

## COMMERCIALISTI

# Professione contabile 2.0

## Vantaggio competitivo: I servizi diventano hi-tech

DI DOMENICO POSCA\*

GLI STUDI dei commercialisti sono quasi sempre non adeguatamente attrezzati per fornire servizi specialistici, e sotto pressione nei servizi di base per l'inevitabile concorrenza sui prezzi con riduzione dei margini e in difficoltà per la costante e inesorabile chiusura delle imprese. Al contempo il "nanismo" degli studi lascia il campo aperto alla concorrenza delle grandi consulting e delle organizzazioni straniere nell'ambito dei servizi specialistici, caratterizzati da margini più alti e qualità del lavoro più significativa. Bisogna affrontare il mercato in modo più efficiente partendo dall'accorpamento delle strutture in entità di dimensioni maggiori in grado - attraverso la specializzazione dei partner - di offrire soluzioni ad alto valore aggiunto. Sfruttando quello che ancora è un significativo punto di forza della categoria: il rapporto personalizzato con l'imprenditore cliente. Rileva l'importanza dei servizi di consulenza per le nostre imprese industriali e artigiane dalla natura low/medium-tech, alle quali i commercialisti possono fornire strumenti e indicare percorsi di innovazione incrementale. La stagnazione economica



Domenico Posca

in cui viviamo, caratterizzata da un basso potere d'acquisto influenza notevolmente le scelte degli imprenditori, in particolare, dei più piccoli. Di conseguenza i temi del "consumo frugale" sono più che mai attuali per cittadini e imprenditori. I commercialisti possono sfruttare a loro vantaggio gli effetti della crisi e il nuovo scenario da questa disegnato.

Devono farlo sia come consulenti d'impresa per orientare le scelte delle Pmi clienti che per riorganizzare e ripensare la propria attività. La flessibilità e la capacità di adattamento per resistere alle difficoltà del mercato è un'altra prerogativa del commercialista innovatore, che potrebbe fare sua la strategia della semplicità, intesa come alternativa a soluzioni di consulenza talvolta inutilmente complicate. Con l'obiettivo di poter offrire servizi agevolmente fruibili e ad alto valore aggiunto. Significative opportunità di lavoro provengono dai servizi di consulenza per clienti cosiddetti marginali, intesi come Pmi e Mpmi a basso fatturato. In conclusione occorre una strategia di sviluppo del commercialista due-puntozero, basata sull'approccio innovativo.

*\*Presidente Unione  
Italiana Commercialisti  
(3 - Continua)*