

marzo 2014 / no.64

ISSN 2039-540X

Press

Professione Economica e Sistema Sociale

Manuale del commercialista italiano

Come sopravvivere alla crisi e a 62.500 norme tributarie

Press
Professione Economica e Sistema Sociale

Sommario/marzo



Bernoni: "La nostra professione può e deve crescere di più e meglio"

- Pag. 4



Roma: "Una Professione al servizio del Paese"

- Pag. 8

EDITORIALE

3 | Maria Luisa Campise

PEOPLE

4 | Giuseppe Bernoni

L'INTERVENTO

8 | Giuseppe Roma
10 | G. Prandstraller
12 | Tommaso Di Nardo
18 | Simone Manfredi
20 | Pierluigi Pisani
24 | Redazione

PRIMO PIANO

26 | Paola Schiavo

DOCUMENTO IRDCEC

27 | Concordato in bianco,
procedura e aspetti
della governance.
Circolare n. 38IR

DIAMO I NUMERI

58 | Osservatorio economico

PROFESSIONE E TEMPO LIBERO

63 | Letti per voi



Prandstraller: "Commercialisti nella sfida della rivoluzione digitale"

- Pag. 10



Di Nardo: "L'evoluzione della professione di commercialista"

- Pag. 12



Bernoni: “La nostra professione può e deve crescere di più e meglio”

Specializzazione, associazione, organizzazione, visione strategica: sono questi, per Giuseppe Bernoni, i ‘fondamentali’ che il commercialista deve avere presenti

a cura della Redazione

“L'internazionalizzazione è la vera mèta. Senza questa consapevolezza la professione non può essere esercitata nel terzo millennio”

“Commercialisti: cercate nella professione nuove opportunità e pensate in grande”. Dopo una vita spesa per la categoria - Ordine di Milano, Unione giovani, Consiglio nazionale e alla FEE (Fédération des Experts-comptables Européens)- Giuseppe Bernoni da libero professionista continua ad essere ottimista sul futuro di una professione che, come racconta spesso agli amici, ha reso la sua vita “unica e straordinaria”. “Certo, c’è la crisi e questa è arrivata anche negli studi professionali”, ammette, “ma non tutta l’economia è in crisi e i commercialisti, oggi concentrati sostanzialmente su fisco, operazioni straordinarie di sviluppo e salvataggio, procedure concorsuali e revisione, possono attingere alle tante competenze riconosciute dalla legge istitutiva dell’Albo unico.

Attenzione però, oggi il mercato chiede professionisti specializzati e la maggiore concorrenza rispetto al passato impone a tutti di attrezzarsi anche tecnologicamente nel migliore dei modi”. Come Bernoni lo spiega nella sua ultima fatica editoriale dal titolo “Dottore commercialista: adempimenti, strategie, opportunità per i giovani” in uscita per Ipsoa editore e che sarà presentata a Lecce nel corso del Congresso dell’Unione nazionale dei giovani dottori commercialisti e degli esperti contabili.

Giuseppe Bernoni, come nasce l’idea di un nuovo libro sulla professione?

Lo scorso anno ho compiuto cinquanta anni di professione. Un gran traguardo... ed una bella festa! In quell’occasione centinaia di foto - alcune più sbiadite, altre meno - di questa mia storia, ho sentito il desiderio di sfogliarle insieme a colleghi ed amici. Ne è venuto fuori un piccolo volume, una

specie di “amarcord”, con cui ho voluto ricordare e ringraziare chi, in questo percorso, mi ha accompagnato. Dopo qualche mese ho avvertito l’esigenza di parlare più in generale e più per linee guida, perché ritengo che alcune mie riflessioni, raccolte in maniera sistematica, possano essere utili soprattutto ai più giovani...

Come vede oggi il futuro dei giovani colleghi?

Incerto ma non per questo privo di opportunità, che vanno cercate all’interno di una professione ricca di sbocchi. Trovo normale il senso di smarrimento che oggi un laureato fresco di abilitazione può provare nell’orientarsi, dopo aver superato l’esame di Stato, nella professione e che ancora non ha del tutto chiaro in cosa consista l’attività professionale “sul campo”. A questi giovani va data anche la consapevolezza che la nostra professione, così aperta e flessibile, si presta a varie forme di aggregazione che gli consentono di essere più competitiva e presente sul mercato.

Mentre per chi è già da qualche anno nella professione come vede questo momento storico?

Questo libro avrebbe potuto essere titolato “Commercialista anno zero” per sottolineare che, rispetto ad anni fa, a causa dei cambiamenti intercorsi nella PA e sul mercato, si era ad una nuova fase professionale. Una nascita, se vogliamo, o meglio un leggero lifting che spianasse le rughe alle vecchie competenze, ma che conservasse l’identità del ruolo e rendesse lo sguardo più limpido ed attento all’accelerazione dei cambiamenti.



Cosa vuol dire per lei, oggi, essere commercialista?

Vuol dire uscire fuori dal proprio studio, comunicare le proprie competenze, superare il problema della vicinanza fisica, impadronirsi di *technicalities* aggiornate, procedere interattivamente con tutti gli interlocutori economici, in ambiti che vadano ben oltre i confini nazionali. Tutto questo richiede strutture organizzate e conoscenze interdisciplinari. Non si tratta di un sogno, né di una visione ottimistica ma, se la parola professione ha in sé i significati di “credere convintamente e fortemente in qualcosa”, il senso di questo mio libro è proprio quello di indicare nuove mètte, nuovi campi d’azione che rendano più attraenti le prospettive di questa attività.

Ai circa 15.000 praticanti, che guardano al futuro con qualche perplessità; ai circa 20.000 under 40, che si confrontano con colleghi più maturi; e a tutti i 140.000 iscritti all’Albo, lancio una provocazione: questa professione può e deve crescere molto di più e meglio in un prossimo futuro.

Da dove bisogna ripartire?

La legge (d.lgs. 139/2005) che ha portato alla nascita dell’Albo unico dei dottori commercialisti e degli esperti contabili ha posto le basi di un rinnovamento a livello normativo; le sfide del mercato di oggi possono, nonostante le difficoltà, favorire un’evoluzione ancora più significativa.

Specializzazione, associazione, organizzazione, visione strategica sono i “fondamentali” che il commercialista, sia come singolo professionista, sia come componente di uno studio associato, deve avere presenti.

Sempre. Insieme alla consapevolezza di trovarsi di fronte ad una professione che non è rivolta solo alla crescita o all’arricchimento del proprio portfolio clienti ma, in ultima analisi, a favorire il benessere della società in cui si opera. L’internazionalizzazione è la vera mètta. Senza questa consapevolezza la professione non può essere esercitata nel terzo millennio. ■