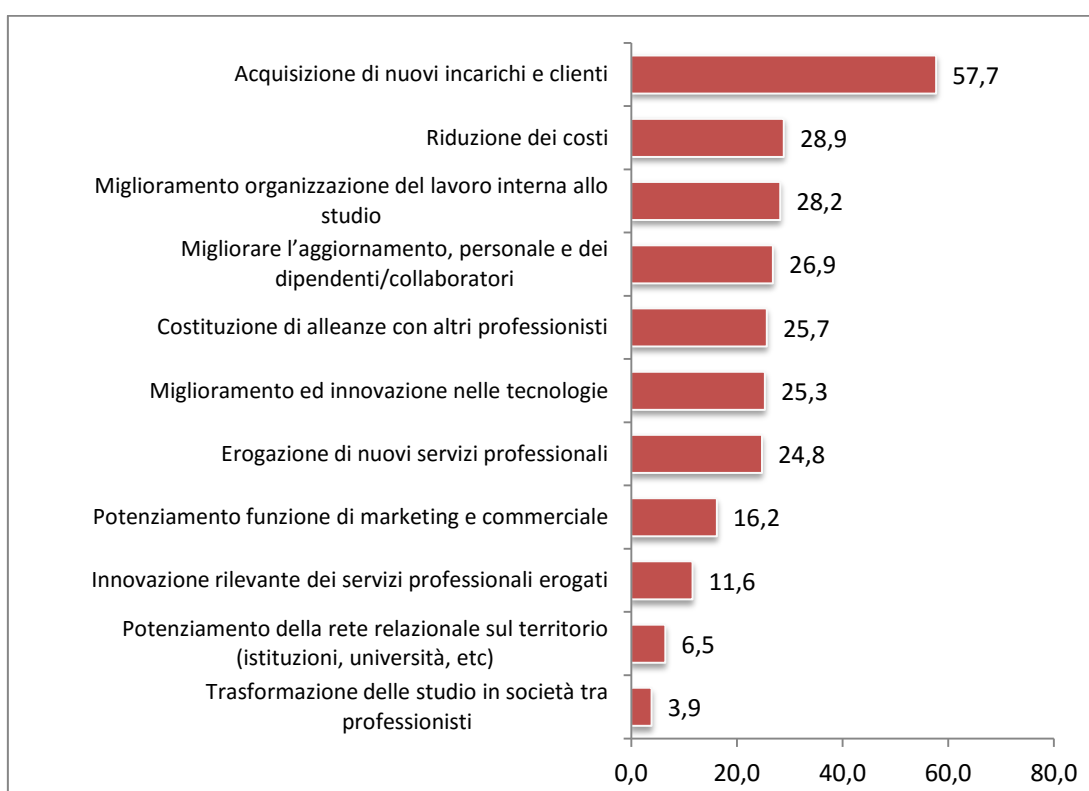
(*) Il totale non è uguale a 100 in quanto erano possibili più risposte

Fonte: indagine Centro Studi Fondazione Opificium-CNPI

Le difficoltà incontrate nello svolgimento dell’attività professionale negli ultimi anni sono stati per molti professionisti un’occasione per rimettersi in gioco, e avviare interventi finalizzati al miglioramento dell’organizzazione dell’attività. **Emerge la sensazione che, dopo anni di “trincea” la professione sia pronta a ripartire, ad investire in nuove iniziative, ispirate più ad una strategia di attacco dei mercati, che non meramente difensiva, quale quella adottata negli ultimi anni.**

Interpellati su quali siano le misure che si intende adottare per il biennio 2017-2018, **la maggioranza del campione (il 57,7%) infatti, intende puntare con decisione sull'ampliamento del numero degli incarichi e dei clienti**; una scelta di gran lunga maggioritaria, che la dice lunga sulla voglia di ripresa che anima i professionisti. Sempre in questa logica, il 24,8% pensa di erogare nuovi servizi professionali, il 25,7% guarda a possibili nuove alleanze con altri professionisti per allargare il campo di azione, mentre il 16,2% intende investire nel potenziamento delle funzioni commerciali e di marketing (**fig. 30**).

Fig. 30 – Iniziative professionali che gli iscritti intendono avviare nel biennio 2017-2018 (val. %) (*)



(*) Il totale non è uguale a 100 in quanto erano possibili più risposte

Fonte: indagine Centro Studi Fondazione Opificium-CNPI

A fronte di tali iniziative, che vanno in una logica di potenziamento ed espansione dell'attività professionale, l'ottica difensiva appare, almeno in prospettiva, più residuale, dal momento che "solo" il 28,9% degli interpellate intende ridurre i costi della propria attività nel prossimo biennio. A questo

approccio, se ne preferisce uno più razionalizzante, che vada in direzione del miglioramento delle performance e della crescita di produttività: il 25,3% intende investire in tecnologie (13,7%), il 28,2% riorganizzando in maniera più efficiente il lavoro all'interno dello studio, infine il 26,9% migliorare la formazione e l'aggiornamento del proprio personale dipendente o dei collaboratori.

Da un punto di vista settoriale emerge qualche differenza nelle strategie poste in essere. I professionisti dell'area civile e ambientale sono quelli che mediamente intendono mettere in campo più iniziative, finalizzate in primis all'acquisizione di nuovi clienti e incarichi (indica tale item il 38,6% dei rispondenti), ma anche di tipo difensivo: il 23,6% ha l'obiettivo di ridurre i costi della propria attività (**tab. 36**).

Tab. 36 – Iniziative professionali che gli iscritti intendono avviare nel biennio 2017-2018, per area di specializzazione (val. %) (*)

	Area di specializzazione (**)					Totale
	Prevenzione e igiene ambientale	Informazione	Industriale meccanico	Industriale elettrico	Civile e ambientale	
Acquisizione di nuovi incarichi e clienti	62,6	47,7	58,5	60,7	53,2	57,7
Riduzione dei costi	23,4	25,0	29,6	27,7	32,6	28,9
Miglioramento organizzazione del lavoro interna allo studio	25,5	21,6	27,2	28,3	31,1	28,2
Migliorare l'aggiornamento, personale e dei dipendenti/collaboratori	26,0	28,4	26,0	28,7	25,9	26,9
Costituzione di alleanze con altri professionisti	23,8	21,6	26,3	27,5	25,3	25,7
Miglioramento ed innovazione nelle tecnologie	25,1	44,3	28,6	25,0	26,1	25,3
Erogazione di nuovi servizi professionali	33,6	34,1	20,7	26,7	22,2	24,8
Potenziamento funzione di marketing e commerciale	18,3	29,5	16,4	17,0	12,5	16,2
Innovazione rilevante dei servizi professionali erogati	12,8	12,5	13,1	12,9	9,1	11,6
Potenziamento della rete relazionale sul territorio (istituzioni, università, etc)	9,8	13,6	5,3	6,7	5,0	6,5
Trasformazione delle studio in società tra professionisti	4,3	3,4	3,2	4,3	3,7	3,9

(*) Il totale non è uguale a 100 in quanto erano possibili più risposte. (**) Sono state considerate solo le aree di specializzazioni che presentavano numerosità campionaria adeguata (più di 100 rispondenti) per effettuare elaborazioni

Fonte: indagine Centro Studi Fondazione Opificium-CNPI

E' però guardando alla fase che sta attraversando l'attività di studio che le strategie che i periti industriali intendono mettere in campo appaiono più differenziate. **Tra chi sta vivendo una fase di crescita**, oltre a prevalere una logica espansiva verso il mercato, **viene data grande attenzione al tema dell'organizzazione interna**: il 38,2% ha come obiettivo strategico il miglioramento dell'organizzazione dello studio, il 33,2% l'aggiornamento del personale e dei collaboratori. Vi è poi un 22,6% che pensa a potenziare le funzioni commerciali e di marketing.

Chi si trova in fase "recessiva", pur puntando all'acquisizione di nuovi clienti, reputa importante abbattere i costi: è il 37,2% di questo gruppo a porsi per il biennio 2017-2018 questo obiettivo. A seguire, si avverte come prioritaria la necessità di fare rete con altri professionisti (il 25,5% intende attivare alleanze). Complessivamente però il numero delle iniziative da mettere in campo sembra per questo gruppo molto più contenuto (**tab. 37**).

Tab. 37 – Iniziative professionali che gli iscritti intendono avviare nel biennio 2017-2018, per andamento del fatturato dello studio nel 2016 (val. %)

	Andamento del fatturato dello studio nel 2016			Totale
	Aumentato	Invariato	Diminuito	
Acquisizione di nuovi incarichi e clienti	67,4	56,3	53,4	57,7
Riduzione dei costi	21,1	28,4	37,2	28,9
Miglioramento organizzazione del lavoro interna allo studio	38,2	27,1	22,5	28,2
Migliorare l'aggiornamento, personale e dei dipendenti/collaboratori	33,2	27,4	21,2	26,9
Costituzione di alleanze con altri professionisti	29,1	24,3	25,5	25,7
Miglioramento ed innovazione nelle tecnologie	31,6	26,5	19,0	25,3
Erogazione di nuovi servizi professionali	30,6	23,9	21,7	24,8
Potenziamento funzione di marketing e commerciale	22,6	13,6	15,2	16,2
Innovazione rilevante dei servizi professionali erogati	16,9	11,4	8,4	11,6
Potenziamento della rete relazionale sul territorio (istituzioni, università, etc)	8,7	6,0	5,6	6,5
Trasformazione dello studio in società tra professionisti	5,1	3,5	3,3	3,9

Fonte: indagine Centro Studi Fondazione Opificium-CNPI