



# **Il consulente di management, Italia 2015**

*Indagine promossa da APCO*

Presentazione risultati

*Assemblea dei soci APCO*

*Bologna, 24 aprile 2015 - Unaway Hotel Bologna-Fiera*

## L'indagine, struttura e tempistica

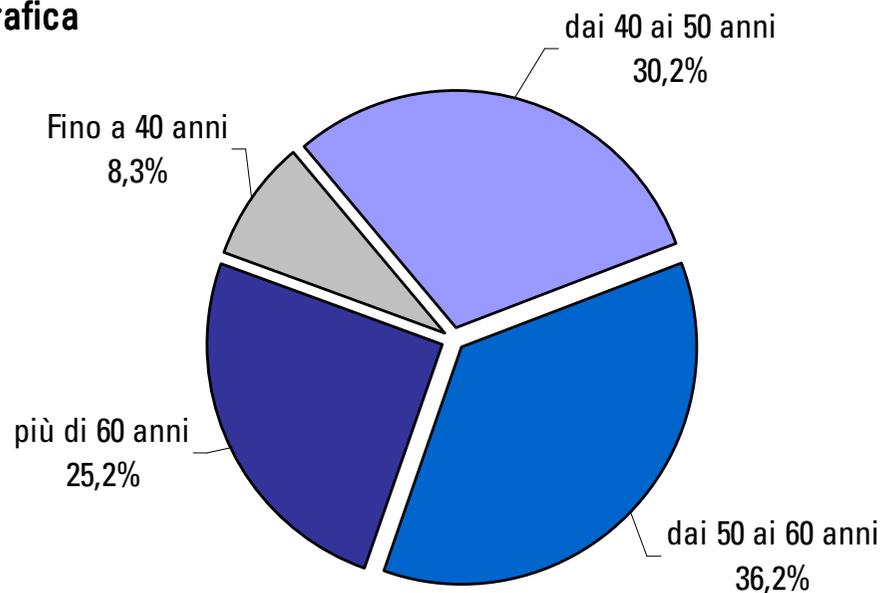
- Domande del questionario: **48**
- Questionari inviati: **1.831**
- Partecipanti all'indagine: **420** (red. 22,9%)
- Periodo indagine: **22/01 – 27/02 2015**
- Strumenti digitali: **SurveyMonkey, Mailchimp**
- Realizzazione a cura di: **Carlo Baldassi CMC, Vladimiro Barocco CMC, Marco Zanon** aderente APCO

# L'identikit del consulente

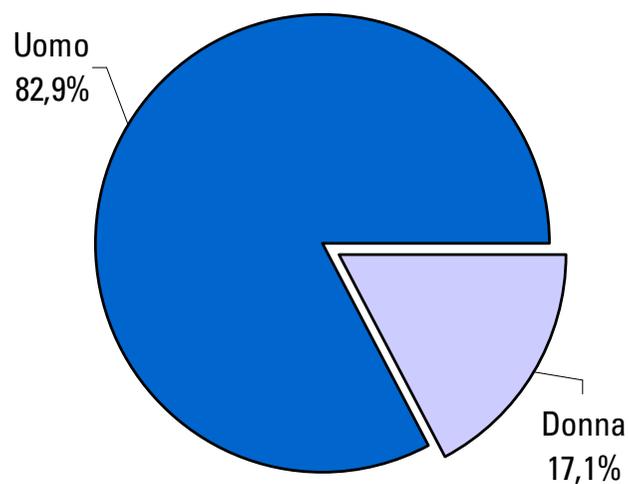
# L'identikit del consulente

**Il consulente di direzione è un professionista non giovane e uomo; più del 60% è over 50; gli over 60 sono il triplo degli under 40**

**Età anagrafica**



**Genere**

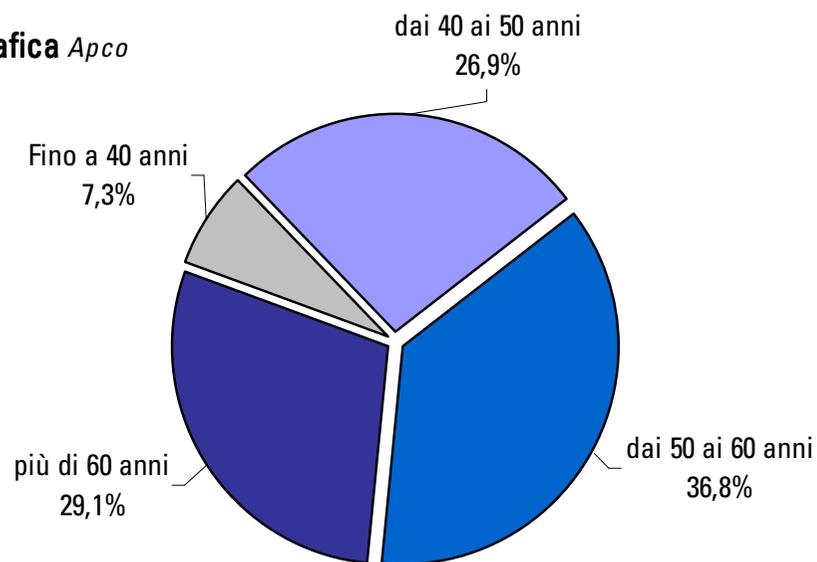


**Le consulenti donna rappresentano il 17%**

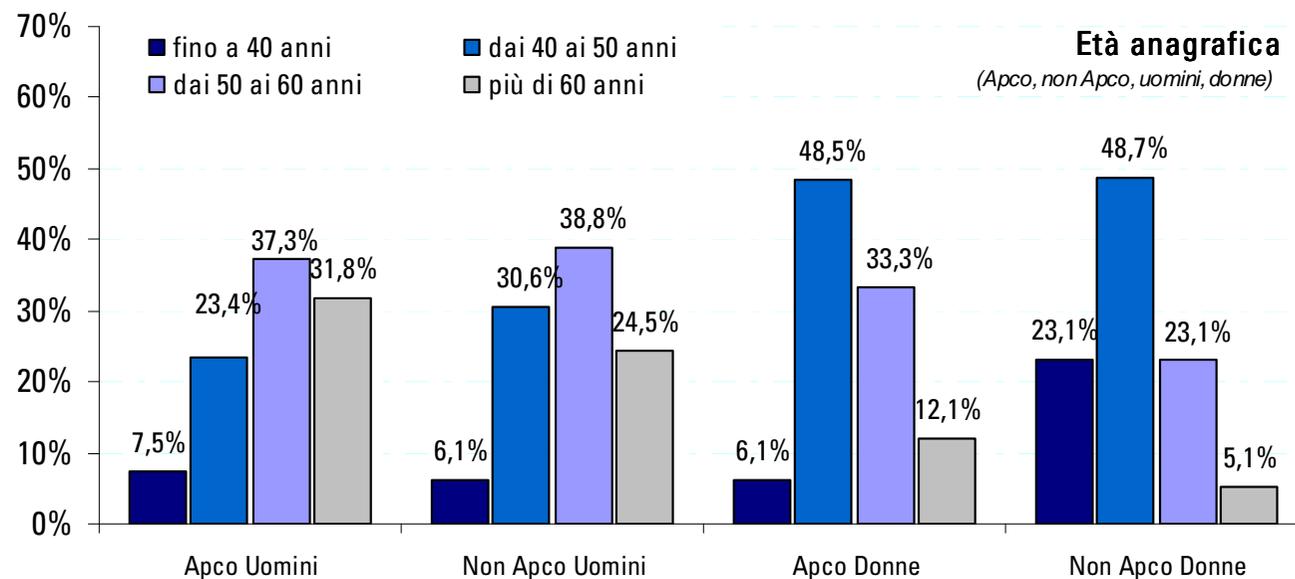
# L'identikit del consulente

**Il consulente APCO è mediamente più vecchio dei colleghi non iscritti ad APCO**

**Età anagrafica Apco**

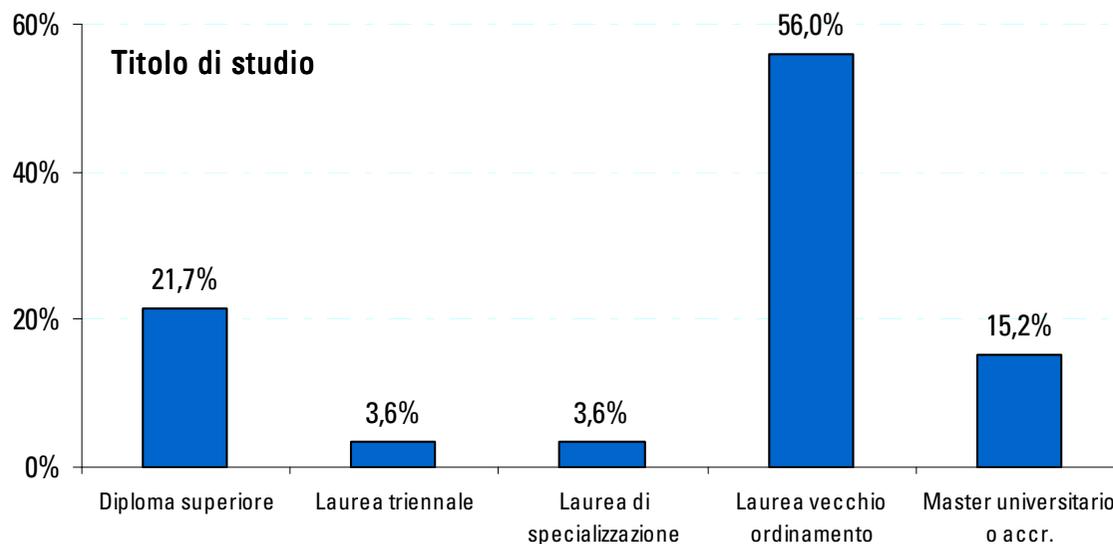


**Le consulenti donna sono mediamente più giovani rispetto ai colleghi uomini**



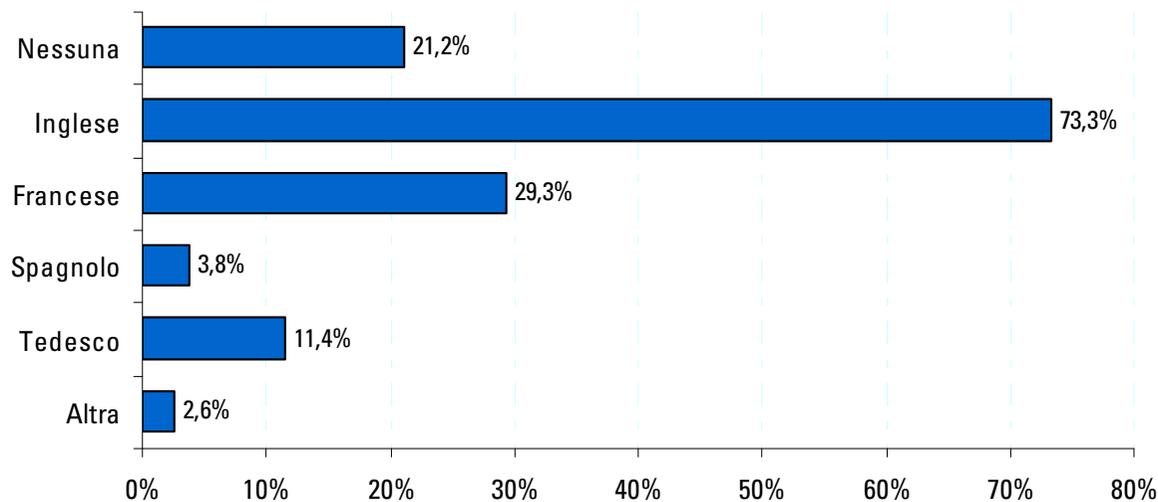
# L'identikit del consulente

**Il consulente ha un elevato grado di istruzione: 8 su 10 indicano di aver conseguito almeno la laurea**



**8 consulenti su 10 indicano di essere in grado di condurre una consulenza in lingua straniera**

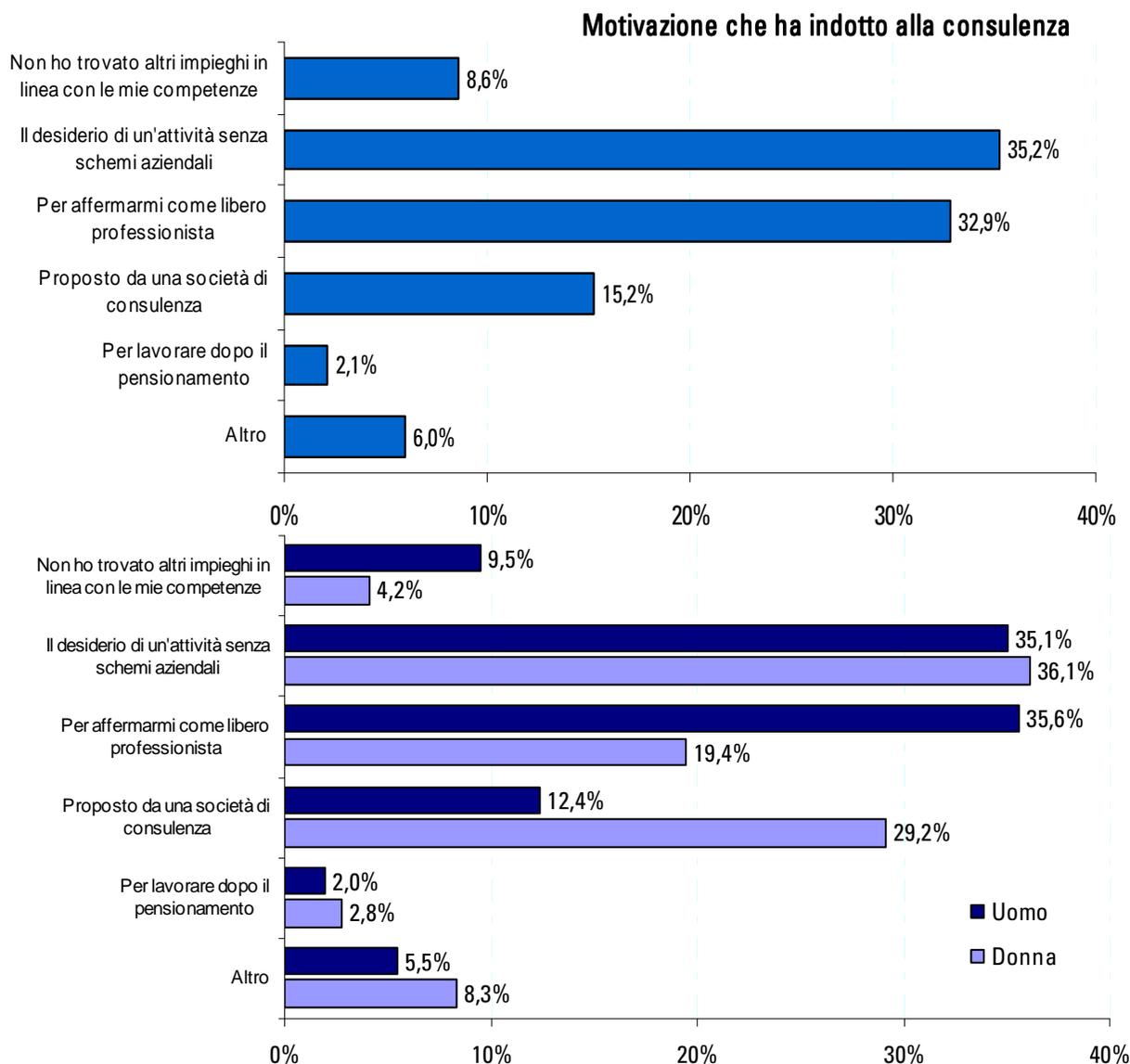
## Lingue conosciute



# Motivazioni della scelta della consulenza

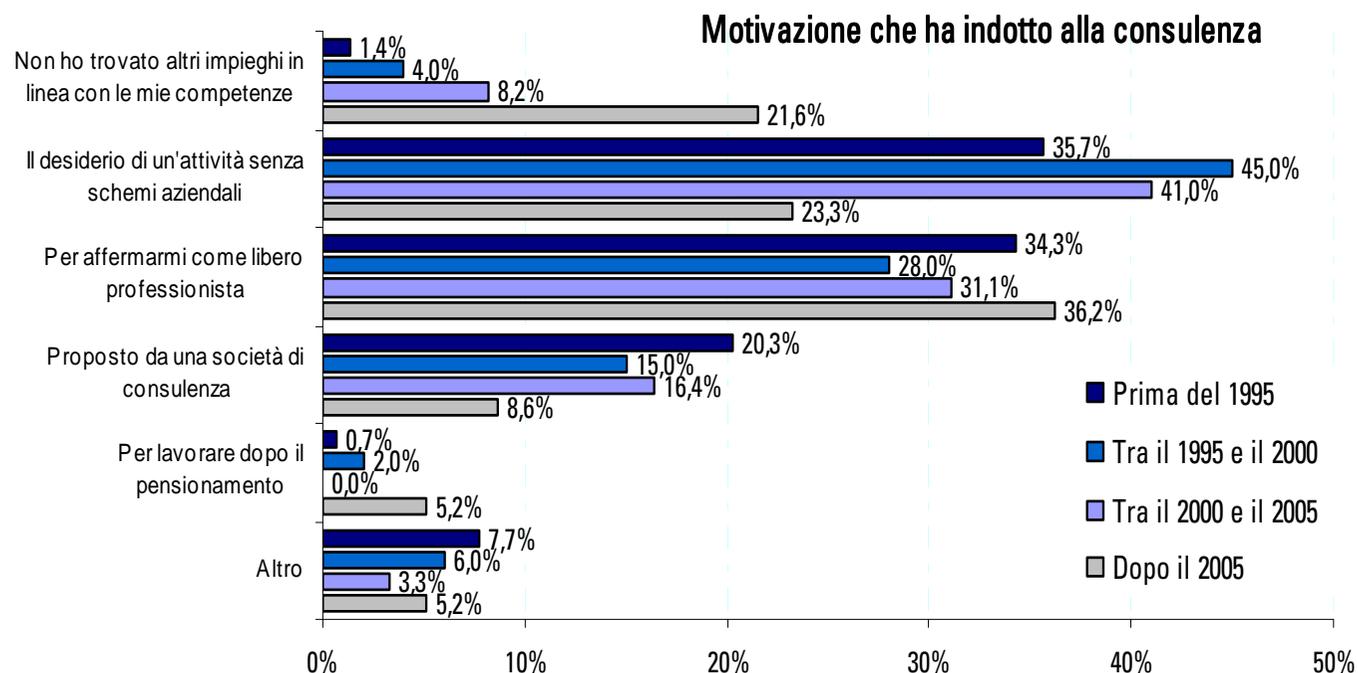
**L'attività di consulente è legata soprattutto al desiderio di autonomia e libertà professionale**

**Per molte consulenti donna la scelta della consulenza come professione è venuta come risposta ad una proposta da parte di una società**



# Le motivazioni cambiano

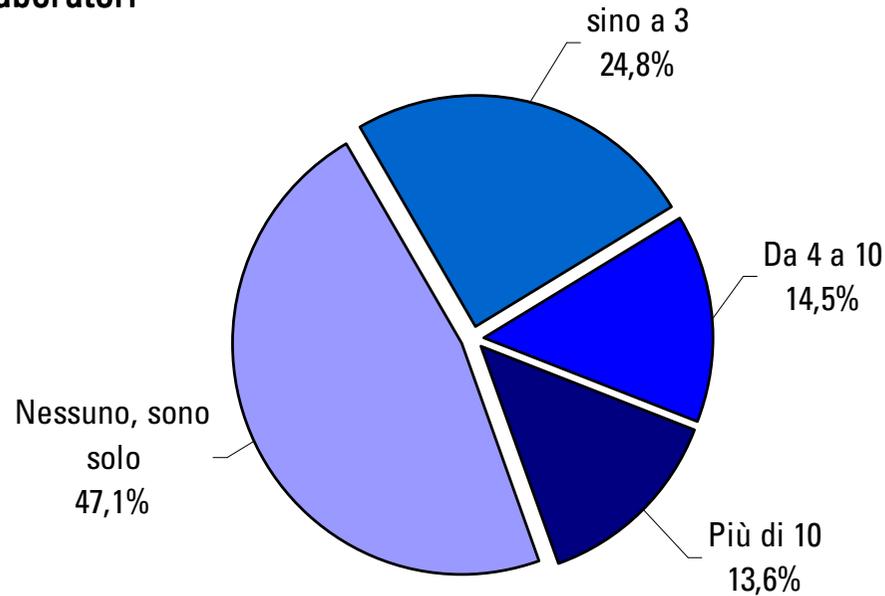
**Per coloro che hanno iniziato l'attività dopo il 2005, si innalza la percentuale di chi è diventato consulente perché uscito dall'azienda non ha trovato altri impieghi in linea con la sua professionalità**



# Home Office – Small Office

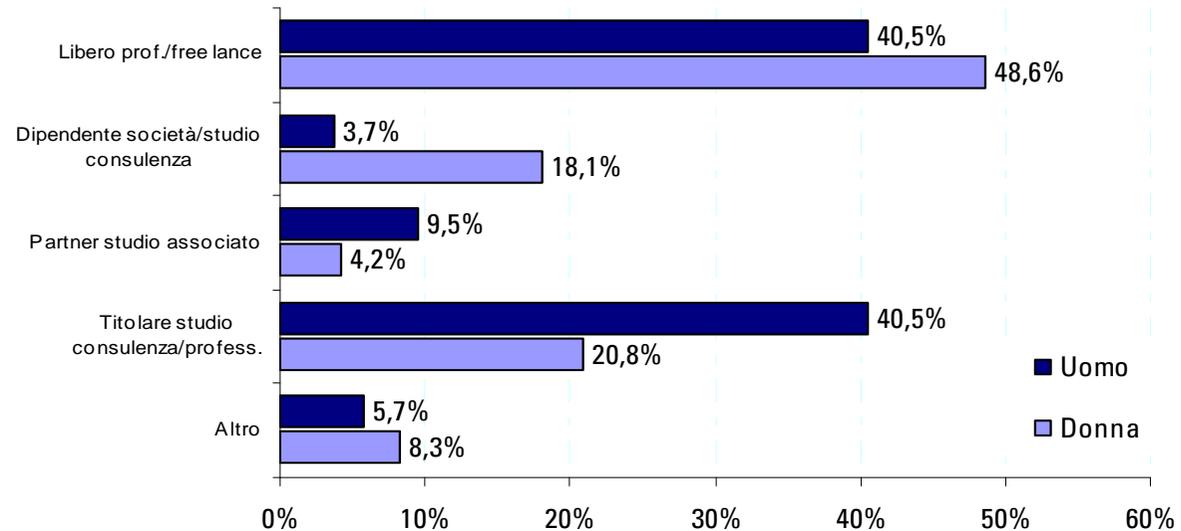
N.ro collaboratori

**La maggior parte dei consulenti opera da solo o come one man company; meno del 30% collabora con società con più di 3 addetti**



**Il consulente conduce la sua attività soprattutto come free lance/libero professionista o come titolare di studio di consulenza; le consulenti donna tendono ad essere meno coinvolte nella proprietà o nella direzione dello studio**

In che forma conduce la sua attività di consulenza?



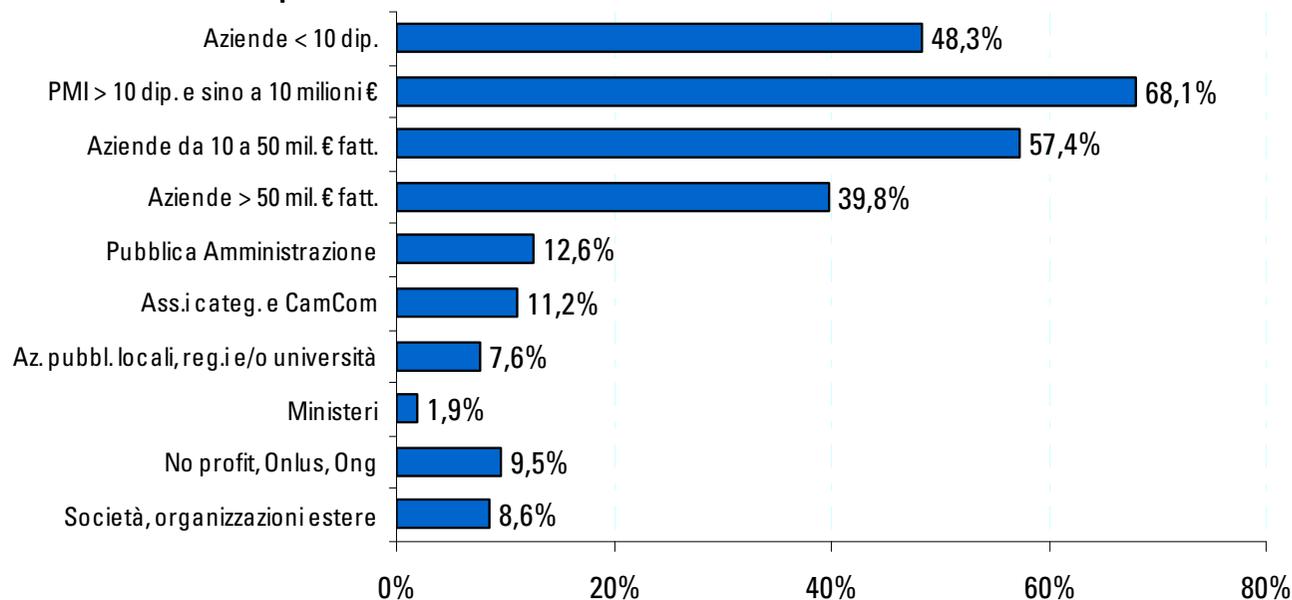
# **Attività professionale, compensi e tipologia di clientela**

# Compensi e dimensione aziende clienti

**Le aziende con cui i consulenti dichiarano di lavorare di più sono soprattutto le PMI con più di 10 dipendenti e sino a 10 milioni di € di fatturato**

**Sono tuttavia le grandi aziende con più di 50 milioni di € di fatturato che, in proporzione, permettono di ottenere le commesse più remunerative**

Il volume d'affari proviene da . . .



## Domanda 11

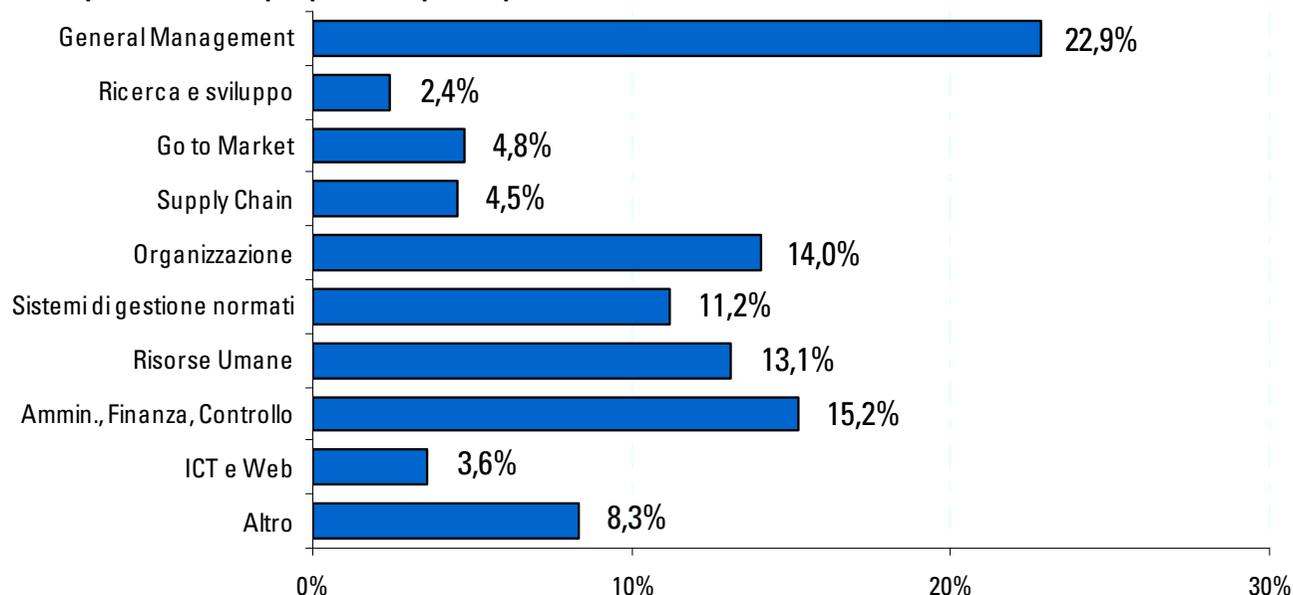
Il suo giro d'affari, in percentuale viene realizzato con

Opzioni	Media	Mediana	Moda
Aziende < 10 dip.	43,1%	30%	10%
PMI > 10 dip. e sino a 10 milioni €	42,6%	40%	20%
Aziende da 10 a 50 mil. € fatt.	34,9%	30%	20%
Aziende > 50 mil. € fatt.	48,6%	50%	50%
Pubblica Amministrazione	25,1%	10%	10%
<b>N° rispondenti</b>	<b>420</b>	<b>420</b>	<b>420</b>

# Aree professionali prevalenti

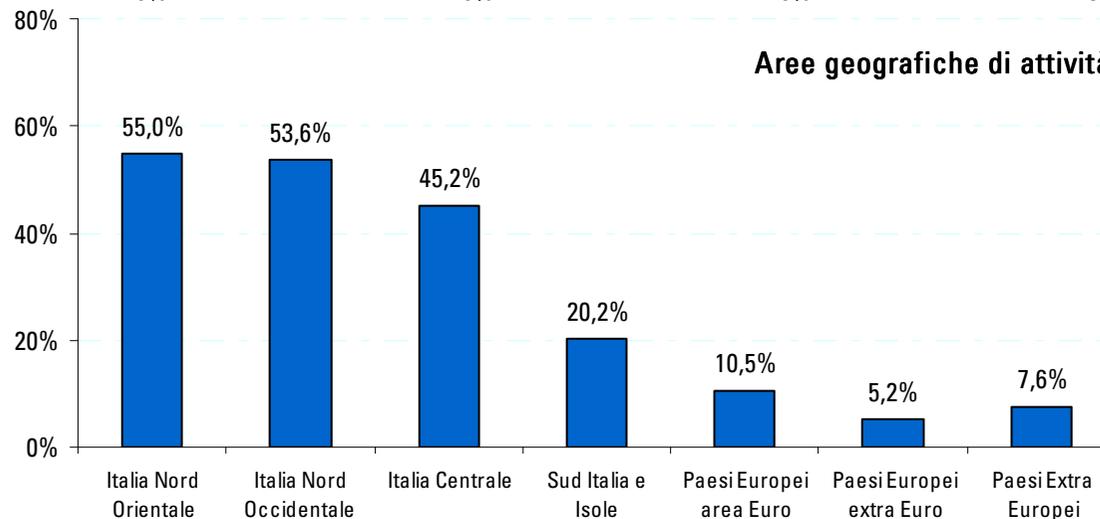
**Gli intervistati indicano il General Management come prima area professionale di intervento presso la clientela, seguono le aree di amministrazione, finanza e controllo e l'organizzazione**

Aree professionali proposte al primo posto



**E' il Nord Italia l'area geografica in cui i consulenti operano con maggiore frequenza e in cui si trovano i loro clienti**

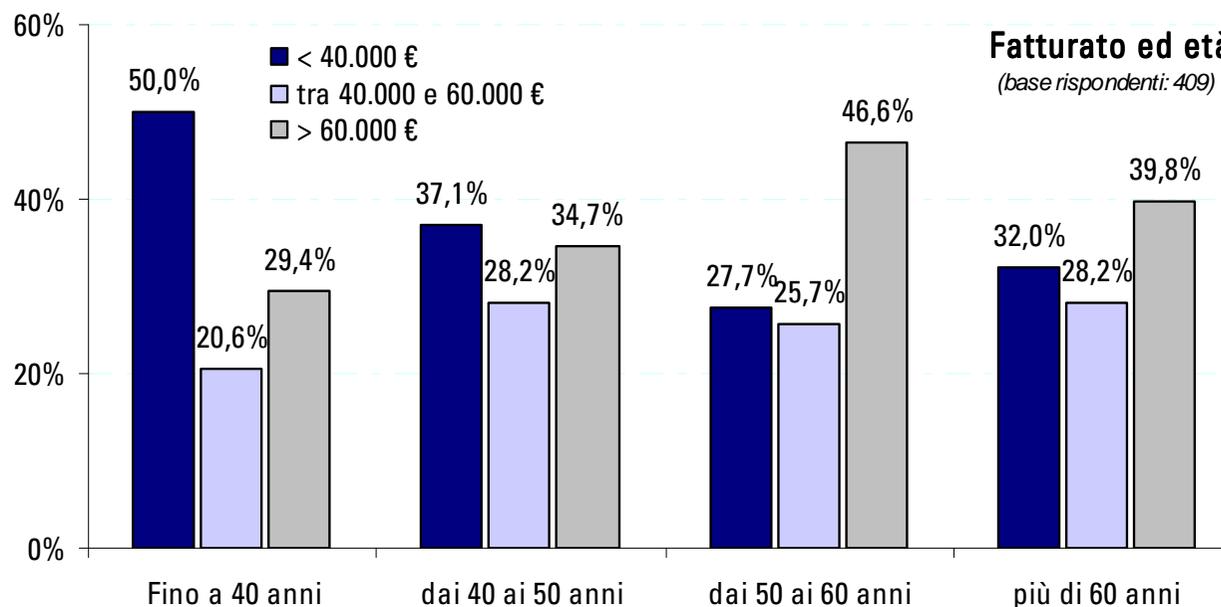
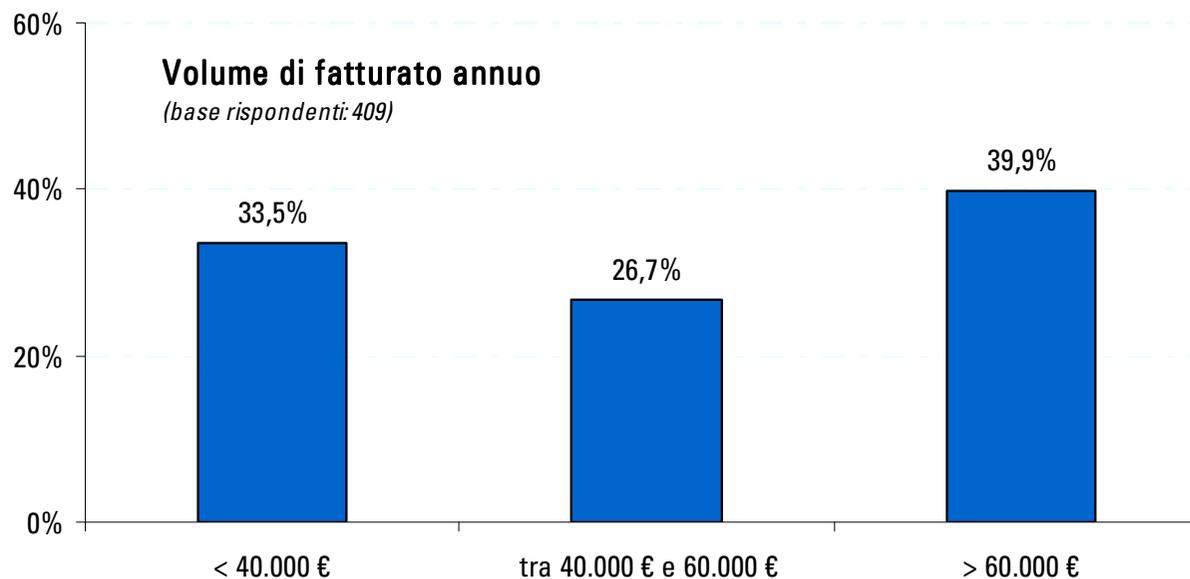
Aree geografiche di attività



# Fatturato annuo

**Quella del consulente,  
 non può dirsi una  
 professione ricca;  
 anche se la  
 maggioranza indica di  
 realizzare compensi  
 imponibili superiori ai  
 60.000 €, vi è un terzo  
 che indica di  
 guadagnare meno di  
 40.000 €/anno**

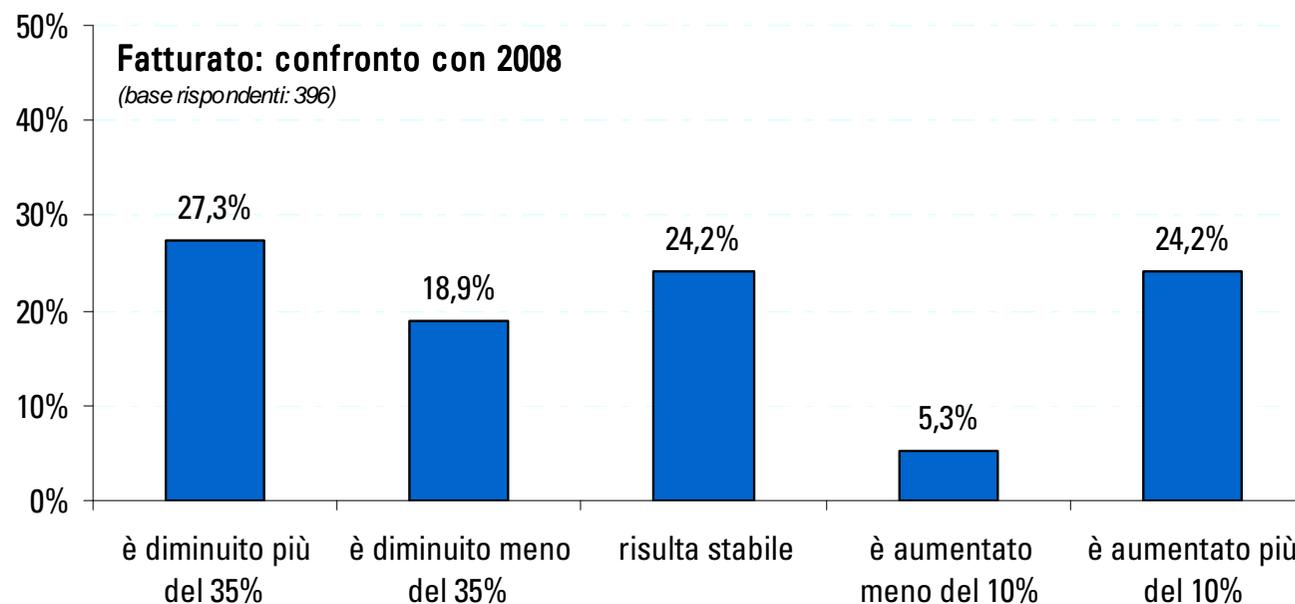
**I consulenti più  
 giovani sono quelli che  
 dichiarano di percepire  
 minori guadagni;  
 mentre guadagnano di  
 più quelli tra i 50 e i 60  
 anni**



# Variazione fatturato 2008 - 2014

**Nel confronto con il 2008, riferimento temporale di inizio della crisi economica, il 46,2% ha visto diminuire il proprio reddito; il 27,3% di oltre il 35%**

**Incrociando le risposte su andamento dei volumi e delle tariffe post 2008 emerge un quadro variegato, che apre a diverse interpretazioni sull'influenza della crisi sui redditi dei consulenti**



## Domanda 15

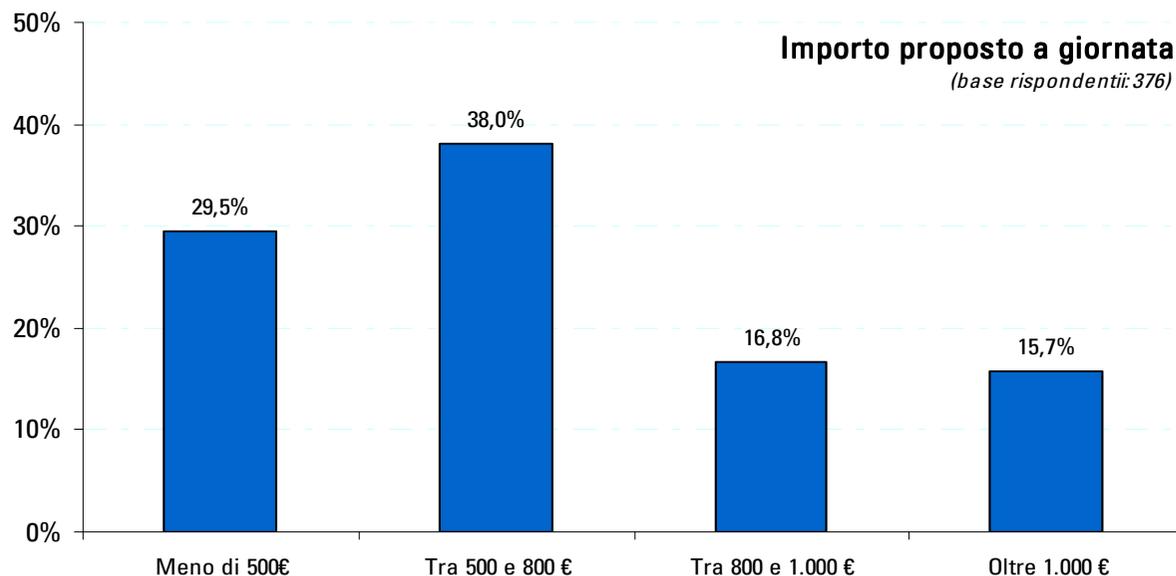
Rispetto al 2008, il suo giro d'affari annuo:

Opzioni	tariffe diminuite	tariffe stabilizzate	tariffe aumentate
è diminuito più del 35%	13,7%	11,5%	1,8%
è diminuito meno del 35%	7,6%	9,9%	1,5%
risulta stabile	4,6%	18,1%	1,8%
è aumentato meno del 10%	1,0%	2,5%	1,8%
è aumentato più del 10%	1,8%	10,9%	11,5%

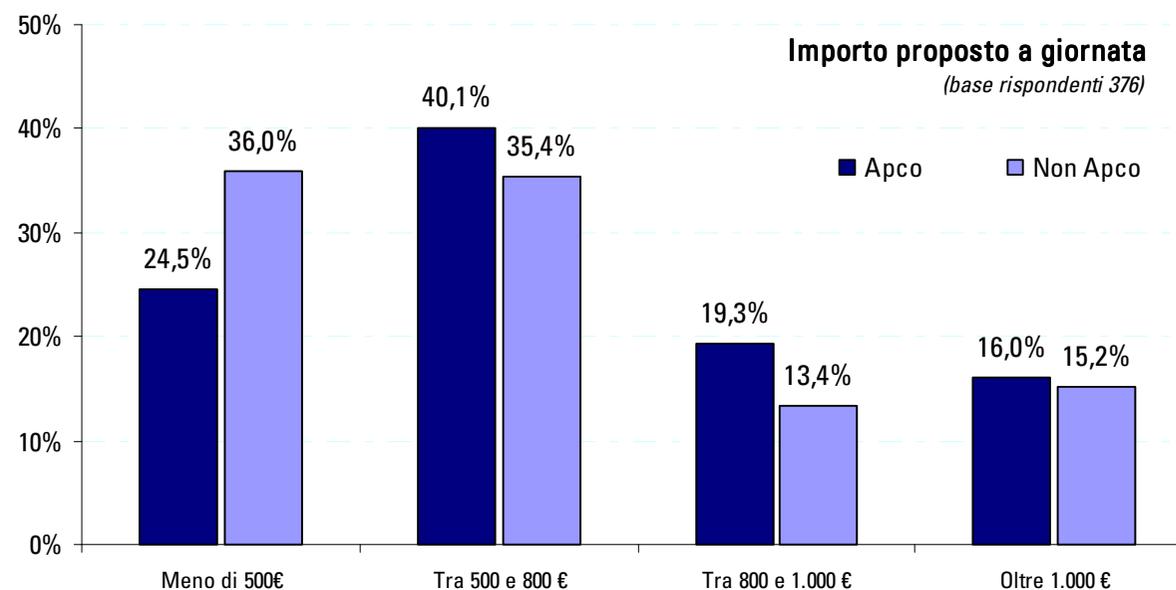
*N.B. base rispondenti 393*

# Compensi giornalieri richiesti

**Se riferiti a giornata i  
 compensi si attestano  
 prevalentemente  
 all'interno della classe  
 500 – 800 €**

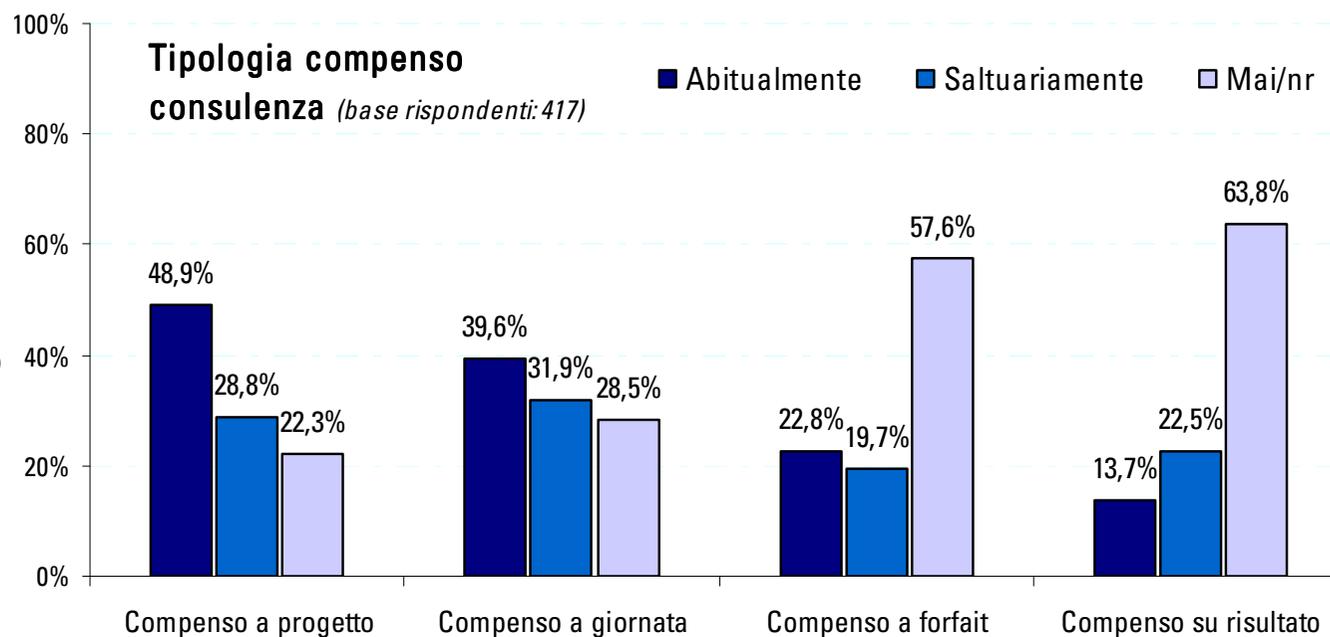


**I consulenti APCO  
 riescono mediamente  
 a proporre tariffe  
 giornaliere più alte**



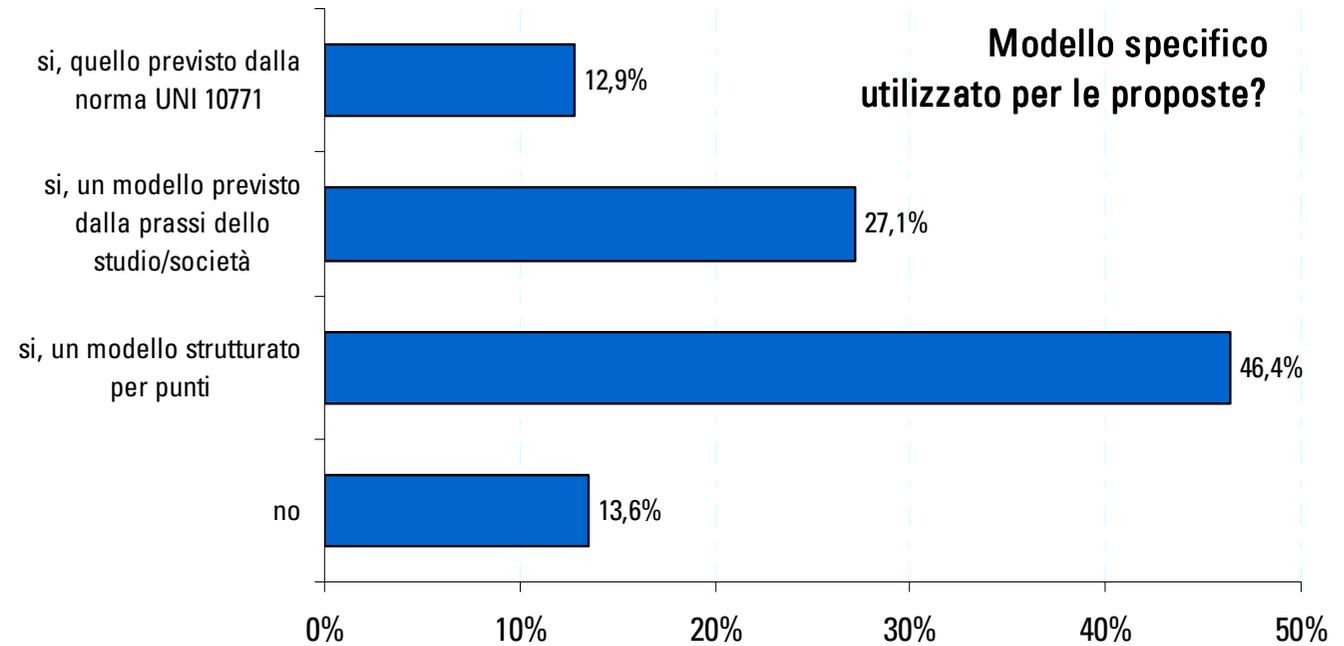
# Tipologia compenso

**Nella consulenza  
 viene proposto in  
 prevalenza il  
 compenso a progetto**



# Modello utilizzato per le proposte

**La minoranza degli intervistati indica di utilizzare il modello previsto dalla norma UNI, mentre la maggioranza utilizza un modello strutturato, ma non precodificato**

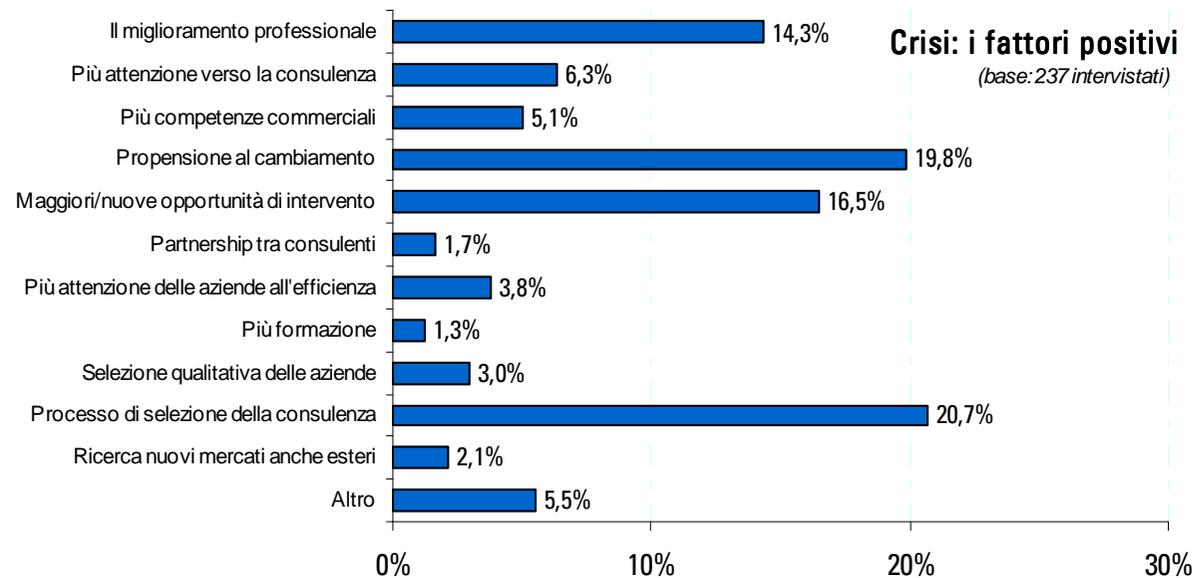
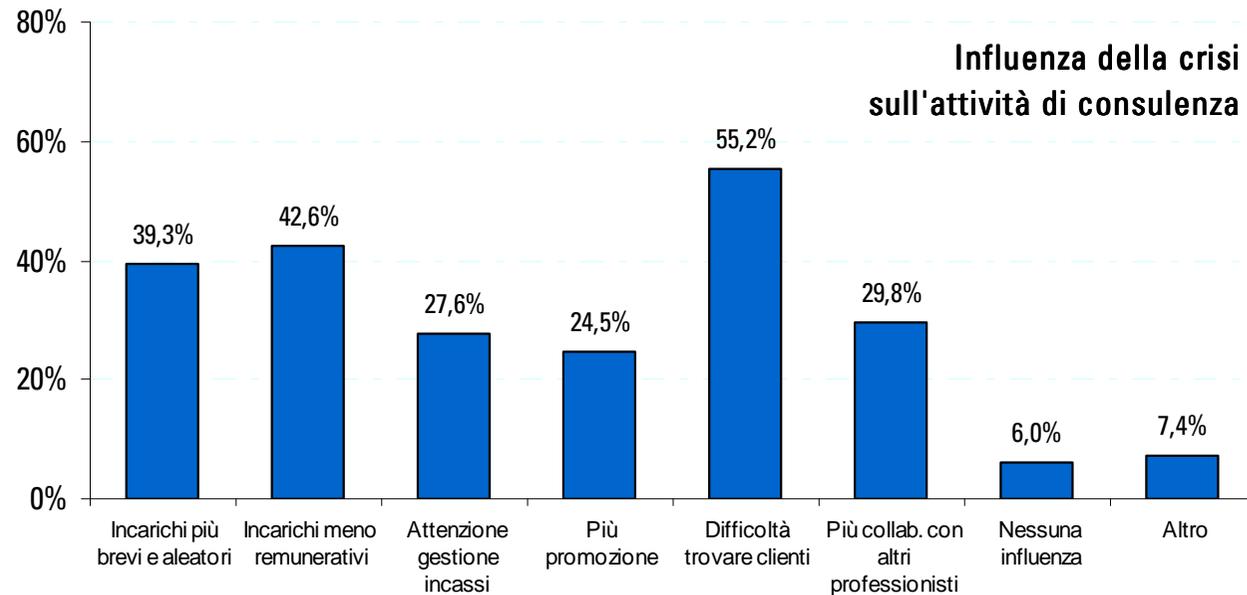


# Opportunità e minacce per la consulenza

**A partire dal 2008, la consulenza ha fatto i conti soprattutto con la maggior difficoltà di trovare clienti, con l'acquisizione di incarichi meno remunerativi e più brevi e aleatori**

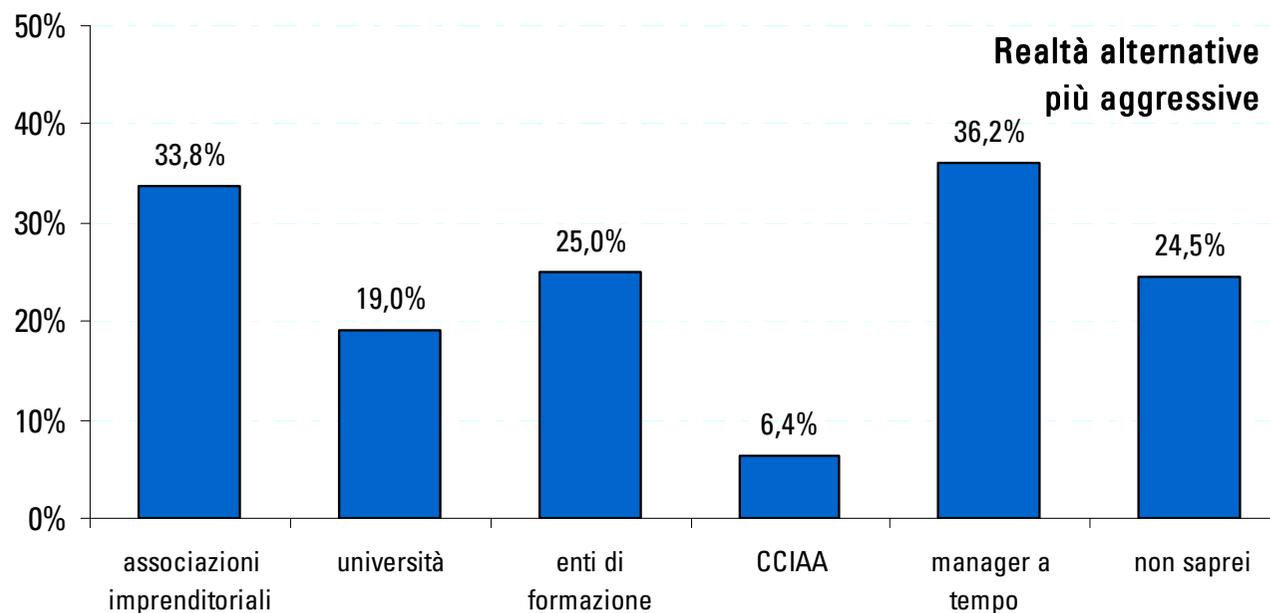
**237 intervistati (56,4%) hanno indicato di trovare aspetti positivi nella crisi: in particolare favorirebbe un processo di selezione della consulenza e una generale propensione al cambiamento**

# Opportunità e minacce per la consulenza



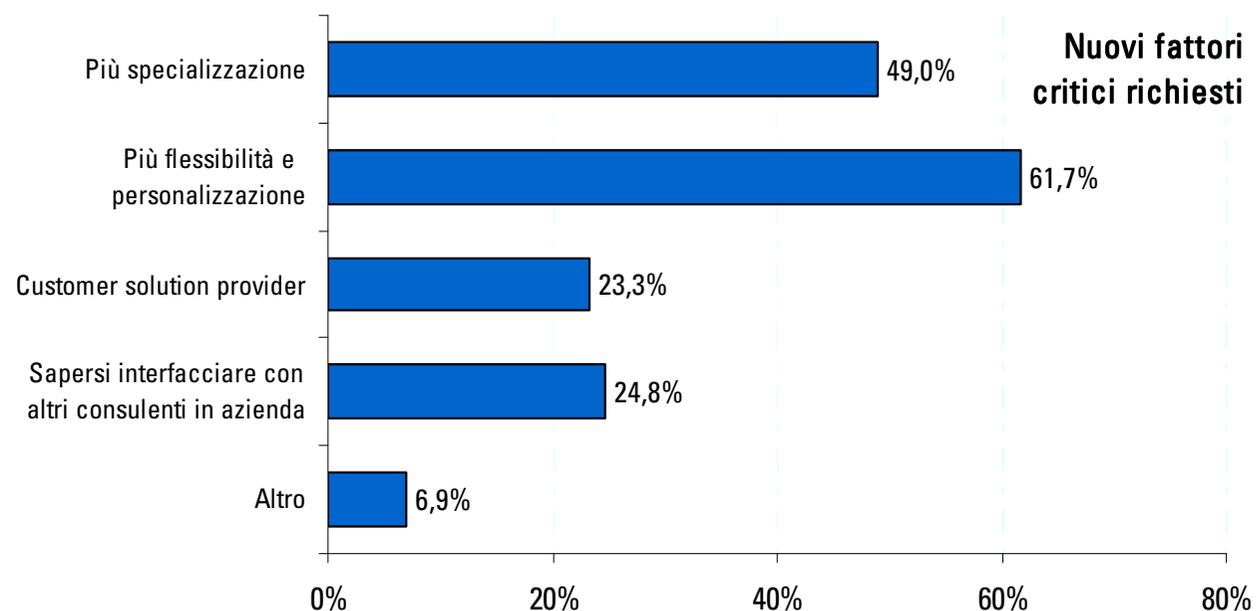
# Opportunità e minacce per la consulenza

**Manager a tempo e associazioni imprenditoriali sono i soggetti vissuti come principali concorrenti dai consulenti**



## Fattori critici emergenti

**Maggiore flessibilità e personalizzazione dei servizi offerti rappresenta il nuovo principale fattore critico a cui il consulente viene chiamato a fare fronte**

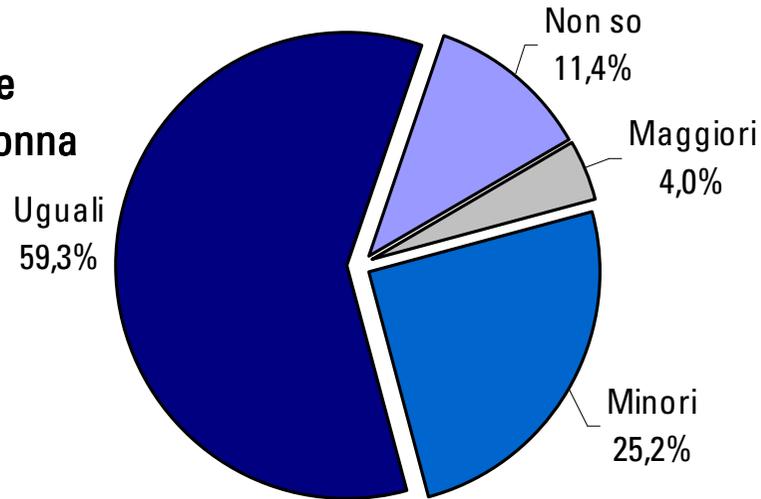


# Professioniste donna e consulenza

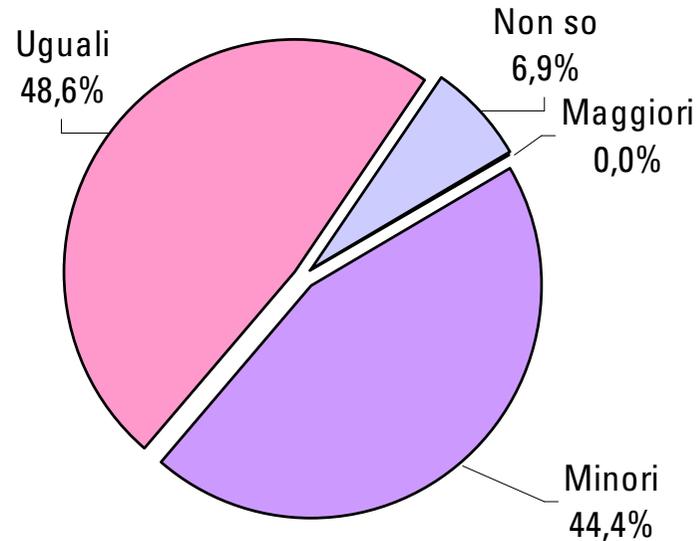
# Professioniste donna e consulenza

**La maggior parte degli intervistati ritiene che tra uomini e donne operanti nella consulenza non vi siano differenze in termini di opportunità professionali**

**Consulenza: opportunità per le professioniste donna**  
*(rispetto agli uomini)*



**Consulenza: opportunità per le professioniste donna**  
*(secondo le consulenti donna)*

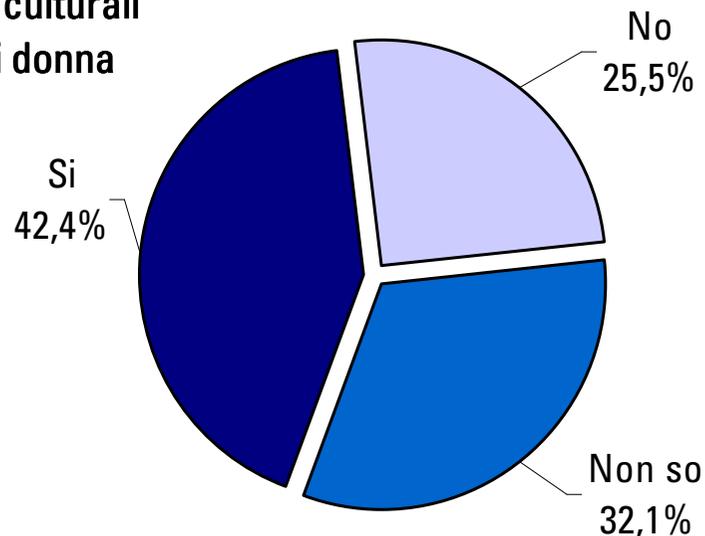


**Tale percentuale si abbassa se vengono prese in considerazione solo le risposte delle consulenti donna**

# Professioniste donna e consulenza

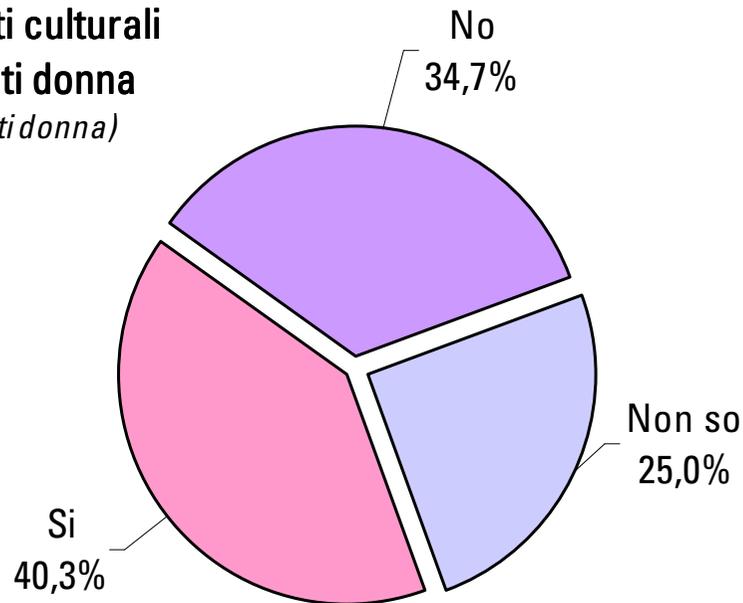
**La maggior parte degli intervistati ritiene che siano in via di superamento i limiti culturali da parte delle aziende nella percezione delle consulenti donna**

**Superamento limiti culturali verso le consulenti donna**



**Questa percezione è condivisa anche dalla maggioranza delle donne intervistate**

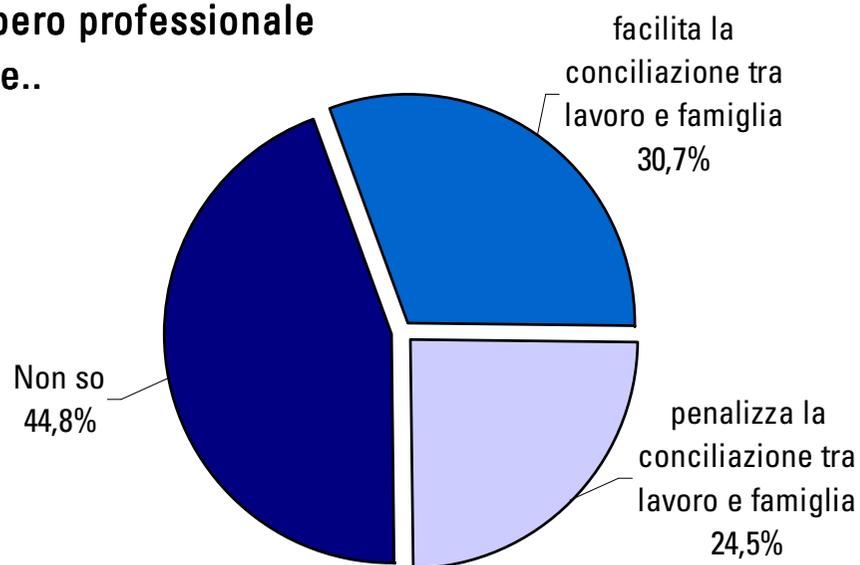
**Superamento limiti culturali verso le consulenti donna**  
*(secondo le consulenti donna)*



# Professioniste donna e consulenza

**La maggior parte degli intervistati non sa se l'attività libero professionale faciliti o penalizzi la conciliazione tra lavoro e famiglia**

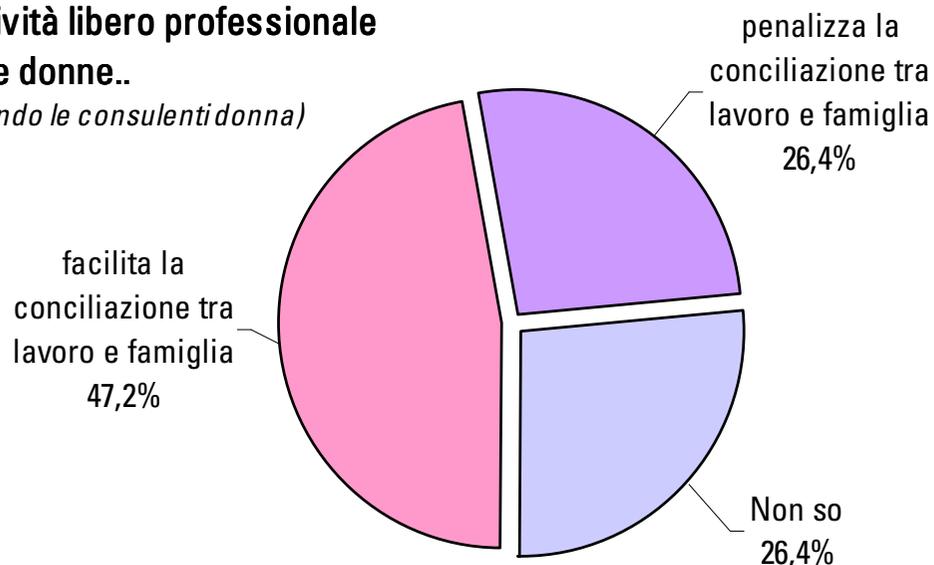
**L'attività libero professionale per le donne..**



**Le consulenti intervistate, in prevalenza, indicano che tale attività faciliti la conciliazione tra lavoro e famiglia**

**L'attività libero professionale per le donne..**

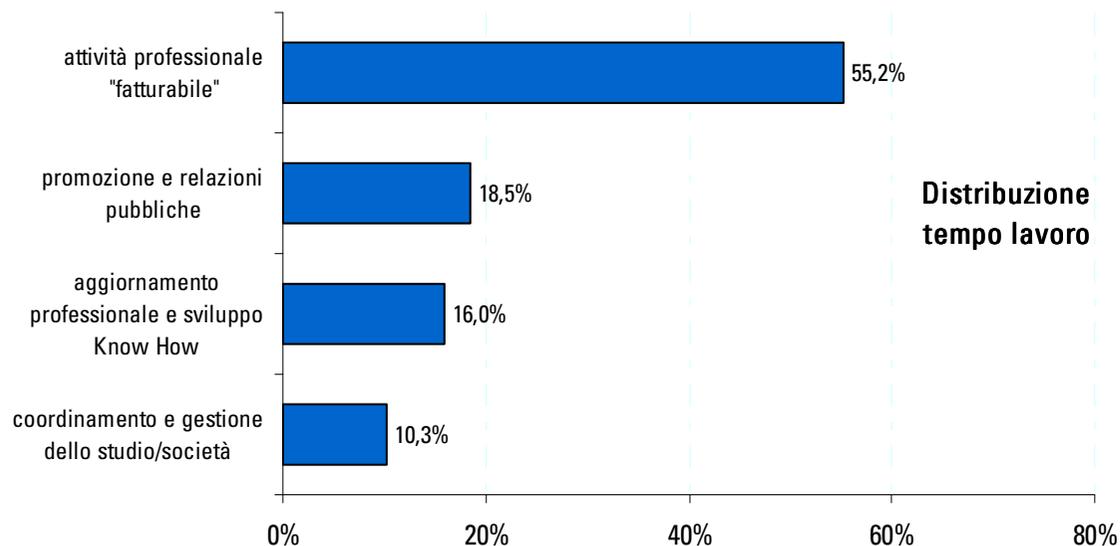
*(secondo le consulenti donna)*



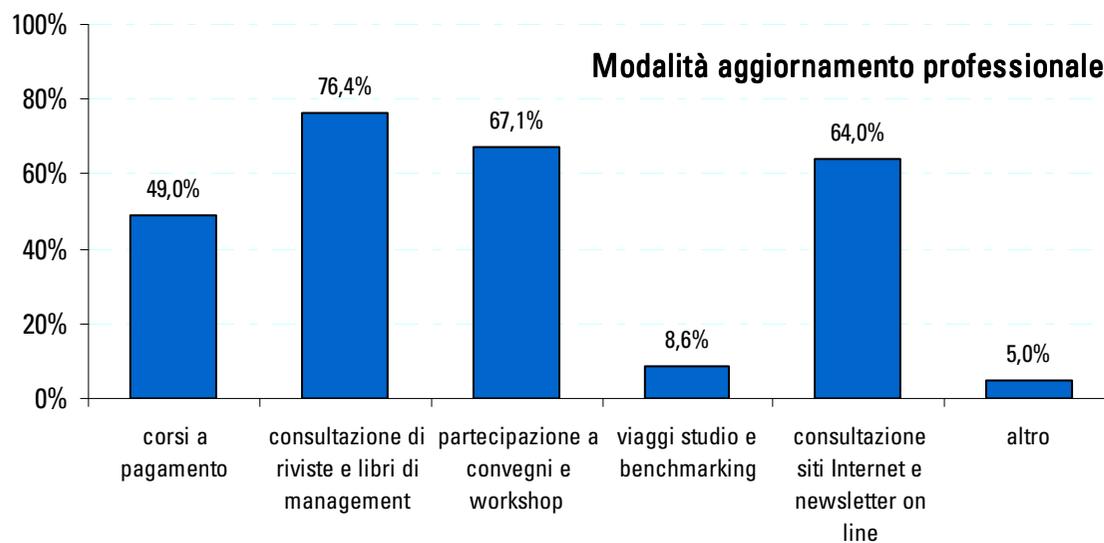
# Operatività, promozione e aggiornamento professionale

# Operatività, promozione e aggiornamento professionale

**Il tempo lavoro del consulente è assorbito in media per più del 50% da attività operative "fatturabili"**

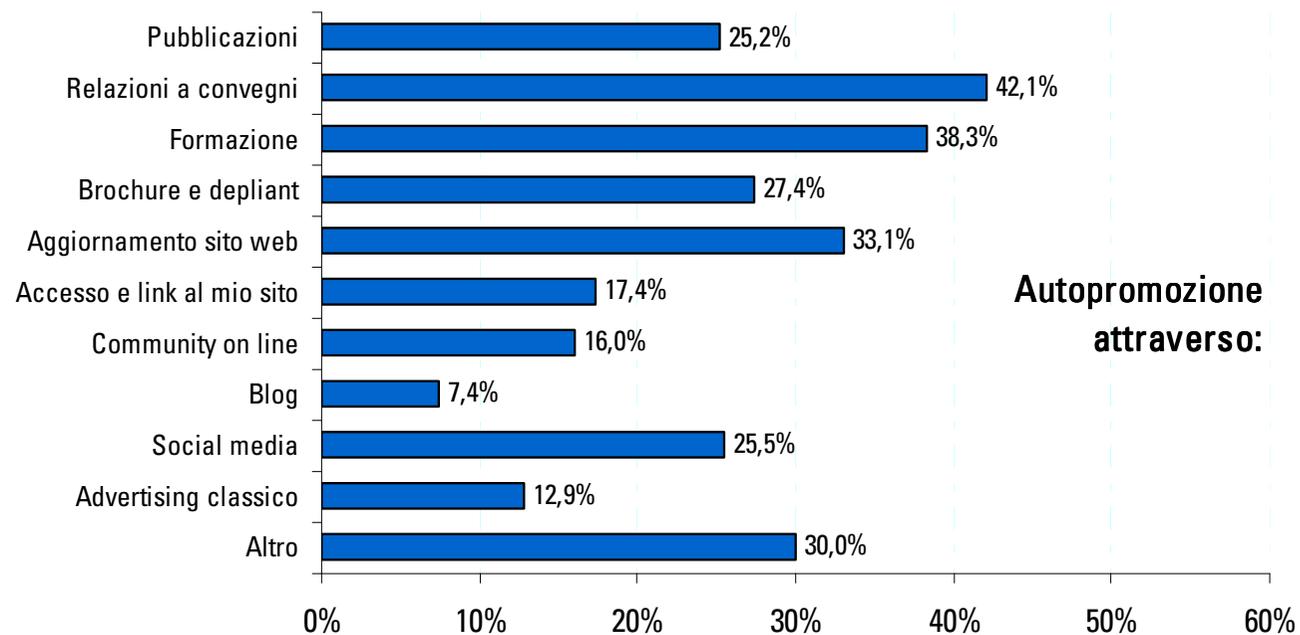


**Quasi 8 intervistati su 10 indicano di curare l'aggiornamento attraverso la consultazione di libri e riviste**



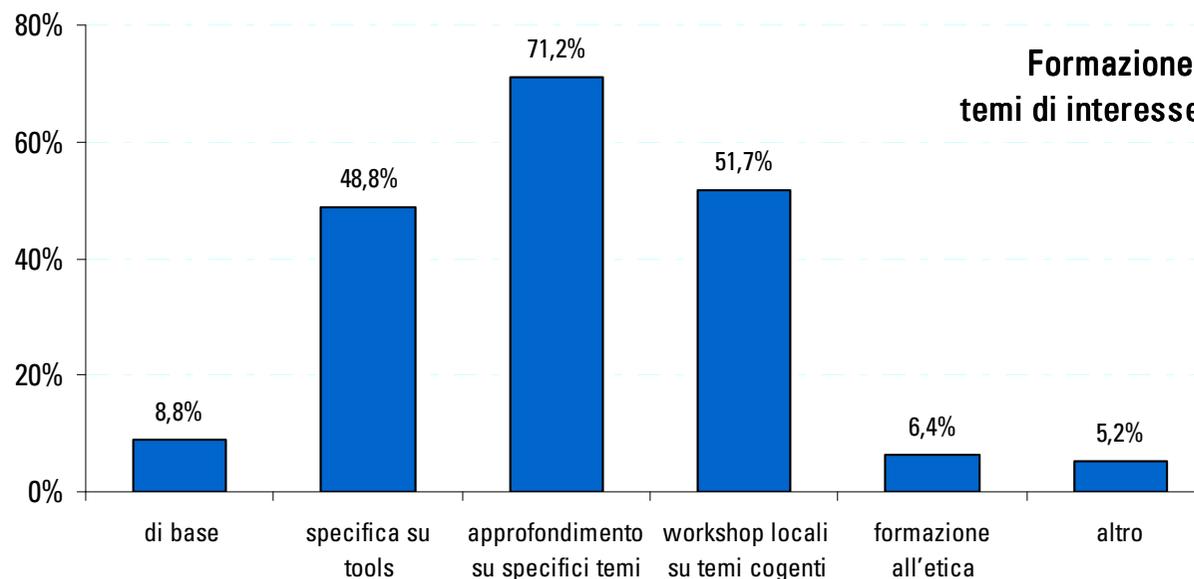
# Strumenti di promozione preferiti

**Attività di speaking,  
 formazione e sito web  
 sono le principali vie  
 attraverso cui il  
 consulente cura la  
 propria promozione**



# Temi di interesse per l'aggiornamento professionale

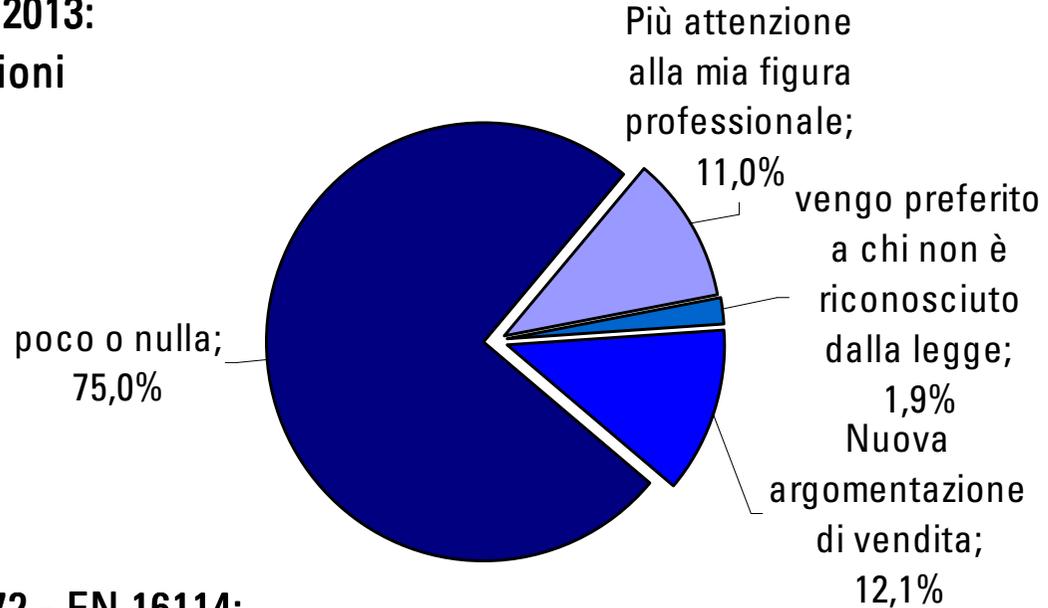
**Gli argomenti più interessanti in termini di formazione sono quelli che riguardano temi specifici e di approfondimento**



# Normative ed etica

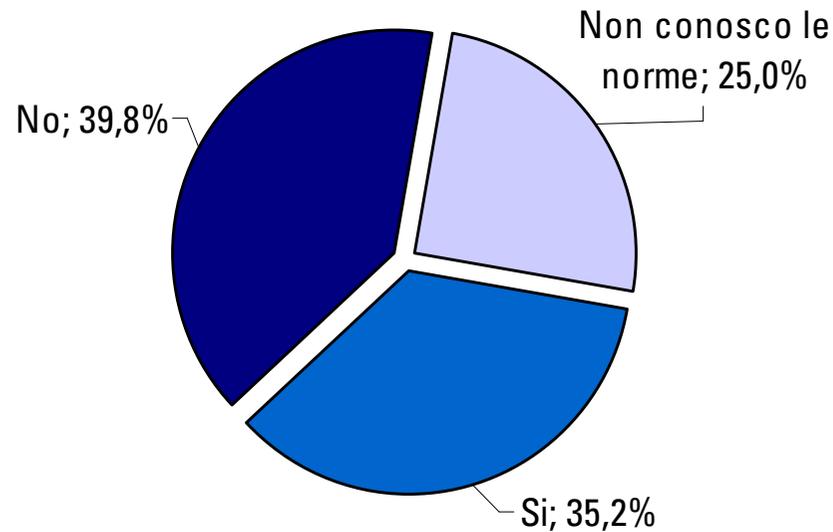
**Legge 4/2013:  
 implicazioni**

**L'introduzione della  
 legge 4/2013 sembra  
 non aver portato  
 grandi cambiamenti**



**UNI 10772 - EN 16114:  
 utilizzo**

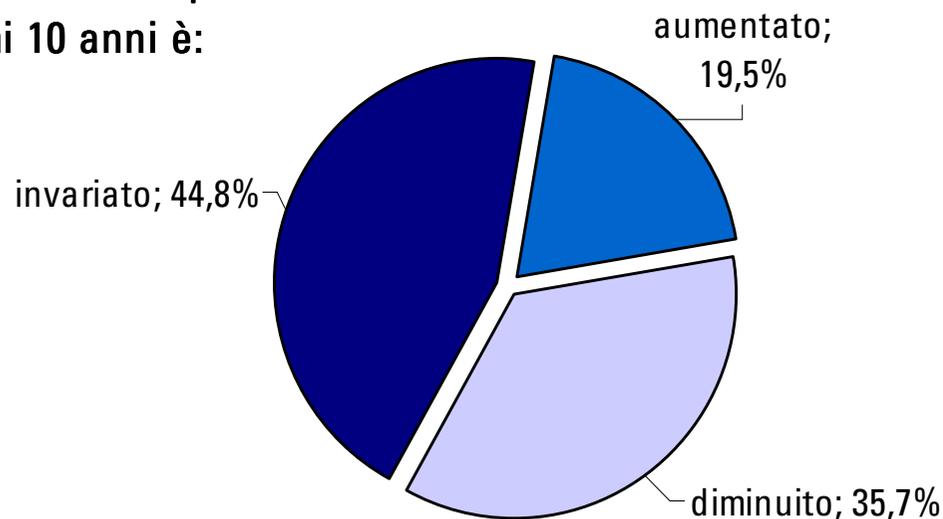
**Solo una parte dei  
 consulenti intervistati  
 indica di fare  
 riferimento alle norme  
 sulla consulenza**



# Rispetto etica e diffusione codice etico

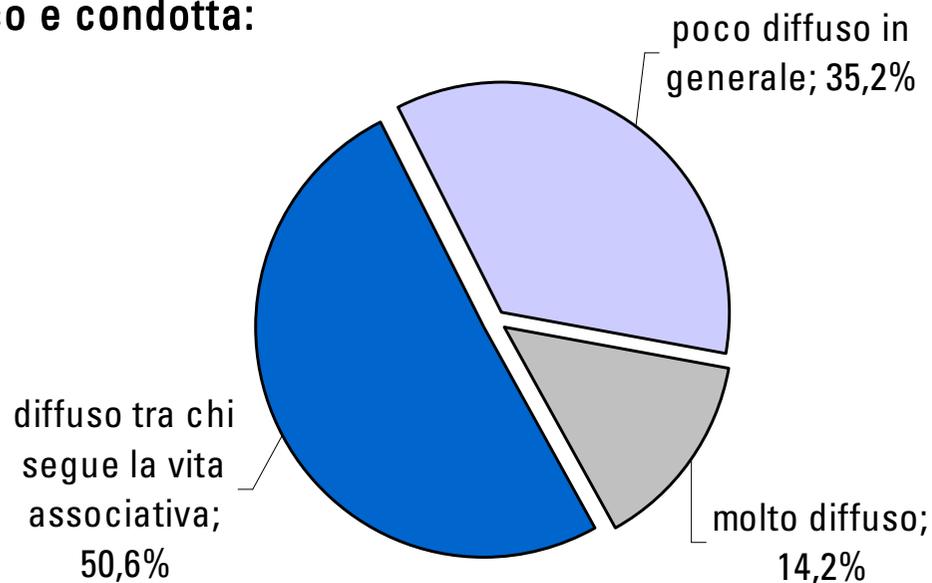
Il rispetto dell'etica professionale negli ultimi 10 anni è:

**Oltre un terzo degli intervistati sostiene che il rispetto dell'etica professionale sia diminuito nel corso degli ultimi 10 anni**



Codice Etico e condotta: diffusione

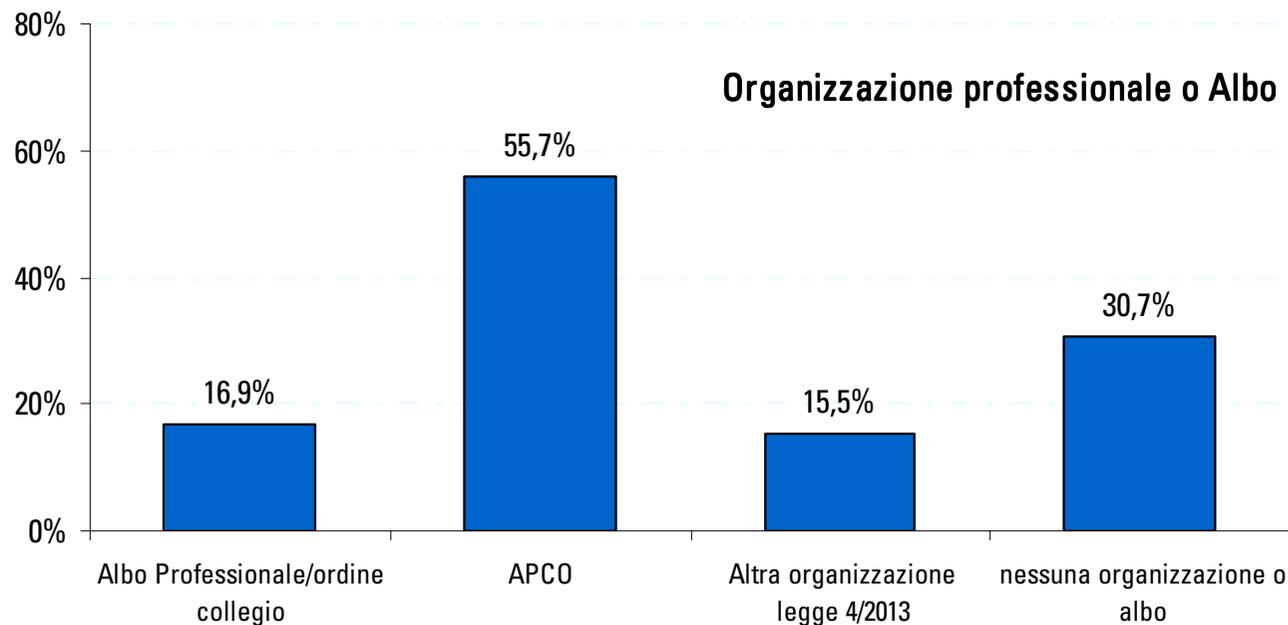
**Non sono ottimistiche neppure le risposte fornite in tema di diffusione del codice etico e di condotta APCO**



# Consulenti, associazionismo e APCO

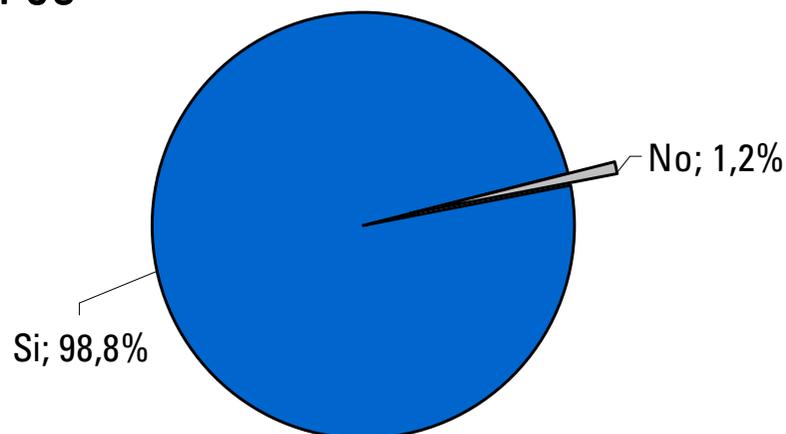
# Consulenti, associazionismo e APCO

**Nel complesso 234 intervistati hanno indicato di aderire ad APCO; quasi uno su tre indica di non essere iscritto a nessuna organizzazione o albo**



**Praticamente la totalità degli intervistati ha dichiarato di conoscere APCO**

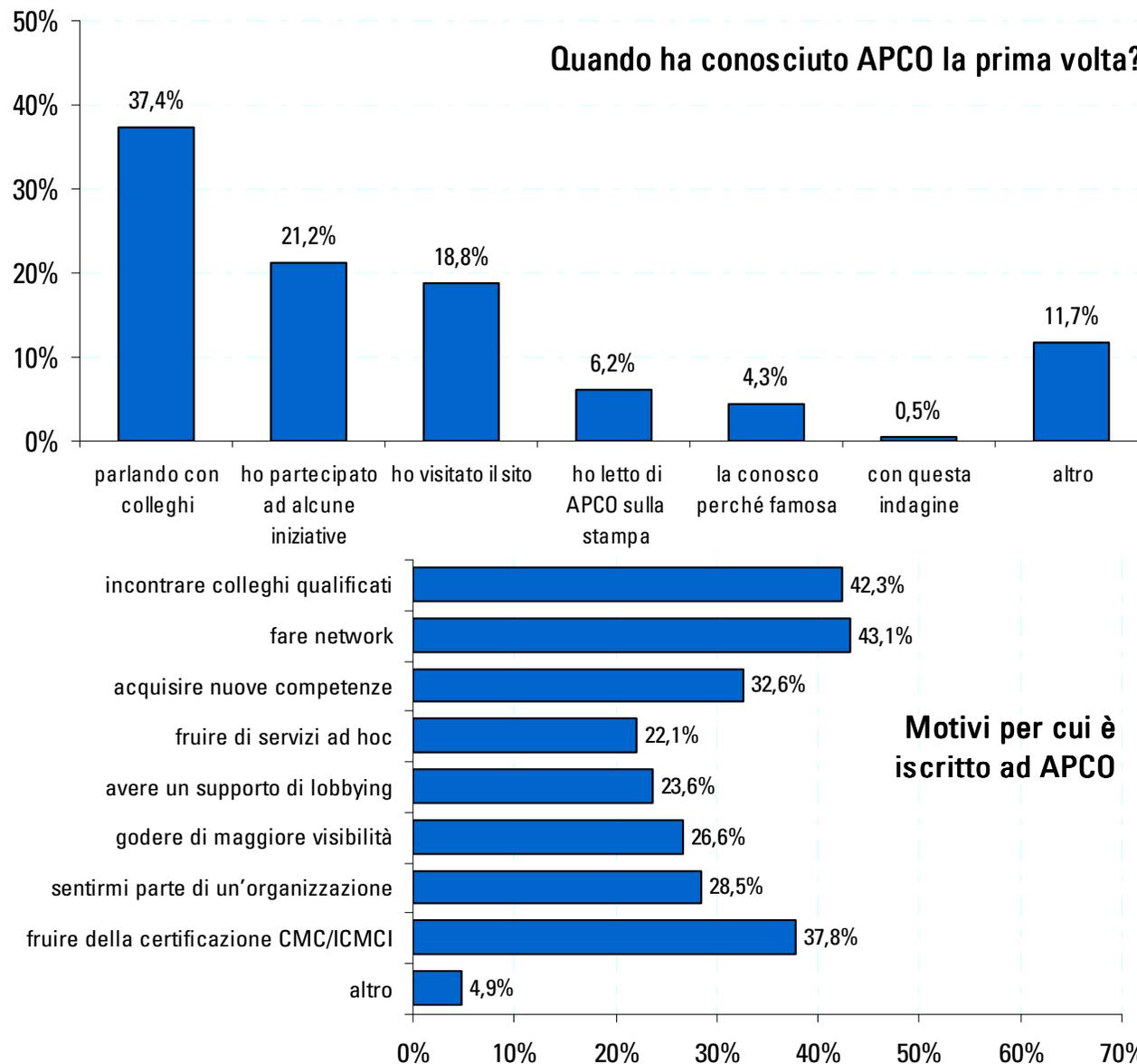
## Conoscenza di APCO pre indagine:



# Consulenti, associazionismo e APCO

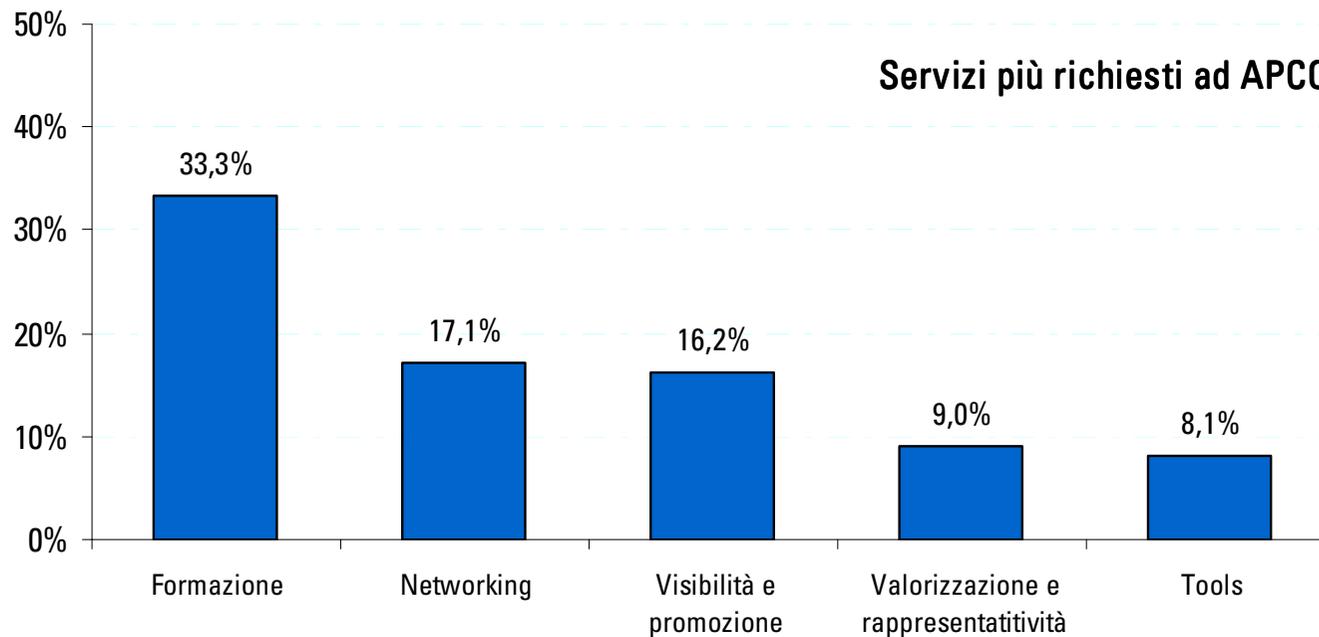
**La notorietà di APCO è dovuta principalmente al passaparola, infatti la maggioranza di intervistati ne ha sentito parlare la prima volta da colleghi**

**Gli associati APCO vi aderiscono prevalentemente per fare network e incontrare colleghi qualificati**



# I servizi più richiesti ad APCO

**Alla domanda, posta ai soli aderenti APCO, su quale fronte l'associazione dovrebbe migliorare i propri servizi emerge in prevalenza la richiesta di una maggiore proposta formativa**



**In termini di  
 contributi alla vita  
 associativa il  
 consulente APCO non  
 è particolarmente  
 propenso a offrire la  
 sua disponibilità**

**Tra i disponibili  
 prevale chi ritiene di  
 poter offrire supporto  
 per tenere corsi di  
 formazione**

## Domanda 45

Se non è già impegnato nella vita associativa di APCO, quali eventuali attività/contributi volontari potrebbe offrire alla delegazione APCO della sua regione?

Opzioni	N° risposte	% su totale
Non saprei	107	45,7%
Formazione/seminari	34	14,5%
Già impegnato/già dato	30	12,8%
No contributo	19	8,1%
Supporto organizzativo	18	7,7%
Legate alle mie competenze	17	7,3%
Networking	10	4,3%
Più partecipazione	5	2,1%
Promozione	5	2,1%
Referente	2	0,9%
Altro	10	4,3%
<b>Totale</b>	<b>234</b>	

# Grazie per l'attenzione!