

Il Management Consulting in Italia

Settimo Rapporto 2015/2016

Università di Roma Tor Vergata

Giovanni Benedetto

Corrado Cerruti – Simone Borra – Andrea Appolloni

Stati Generali del Management Consulting
Roma, 9 Giugno 2016

- I. Introduzione
- II. L'andamento del settore del Management Consulting
- III. Le aree di specializzazione e i nuovi trend
- IV. La rilevanza della responsabilità sociale
- V. Il consolidamento della ripresa

La settima edizione del rapporto sul Management Consulting in Italia, in partnership tra Assoconsult e Tor Vergata, si è basata su tre percorsi di ricerca:

Analisi statistiche macro	Indagine statistica (questionari)	Analisi di singole aziende
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Dati Istat ▪ Dati Registro Imprese ▪ Confronto con ricercatori Istat 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Predisposizione questionari di ricerca ▪ Verifica a campione su circa 1000 imprese ▪ Raccolta e analisi di 102 questionari ▪ Approfondimento rispetto ad un panel di 36 rispondenti 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Analisi di bilancio su campione di società di consulenza

Il Management Consulting nella definizione seguita in questa ricerca:

		Comprende	Non comprende
Attività	Strategia		Sviluppo sistemi informativi
	Corporate finance		Outsourcing
	Amministrazione e controllo		Pubbliche relazioni
	Risk management e compliance		Comunicazione
	Organizzazione e risorse umane		Consulenza legale e fiscale
	Formazione		
	Marketing e vendite		
	Operations		
	ICT consulting		
		Comprende	Non comprende
Operatori	Società che fanno consulenza come attività principale		Software/ hardware vendor
			Studi professionali
			Persone fisiche

I. Introduzione

II. L'andamento del settore del Management Consulting

III. Le aree di specializzazione e i nuovi trend

IV. La rilevanza della responsabilità sociale

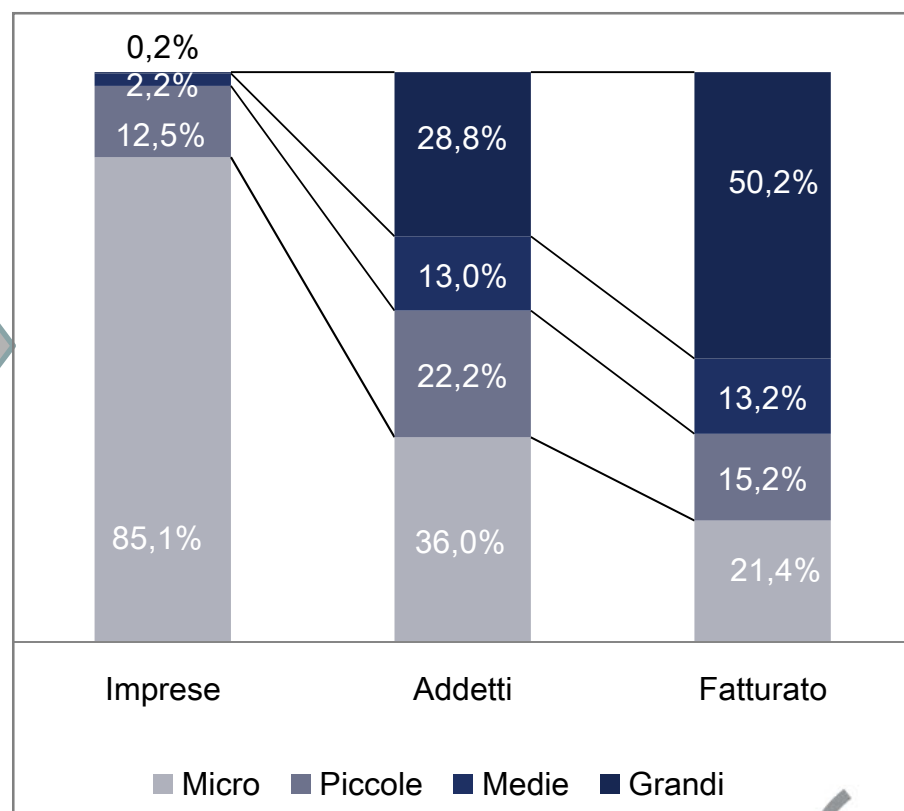
V. Il consolidamento della ripresa

Il Management Consulting (MC) in Italia: un mercato da 3,5 mld euro, con un business polverizzato come numero di imprese ma al tempo stesso fortemente concentrato come distribuzione del fatturato.

Struttura del mercato italiano per dimensione delle aziende – anno 2015

Dimensione aziende	Imprese	Addetti	Fatturato (mln €)
Grandi (50+)	35	10.662	1.783
Medie (10-49)	442	4.845	470
Piccole (3-9)	2.467	8.226	538
Micro (<3)	16.860	13.350	757
Totale	18.804	37.083	3.548

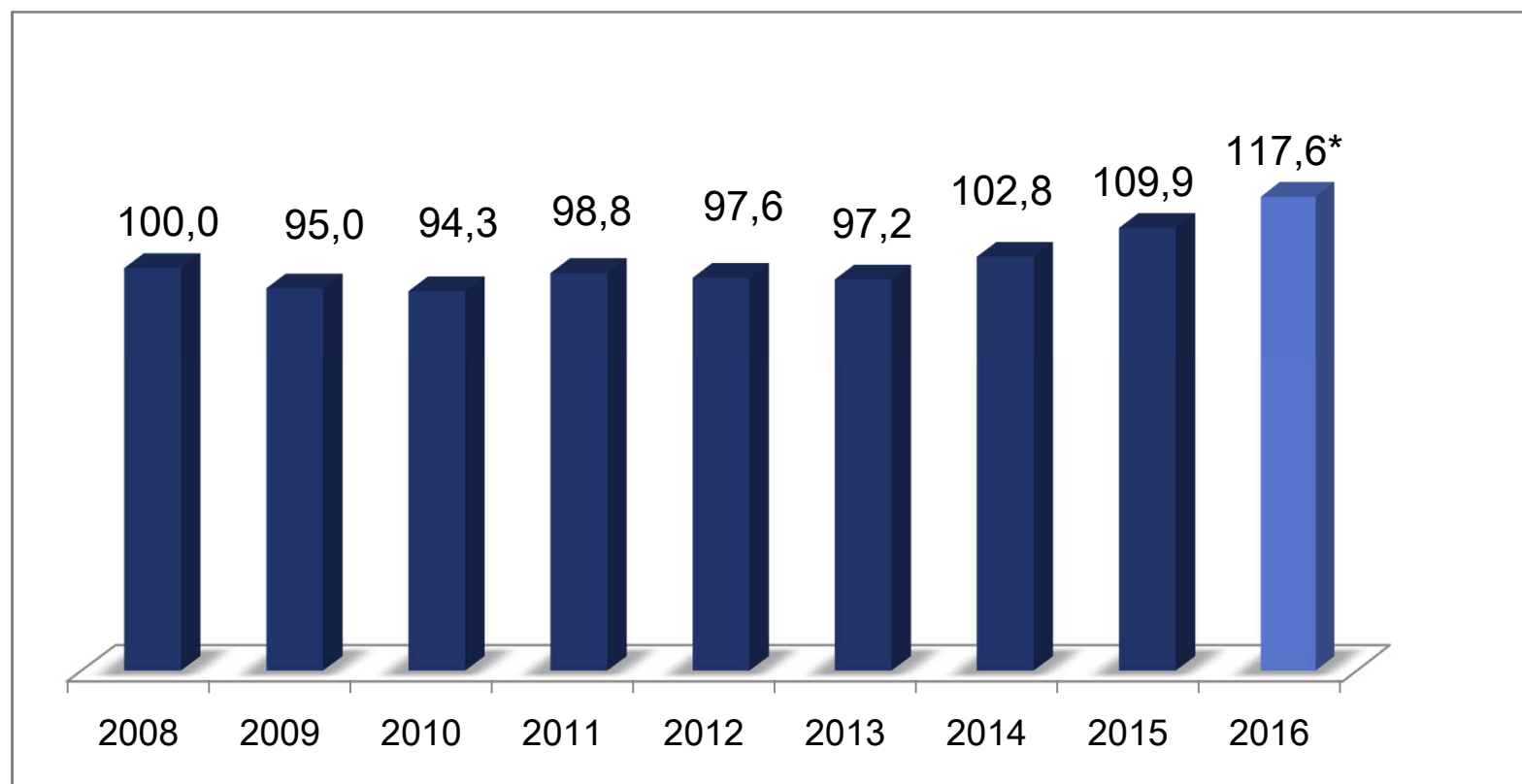
Il Management Consulting rappresenta lo 0,2% del PIL nazionale



Il settore nel 2015 cresce in maniera significativa (+6,9%) accelerando rispetto alla crescita dell'anno passato.

Si prevede una analoga crescita pari al 7% anche per il 2016.

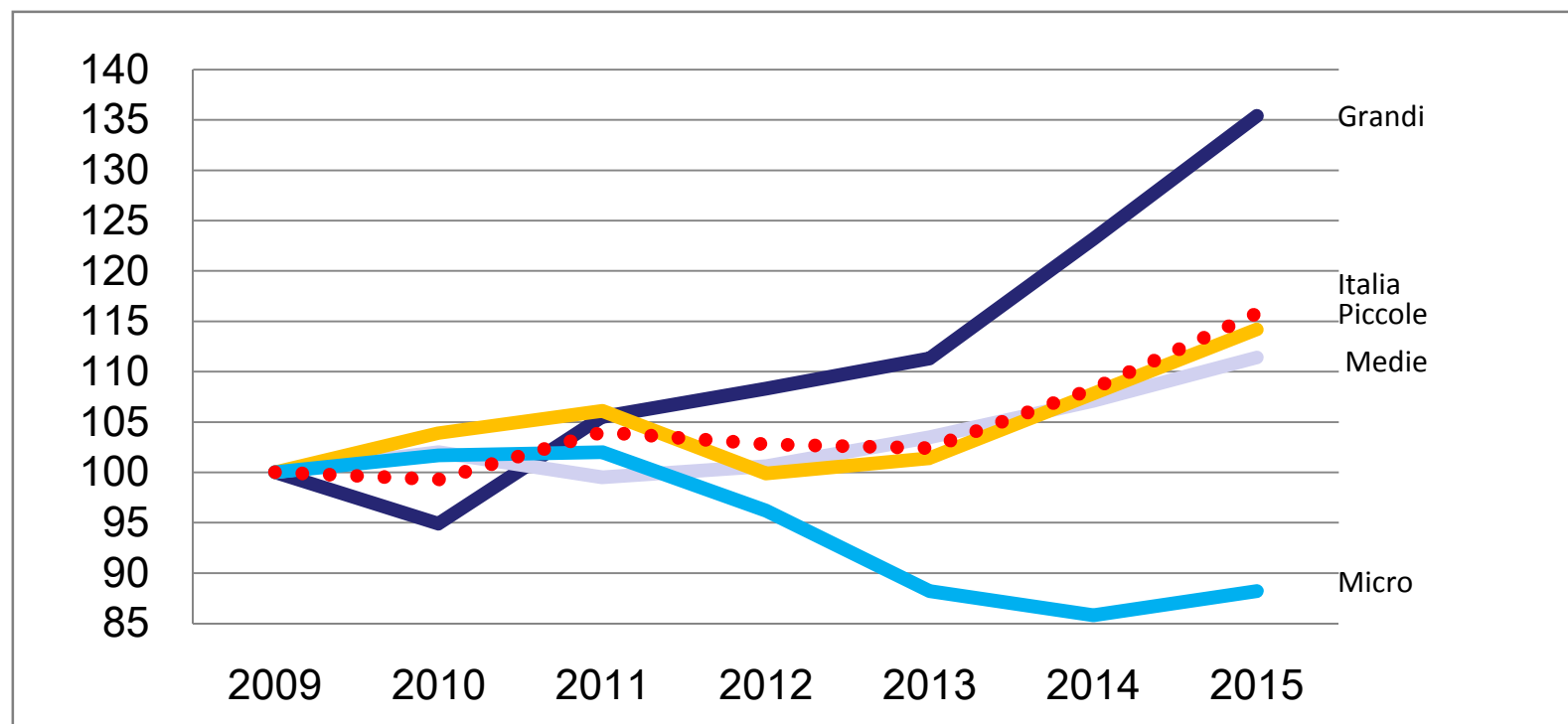
Evoluzione del fatturato MC Italia dal 2008 ad oggi (anno base 2008=100)



*previsione

Nel 2015 le grandi società di consulenza crescono a un tasso del +9,9%, le medie e le piccole consolidano la propria crescita (intorno al +5%), mentre le micro iniziano a dare segnali di ripresa (+2,9%).

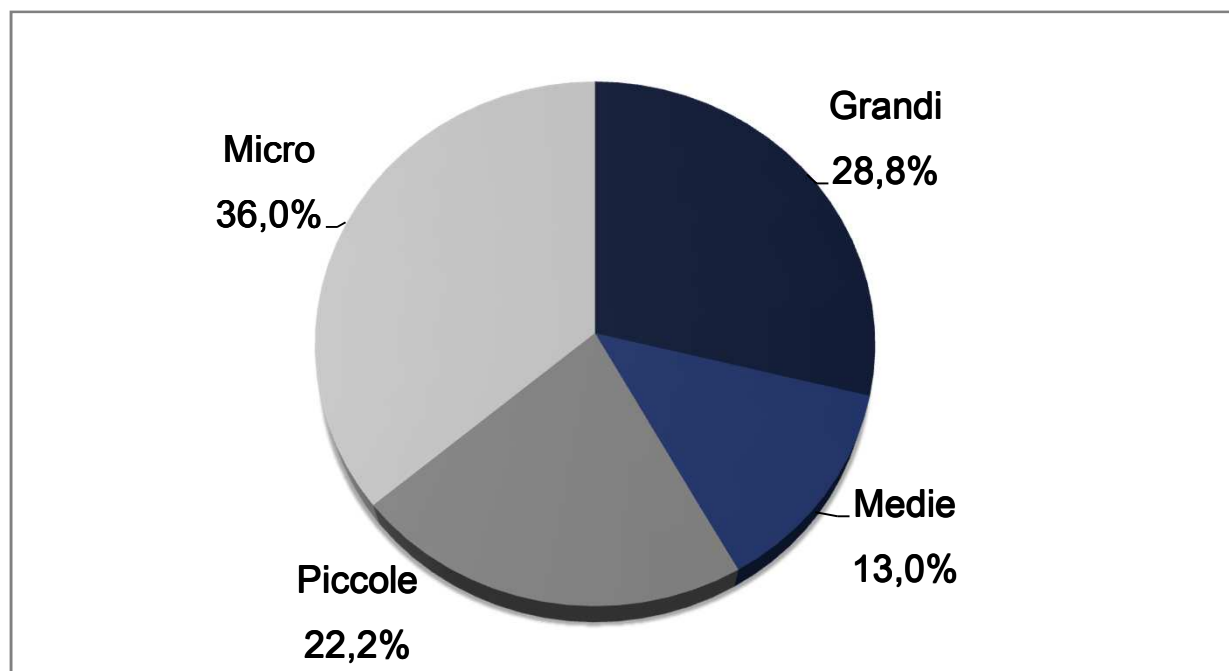
Andamento fatturato MC (anno base 2009=100)



Il settore impiega circa 37.000 addetti (+4,6% rispetto al 2014), l'85% dei quali svolge ruoli professionali.

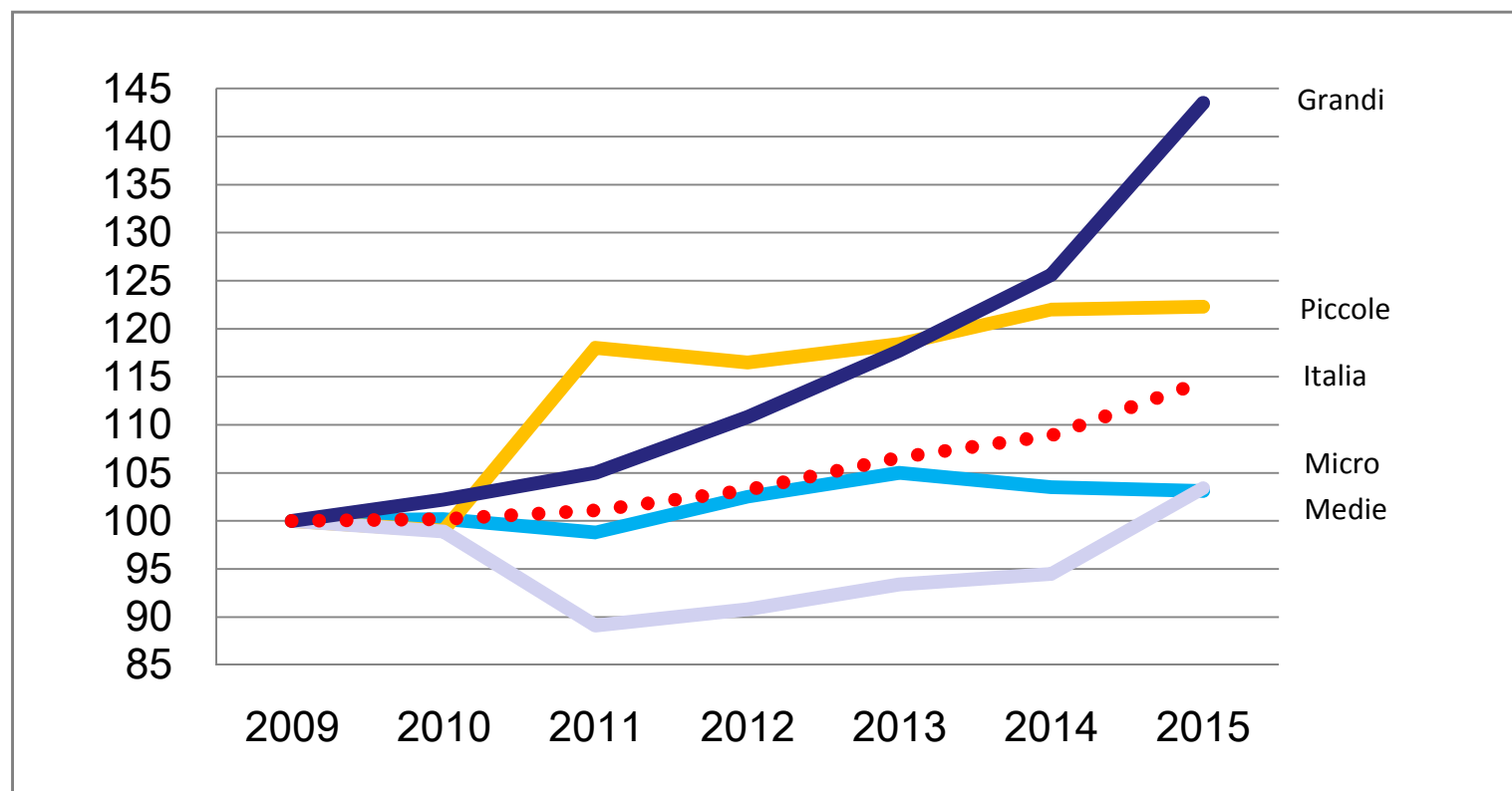
Le micro rappresentano la quota prevalente di occupazione.

Composizione addetti per classe dimensionale – anno 2015



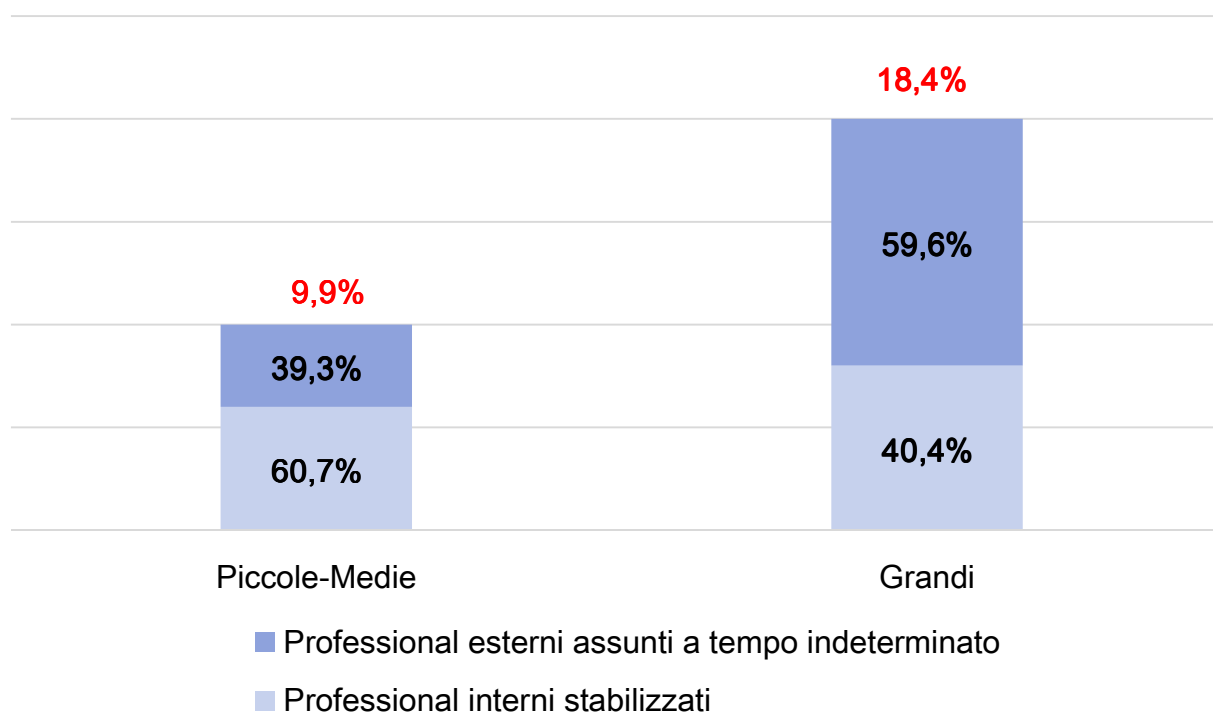
Nel 2015 l'occupazione professional è cresciuta del +5,2%, interessando quasi esclusivamente le medio-grandi imprese

Andamento Occupati Professional (anno base 2009=100)



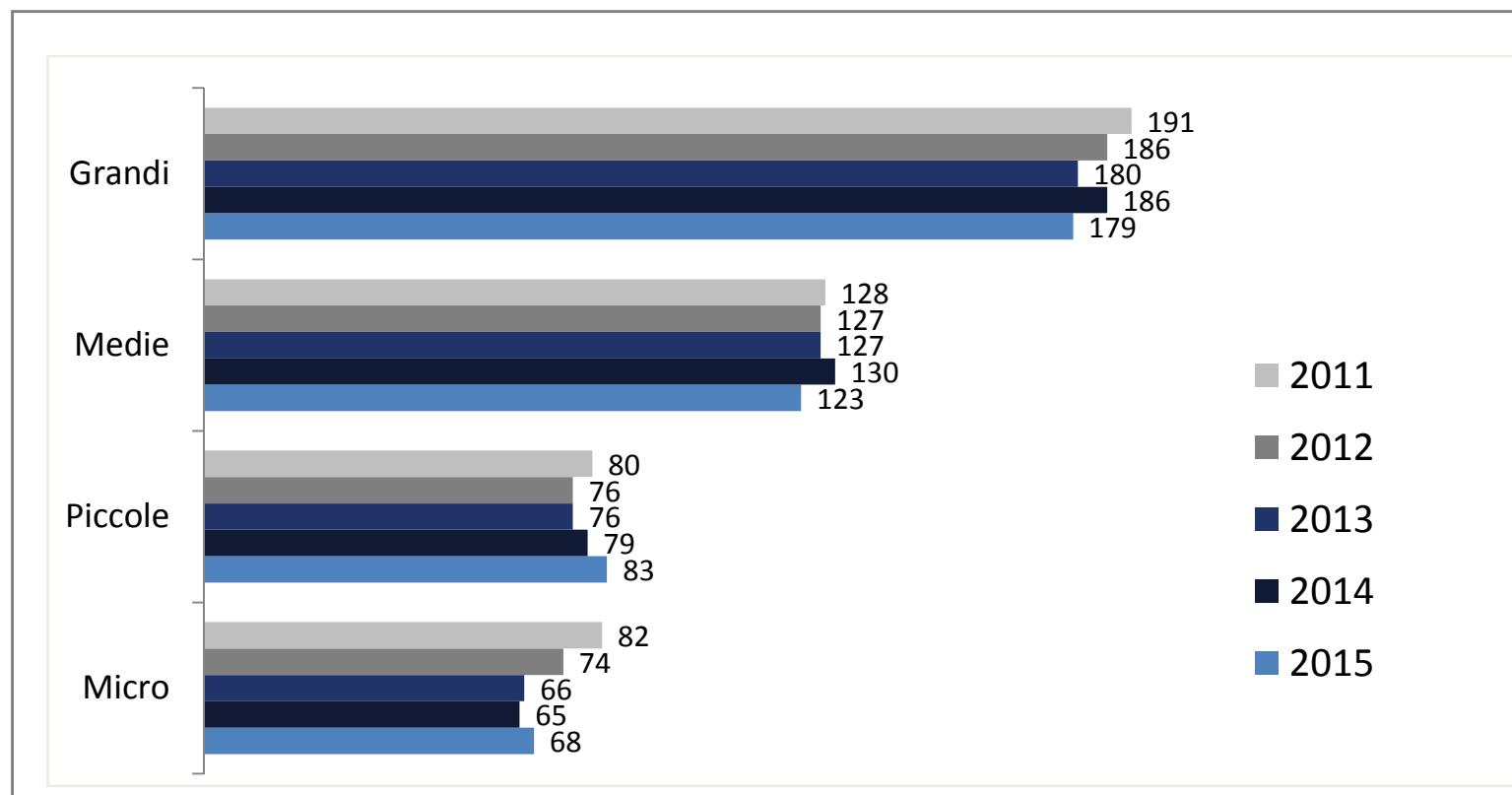
Nel 2015 il Jobs Act ha portato alla crescita dei contratti a tempo indeterminato che sono stati pari al 14,4% dell'occupazione professional.
L'impatto è stato particolarmente forte nelle grandi.

Impatto Jobs Act sul totale dei professional



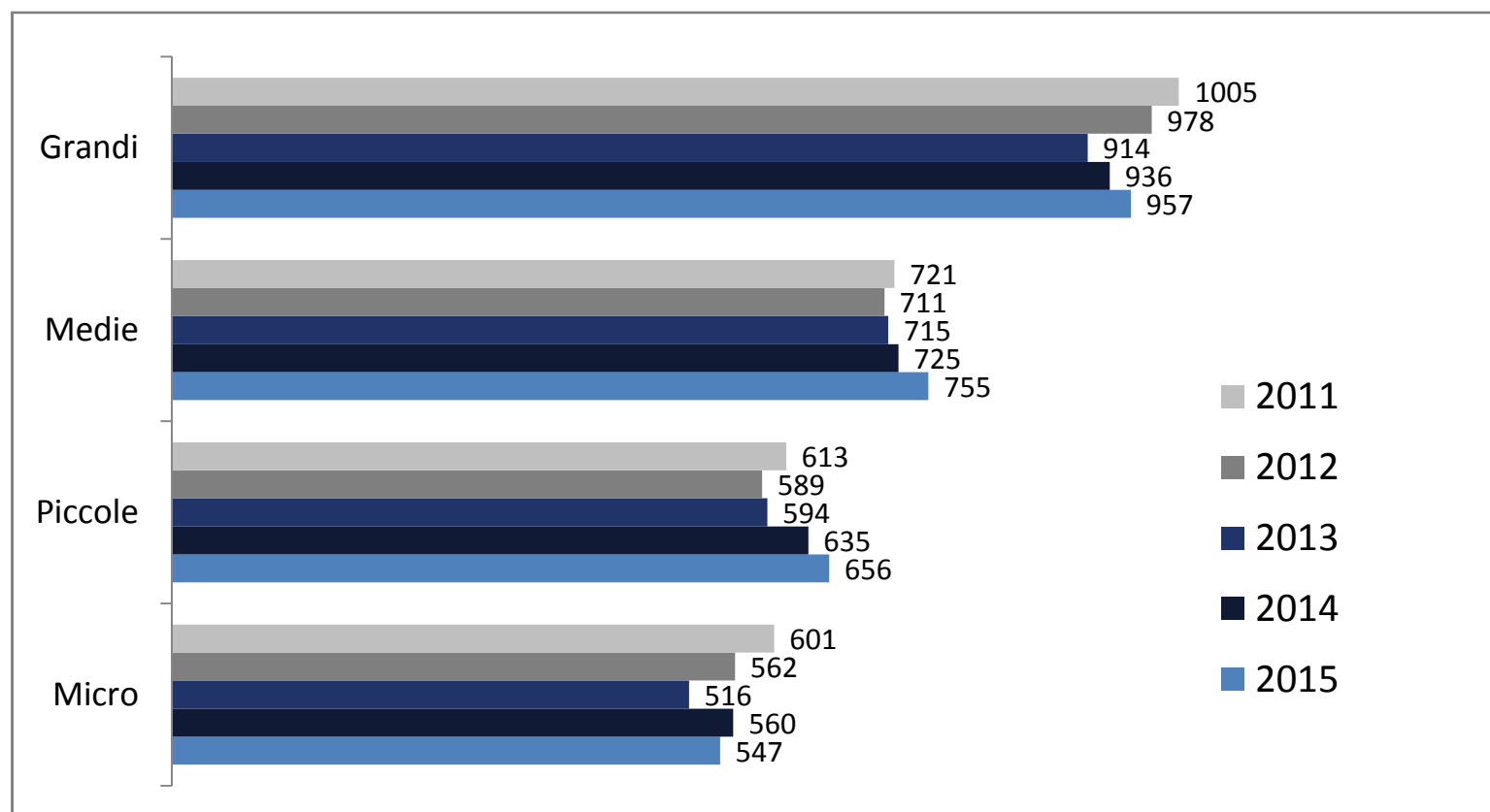
Il fatturato medio per professional è pari a 113 mila euro (+0,5% sul 2014), dove le micro e piccole imprese aumentano del 3-5% mentre nelle medio-grandi imprese calano del 3-5%.

Fatturato per professional 2011 – 2015 (in migliaia di euro)



Il pricing medio è pari a 797 euro al giorno, +1,7% sul 2014.

Prezzo medio/giornata Professional 2011 – 2015 (Euro)

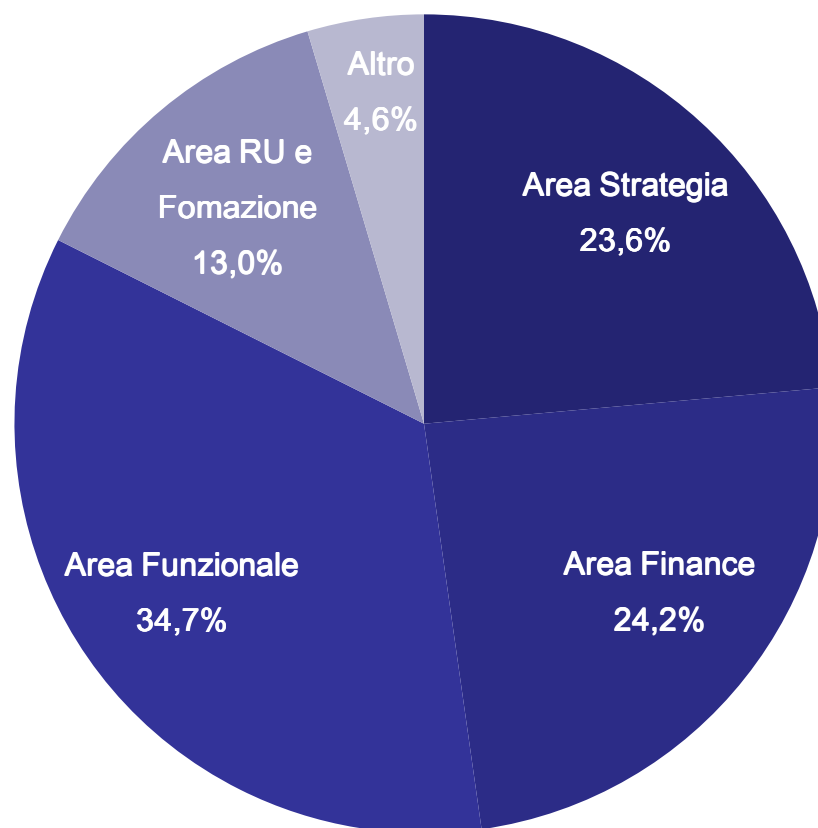


- I. Introduzione
- II. L'andamento del settore del Management Consulting
- III. Le aree di specializzazione e i nuovi trend
- IV. La rilevanza della responsabilità sociale
- V. Il consolidamento della ripresa

Questi approfondimenti sono relativi alle società di consulenza con almeno 3 dipendenti

Il Management Consulting opera su sette aree di specializzazione, il cui contributo non si è sostanzialmente modificato negli ultimi anni.

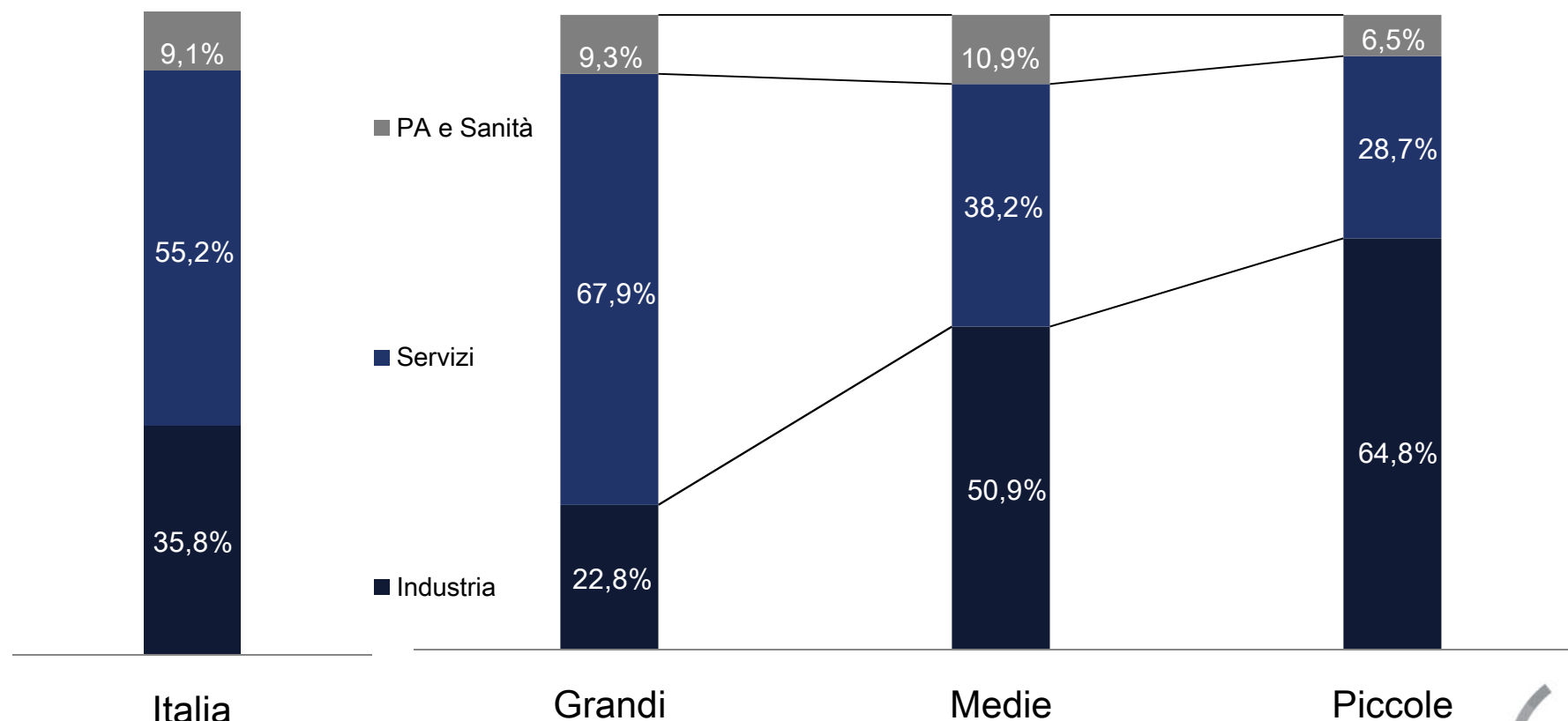
Fatturato MC per area di specializzazione *



*Escluse le micro

Le società di consulenza hanno settori target significativamente diversi in base alla loro classe dimensionale

Fatturato MC per settore economico dei clienti *



*Escluse le micro

I settori serviti: uno scenario in cambiamento

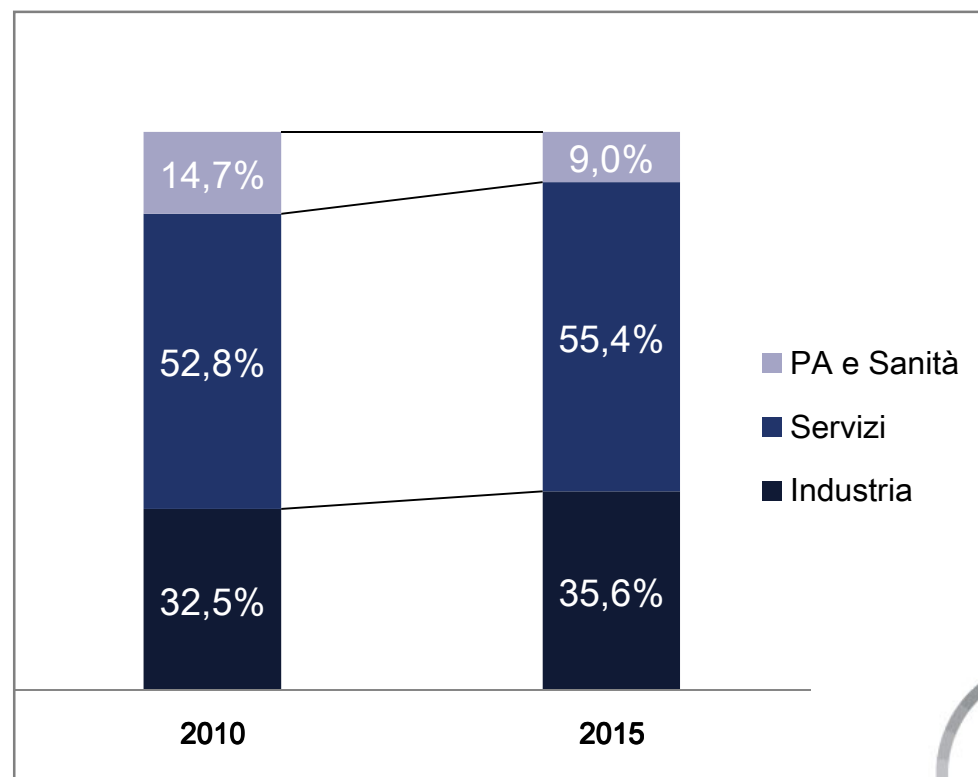
Negli ultimi 5 anni il terziario (e in misura minore l'industria) ha compensato la contrazione del settore pubblico

Spesa per settore 2010-2015*

	2010	2015	Var.(%)
Fatturato (Mil. €)	2.172	2.791	+28,5%
PA e Sanità	319	252	-21,0%
Servizi	1.146	1.545	+34,8%
Industria	706	994	+40,7%

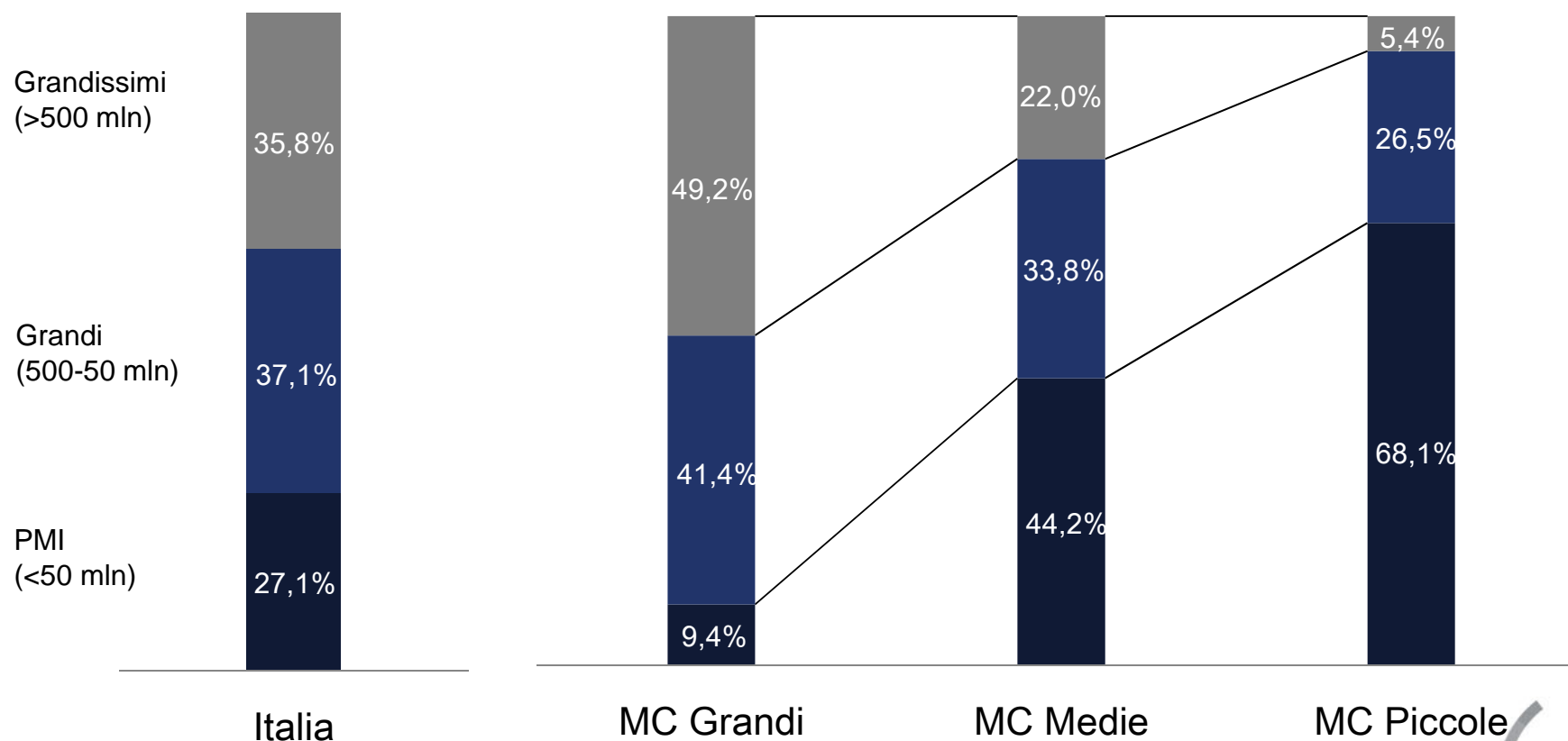
*Escluse le micro

Distribuzione fatturato sui settori di attività 2010 – 2015*



Le società di consulenza puntano sulle imprese clienti coerenti con la propria classe dimensionale

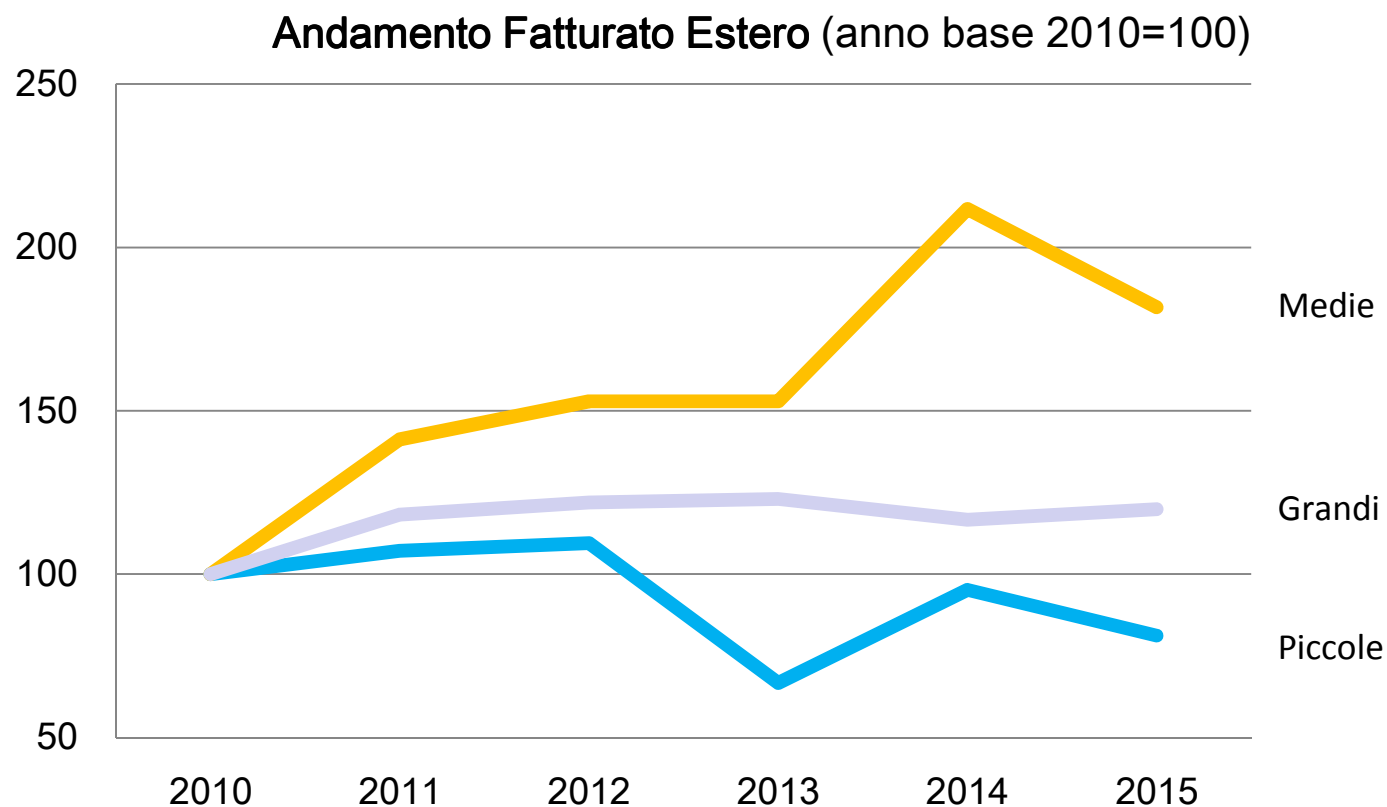
Fatturato MC per classe dimensionale dei clienti *



*Escluse le micro

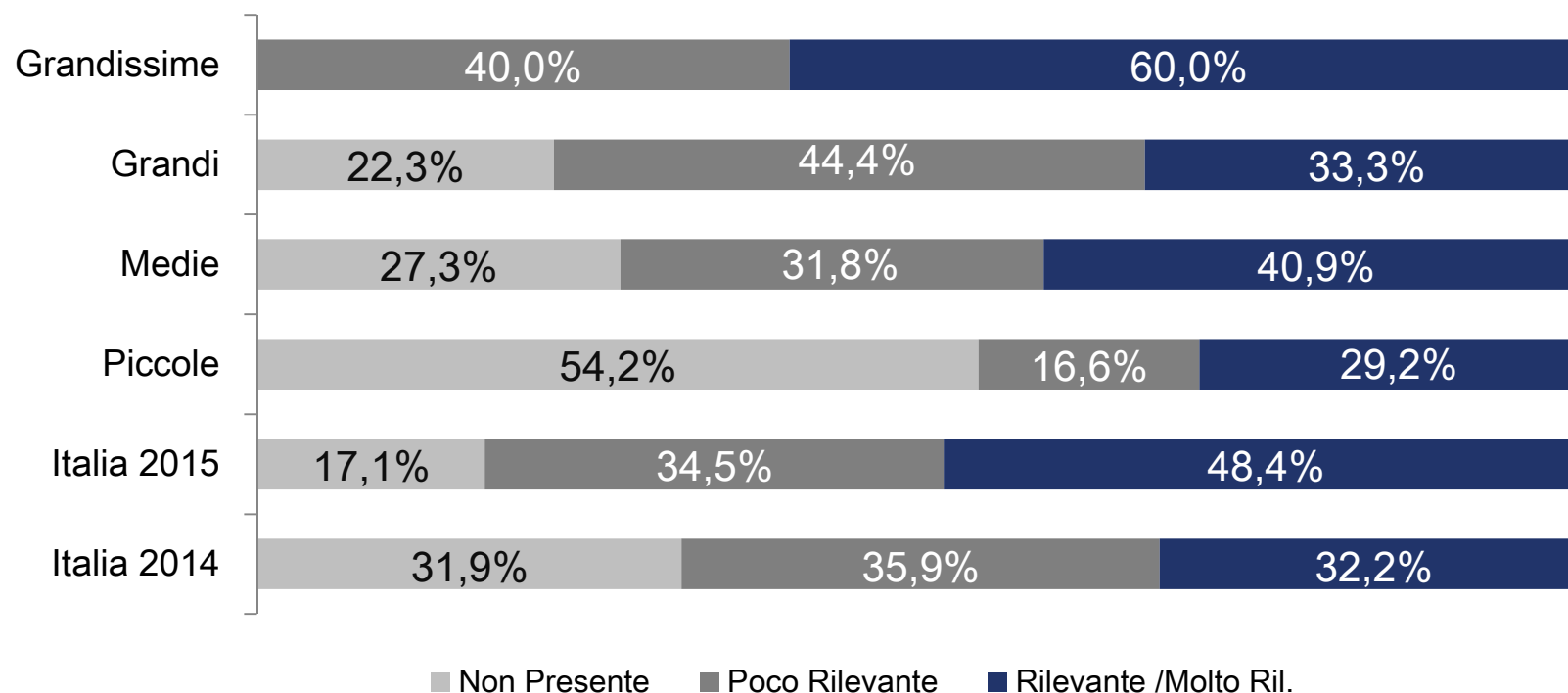
L'export delle società di Management Consulting registra un lieve calo rispetto al 2014 (-1,7%), con un'incidenza di poco superiore al 10%.

Per le medio-piccole società l'export è in deciso calo, mentre rimane stabile per le grandi.



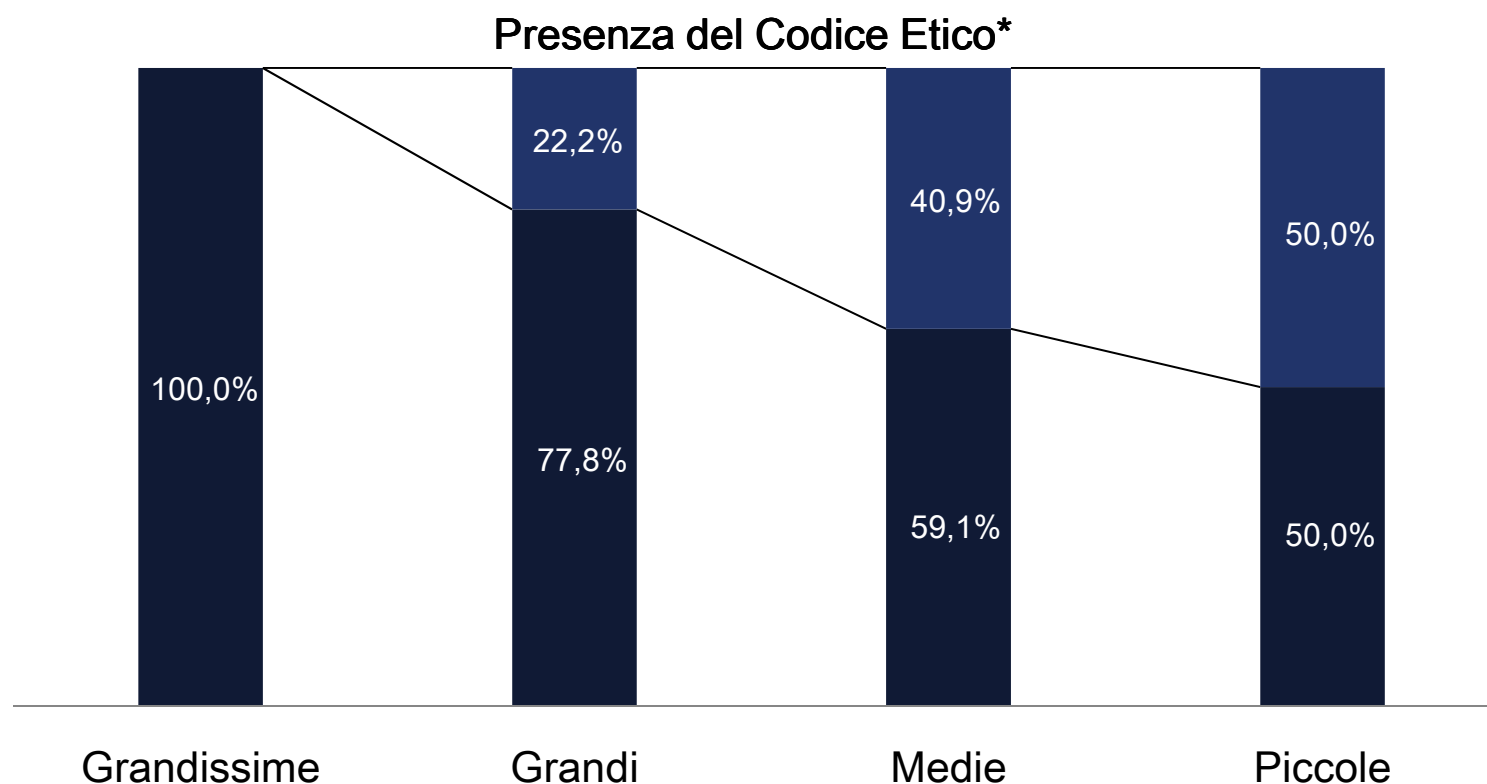
Per le grandissime e le grandi il settore della consulenza digital è cresciuto e si attende un'ulteriore crescita nel 2016, soprattutto nel Mobile e nei Big Data. Le medio-piccole sono presenti nell'ERP, ma dal prossimo anno attendono una crescita anche nel mobile.

Rilevanza della consulenza per la digitalizzazione



- I. Introduzione
- II. L'andamento del settore del Management Consulting
- III. Le aree di specializzazione e i nuovi trend
- IV. La rilevanza della responsabilità sociale
- V. Il consolidamento della ripresa

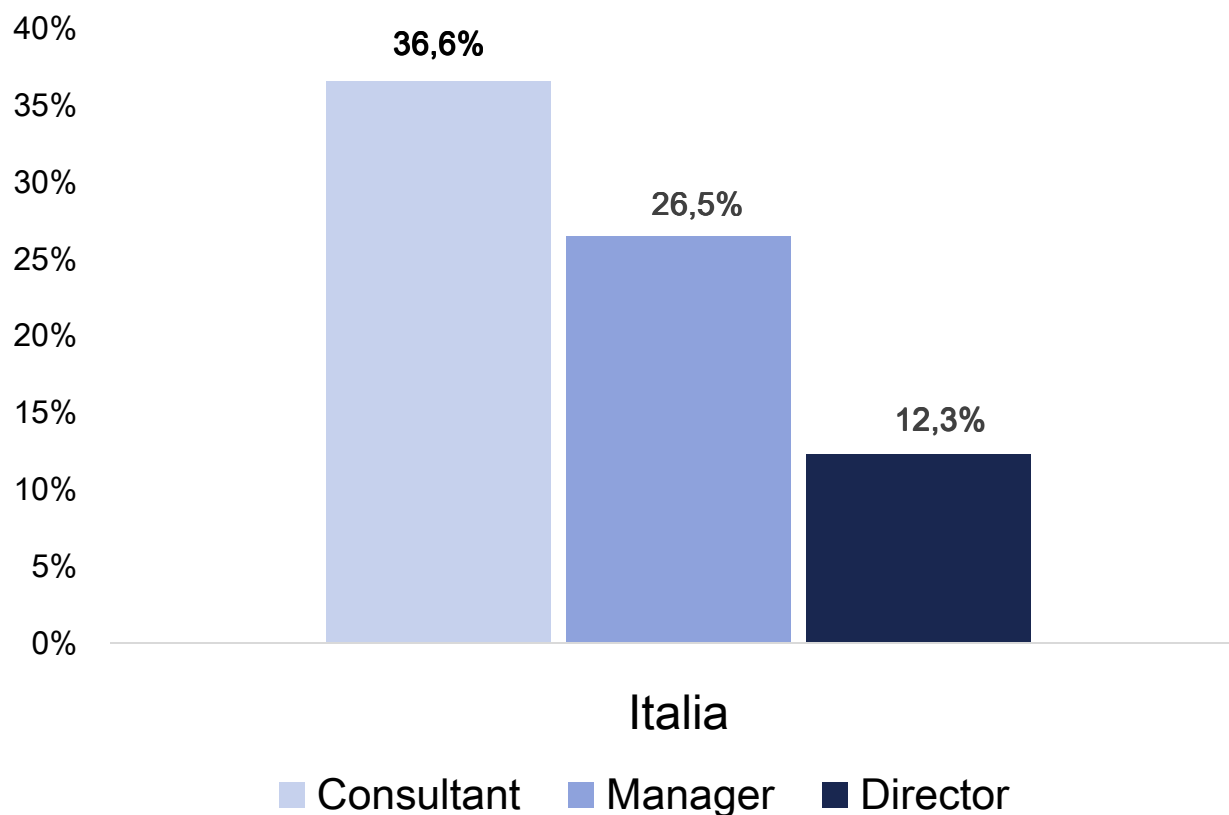
Nel 2015 tutte le grandissime e quasi l'80% delle grandi possiedono un proprio codice etico. La percentuale si abbassa a meno del 60% per le medie e a meno del 40% per le piccole



*Escluse le micro

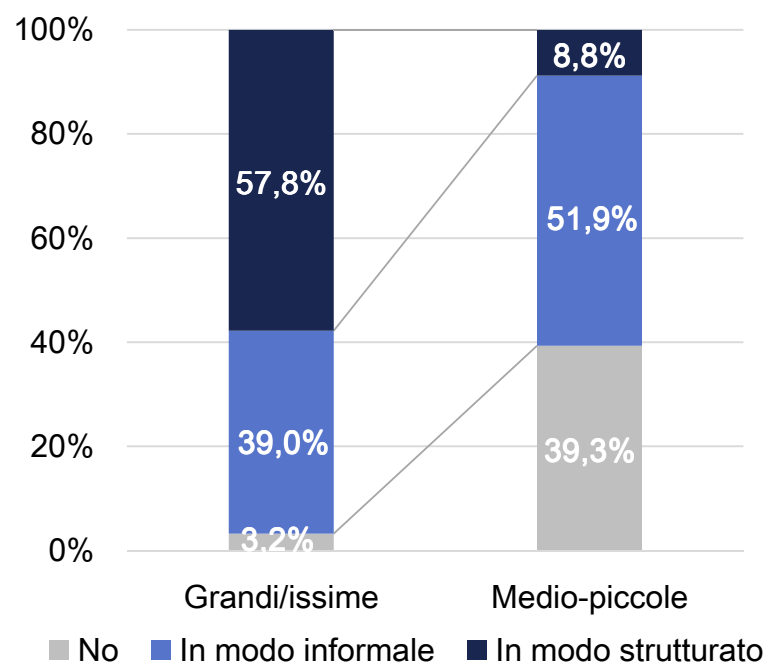
Le problematiche di gender

La presenza di policy sulla diversità di gender e di regole antidiscriminazione è più frequente nelle grandi/issime imprese che nelle piccole e medie. La quota di donne tra i consultant varia tra il 30-40%, ma si abbassa attorno al 10% quando si passa a ruoli più apicali.



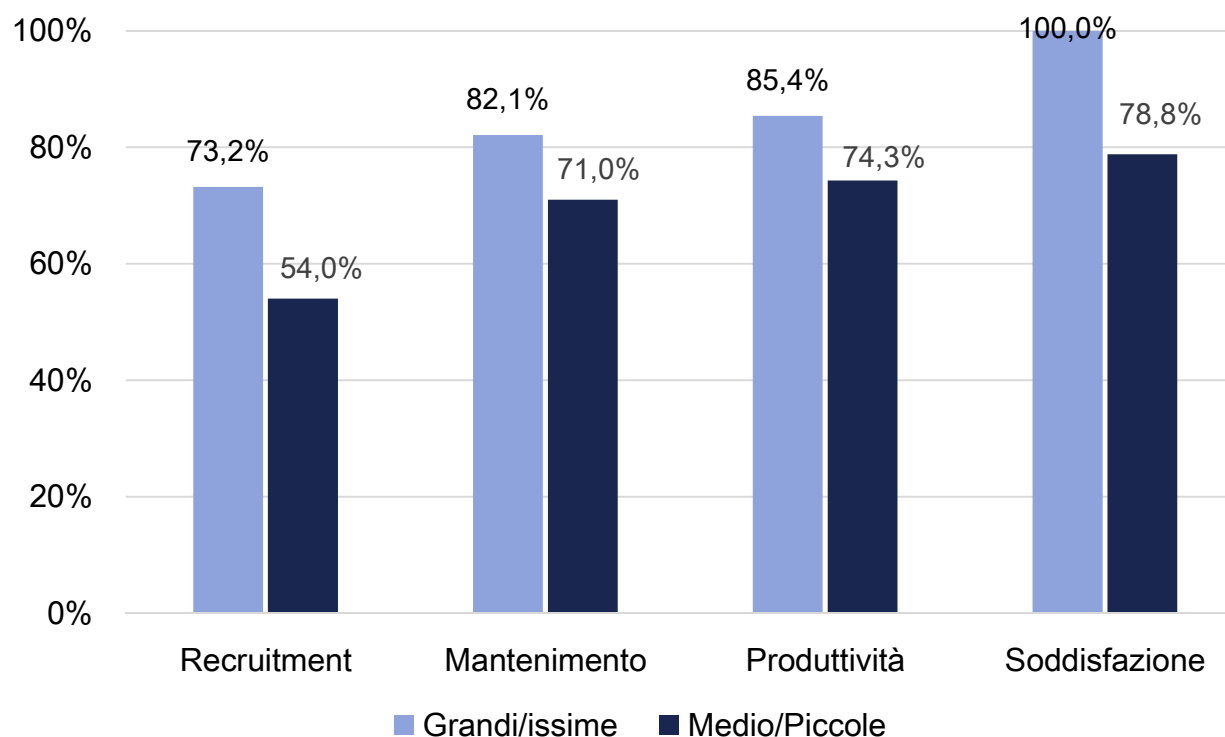
La problematica è affrontata in modo strutturato tra le grandi, in modo informale tra le medie e poco affrontata dalle piccole. Ciò si riflette anche nel frequente uso di strumenti che possono migliorare il work-life balance come la flessibilità, il part-time e il lavoro a casa soprattutto tra le grandi.

Come viene affrontato il WLB



L'impatto che queste politiche hanno sul recruitment di talenti, il mantenimento del personale, la produttività e la soddisfazione è ritenuto positivo/molto positivo dalla maggior parte delle grandi/issime aziende, mentre le medie e le piccole tendono a vederne anche dei limiti.

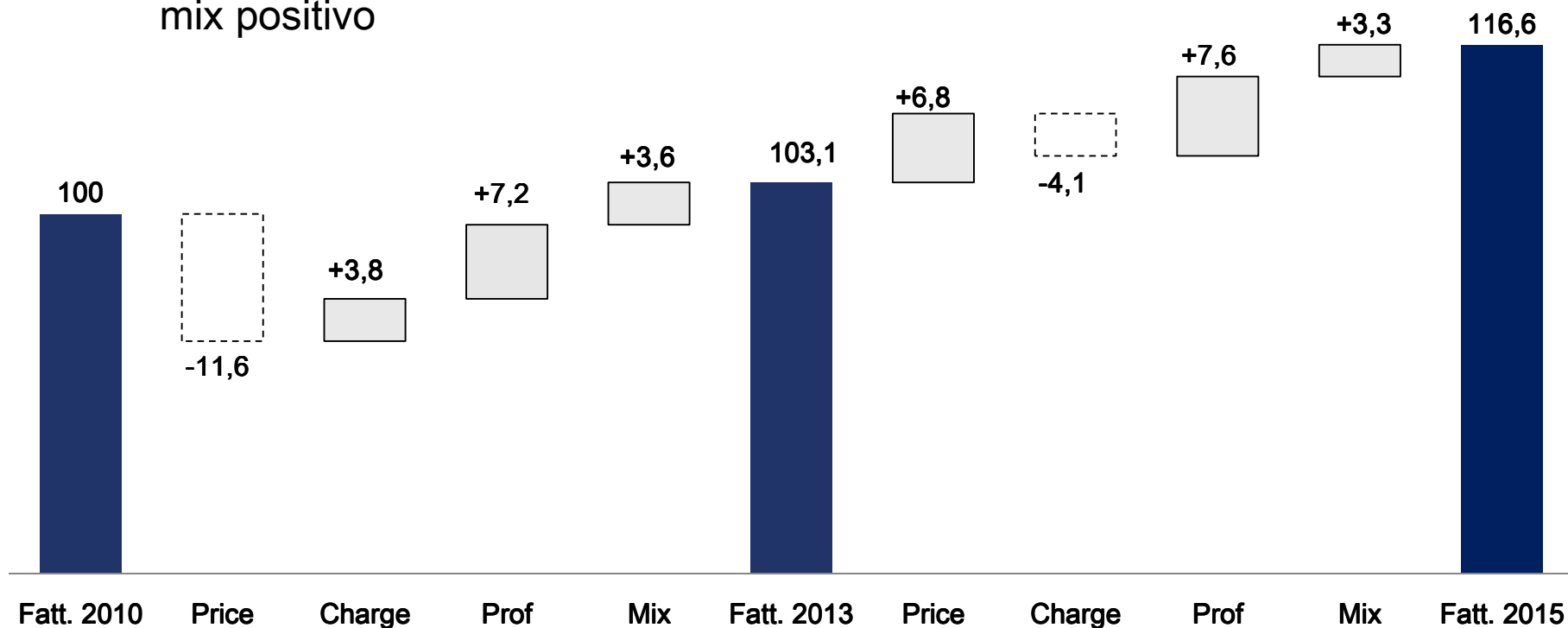
% di positivo/molto positivo sull'impatto



- I. Introduzione
- II. L'andamento del settore del Management Consulting
- III. Le aree di specializzazione e i nuovi trend
- IV. La rilevanza della responsabilità sociale
- V. Il consolidamento della ripresa

Dal 2013 – con la ripartenza del mercato - il settore del MC ha evidenziato trend di pricing e di chargeability decisamente differenti da quelli del precedente triennio:

- Un pricing in decisa ripresa (laddove prima era in forte calo)
- Una rimodulazione della chargeability, che era arrivata a livelli insostenibili
- Rimangono in entrambi i periodi un'occupazione in crescita e un effetto mix positivo



Le previsioni per il 2016 indicano un ulteriore periodo di crescita, il consolidamento della ripresa, con:

- Una crescita del fatturato che si mantiene elevata (+7% nel 2016 vs +6,9% nel 2015), abbastanza distribuita tra tutte le classi dimensionali
- Una crescita dell'occupazione di professional in linea con il fatturato (+7% nel 2016 vs +5,2% nel 2015), concentrata soprattutto tra le grandi e grandissime società

La crisi comunque ha modificato la struttura dell'industry, portando ad una forte selezione degli operatori più piccoli e alla conquista di una quota molto importante di mercato da parte dei grandi player.

L'uscita dalla crisi è comunque evidenziata da trend positivi su tutte le classi di impresa (dalle grandi alle micro) e da un parziale recupero del pricing.