



La Funzione sociale del Commercialista: situazione attuale e azioni per il futuro

Cagliari, 18 ottobre 2019

Relazione del Presidente dell'Accademia Vito Meloni

1. Saluti

Buon pomeriggio a tutti,

Presidente dell'Ordine di Cagliari, Presidente dell'ANDOC,

Gentili Ospiti, Care Colleghe e Cari Colleghi,

A nome del Consiglio Direttivo dell'Accademia dei Dottori Commercialisti della Sardegna, vi do il benvenuto a questo convegno intitolato:

“La Funzione Sociale del Commercialista: situazione attuale e azioni per il futuro”.

2. Ringraziamenti

Vorrei ringraziare il Presidente dell'Ordine dei Dottori Commercialisti di Cagliari, Pierpaolo Sanna e tutto il Consiglio dell'Ordine che hanno inserito questo convegno nel piano di formazione continua 2019 dell'Ordine, mostrando attenzione ai problemi della categoria.

In particolare, vorrei ringraziare la Presidente ANDOC, Amelia Luca che ha rinviato i suoi impegni istituzionali e professionali di due giorni per essere qui con noi oggi.

Ringrazio i gentili conferenzieri e gli ospiti che sono qui con noi e ci forniranno il loro contributo sulla situazione della nostra categoria.

3. Cosa spinge alla partecipazione odierna

Oggi la nostra categoria sta vivendo un periodo particolarmente difficile fatto di problematiche nuove e sfide impegnative.

Il nostro disagio per le continue vessazioni e per i continui attacchi è arrivato al limite della sopportazione.

La vostra presenza qui oggi ne è la dimostrazione. Ora dobbiamo dire basta!

Dobbiamo smettere di piangerci addosso e lamentarci, dobbiamo agire!

Occorre canalizzare le nostre energie nella giusta direzione, facendo squadra, promuovendo le nostre prerogative a livello istituzionale, promuovendo e realizzando un cambiamento.

In Sardegna siamo circa 2.100 Commercialisti fieri e seri professionisti che collaborano

ogni giorno con cittadini, imprese e istituzioni, contribuendo alla crescita economica, sociale e culturale della nostra Regione e dell'Italia.

Dobbiamo riappropriarci dello status sociale che ci spetta ma per farlo non basta dirlo. Dobbiamo agire concretamente per riprenderci lo spazio perduto.

4. La crisi della categoria

La nostra categoria subisce una crisi che proviene da lontano e ha molteplici fattori.

Le nostre caratteristiche peculiari oggi sono i nostri punti di debolezza:

- Individualismo,
- scarsa attenzione al mercato,
- attenzione rivolta alla competenza rispetto ad altri aspetti,
- visione dei colleghi commercialisti come concorrenti piuttosto che potenziali partner.

Ne deriva che al nostro interno tendiamo troppo spesso a creare divisioni, a categorizzarci ed a differenziarci prescindendo dalle richieste che giungono dal mercato, come se il nostro orizzonte terminasse con gli iscritti all'Albo e non fosse rappresentato dal mercato.

Esempi di ciò sono il nome del titolo professionale, aver creato elenchi A e B, elenchi di specialisti, perché sono tutti elementi che creano divisioni in seno alla nostra professione.

Ciò non significa che non dobbiamo specializzare e perfezionare alcune competenze ma che debba essere il mercato ad apprezzarci e a differenziarci, senza che aumentino le vecchie e inutili distinzioni all'interno dell'Ordine, che non fanno altro che disgregarci.

In realtà dobbiamo considerare che la nostra categoria è formata da circa 120.000 Commercialisti, la cui maggioranza è dentro il cluster di età tra i 41 e i 60 anni.

Di questi 120.000 Commercialisti:

il 29,3%, pari a 35.200 colleghi, riunisce nella propria figura la sola e unica presenza nello studio;

Il 12,8%, pari a 15.400 colleghi, oltre sé stesso ha un dipendente;

L'11,1%, pari a 13.200 colleghi, oltre sé stesso ha due dipendenti.

Quindi, il 53,2% (più della metà del totale), pari a circa 63.800 colleghi, opera in piccoli studi e ad essi va quindi dedicata la maggiore attenzione. È proprio in favore di questi colleghi che bisogna attivarsi e costruire iniziative.

La crisi si può superare solo compattando e unendo le esigenze di tutti, soprattutto rivolgendosi a questi colleghi in numero tale da determinare una massa critica di pressione sulla società.

5. Ripercorriamo la nostra storia

Per capire come siamo arrivati all'oggi è opportuno ripercorrere le fasi storiche che, a partire dal dopoguerra ai giorni nostri, hanno caratterizzato la figura del commercialista:

- Durante il periodo fascista gli ordini professionali furono aboliti,
- Nel 1953 entrò in vigore finalmente il D.P.R 27 ottobre 1953, n. 1067 e fu costituito l'“Ordinamento della professione di dottore commercialista”.
- La fine degli anni '70 fu il periodo del commercialista fiscalista, frutto dell'introduzione della riforma tributaria ed in particolare dell'IVA e dell'Imposta sui redditi. Fu un periodo di stabilità e ricchezza nel quale, tuttavia, si posero le basi della decadenza che la nostra professione avrebbe subito successivamente a causa dell'incapacità di capire e governare i successivi cambiamenti, dal momento che tutto procedeva a gonfie vele e ci si trovava in una posizione di conforto.
- Negli anni '90 cambiò la domanda di servizi e a quelli obbligatori (la tenuta di contabilità, iscrizioni e adempimenti presso pubblici uffici) si aggiunse la richiesta di servizi più complessi, a carattere prevalentemente giuridico e fiscale ma con un maggior coinvolgimento nella vita aziendale e di più elevato contenuto professionale: consulenza di bilancio, contenzioso, cariche societarie, analisi organizzativa e attività collegate all'introduzione di nuove routine operative.
- Negli anni 2000, entrò in vigore la legge delega della riforma delle professioni (su cui non abbiamo inciso minimamente) e si presentò una domanda di servizi ancora più avanzati, connessa alla necessità di far fronte a situazioni nuove e complesse, quali richiesta di servizi specialistici e personalizzati per affrontare situazioni particolari e non ripetitive: consulenza valutaria, consulenza contrattualistica e societaria internazionale, assistenza alla quotazione in borsa, check-up economico finanziario, riservata ad una élite di professionisti.
- A partire dal 2008, gli errori strategici compiuti e l'assenza di azioni sono dovuti all'incapacità di capire cosa avrebbero determinato le trasformazioni tecnologiche e i cambiamenti che sono avvenuti con l'avvento dei primi invii delle dichiarazioni telematiche. Da quel momento in poi, senza prendere delle posizioni precise nel corso degli anni, i Commercialisti sono stati incapaci di riorientare e difendere la categoria. In una situazione di costante e continua debolezza della categoria, si manifestano più compiutamente ed in maniera più forte le aggressioni esterne al nostro Ordine Professionale.
- Negli anni 2010 e 2011, il legislatore sembrò arrivare ad una conclusione in materia, con la Legge 12/11/2011 n.183, “Riforma degli ordini professionali e società tra professionisti” (art. 10), dove, anche in questo caso, abbiamo inciso solo con operazioni di facciata e senza recuperare alcun palmo di terreno perso.

La situazione attuale in cui ci troviamo ad operare è caratterizzata dal tempo via via minore che abbiamo a disposizione per fare consulenza all'imprenditore poiché il commercialista deve, sempre più spesso e lavorando da solo, formarsi su procedure telematiche sempre nuove, facendosi carico di una mole di lavoro enorme e con un'amministrazione finanziaria che è riuscita a ribaltare sul commercialista, a titolo gratuito e con oneri a suo carico, una grande quantità di pratiche.

Nel contesto descritto, dobbiamo pertanto invertire la tendenza e non semplicemente aggiustare una realtà compromessa.

6. Avvio di un processo di cambiamento (cambio culturale)

Non vi è dubbio che nell'ambito della categoria desideriamo che la situazione cambi in meglio.

L'errore che comunemente facciamo è pensare che ci sia qualcuno che agisca per il cambiamento al posto nostro, senza nessun nostro intervento e creandoci l'alibi che la colpa sia sempre di qualcun altro (Presidente dell'Ordine, Presidente della Categoria, istituzioni).

Senza un cambio culturale al nostro interno, continueremo a percorrere una discesa lungo un piano inclinato.

Dobbiamo promuovere il cambiamento. Non possiamo continuare a ripetere tutti i giorni le stesse lamentele. Al contrario, è necessario agire.

I cambiamenti necessitano di tempo per essere attuati ed essere metabolizzati ma iniziano sempre da un singolo passo. Quel che conta è iniziare a "camminare" verso il cambiamento; da qualcosa dovremo pur partire, diversamente la nostra condizione non migliorerà mai ed i problemi che affrontiamo quotidianamente non saranno mai risolti.

Tuttavia, se è facile promuovere il cambiamento (oggi lo stiamo facendo), bisogna essere consapevoli che è difficile invece governare il cambiamento. Per questo, occorrono Commercialisti formati e capaci di gestire scenari di instabilità e incertezza nonché in grado di gestire i mutamenti che derivano dalle azioni poste in essere.

Parlo di colleghi che, nel numero più ampio possibile, abbiano una naturale propensione ad accompagnare i cambiamenti e abbiano le capacità per costituire quell'importante traino nella fase di transizione.

7. Perché l'Accademia

È arrivato il momento di dire basta, di riprenderci il giusto riconoscimento sociale e pretendere il rispetto della nostra professione e delle prerogative professionali ad essa associate.

L'**ACCADEMIA** nasce per questo, perché vogliamo proporre un processo di cambiamento che però non venga calato dall'alto ma che parta dal basso, mobilitando tutti i Commercialisti e in particolare quelli che abbiamo individuato come lo zoccolo duro, ossia i piccoli studi.

Vogliamo portare questi colleghi al centro della professione, come punto di riferimento.

Vogliamo essere INCLUSIVI, non ESCLUSIVI.

L'**ACCADEMIA** intende aprire un dibattito su questo ed altri temi al fine di conoscere le opinioni dei colleghi commercialisti della Sardegna ed in particolare dei più giovani, titolari di piccoli studi, che daranno senz'altro un contributo essenziale in termini di idee e proposte.

“Riunirsi insieme significa iniziare. Rimanere insieme significa progredire. Lavorare insieme significa avere successo” – (Henry Ford)

8. Proposta di un modello propositivo nascente dalla base con la partecipazione di tutti

L'**ACCADEMIA** intende elaborare un progetto innovativo coinvolgendo tutti i commercialisti sardi, che definisca quali debbano essere le linee d'azione da portare avanti nella prospettiva, di medio-lungo termine, di cinque anni.

L'**ACCADEMIA** intende ascoltare tutta la base della categoria e recepire i pareri delle menti migliori in una prospettiva di ristabilimento del ruolo sociale che ci appartiene e riportare il lavoro principale del commercialista a quello del consulente. Dobbiamo unirci e fare massa critica che significa poter contare e avere la forza di parlare ed essere ascoltati. Dobbiamo sostenere la base degli iscritti, i piccoli studi.

Però, bisogna partecipare e non delegare e dobbiamo tutti essere protagonisti del nostro futuro. Dobbiamo intervenire con contributi di idee e di azioni.

Tutti insieme, consultandoci e discutendo, individueremo gli obiettivi e decideremo le azioni da porre in essere. Il coinvolgimento e la condivisione di idee e azioni saranno elementi fondamentali per raggiungere e coinvolgere tutti i colleghi commercialisti della Sardegna.

9. Linee di azione individuate dall'Accademia

Non solo come Consiglio Direttivo, ma come soci fondatori dell'Accademia, abbiamo riflettuto su quali potessero essere le principali linee di azione per iniziare questo percorso.

IL CAMBIAMENTO

La situazione non è di nostro gradimento e vogliamo che cambi.

Dobbiamo quindi promuovere un processo di cambiamento vasto e incisivo che riguardi:

- l'apprezzamento della funzione sociale del Commercialista,
- il suo status,
- il valore alla professione,
- la logica e la cultura del NOI.

Quindi, per costruire un futuro diverso e proporre un nuovo approccio culturale, economico e sociale.

Dobbiamo individuare insieme su quali punti agire e come fare, raccogliendo il massimo consenso interno.

ABUSIVISMO

L'aggressione di “territorio” da parte di consulenti “abusivi”, Consulenti vari, CAF, Tributaristi e Associazioni di categoria, tutti soggetti che hanno lavorato per ridurre la

nostra importanza professionale.

Noi abbiamo sempre affermato che fosse l'Ordine a doverci tutelare. Anche qui, diamo una prospettiva diversa: lasciamo che l'Ordine ci tuteli giuridicamente ma dobbiamo domandarci: "noi possiamo fare qualcosa?"

Come singoli è difficile ma come gruppo si può fare tanto.

Il Comitato Direttivo dell'Accademia sta studiando e valutando un progetto, senza sovrapporsi all'Ordine, in linea con il codice deontologico, che sia incisivo su questo aspetto. Pensiamo di poterlo lanciare nella primavera del 2020, dopo aver però reperito i fondi necessari.

FARE RETE

I benefici derivanti dal fare rete sono tanti e dobbiamo esserne tutti pienamente consapevoli e fare ciascuno la propria parte. Infatti, fare rete tra Commercialisti significa:

- a) Condividere obiettivi comuni di crescita della nostra professione e della nostra Categoria;
- b) Confrontarsi ed accordarsi sulle azioni da intraprendere per perseguire tali obiettivi;
- c) Coinvolgere il maggior numero di commercialisti nella pianificazione e realizzazione del progetto.

Facendo rete e lavorando da squadra, apprezzeremo ancora di più i benefici di far parte della categoria professionale dei Commercialisti e saremo in grado di:

- migliorare la nostra reputazione sociale;
- arrivare dove non saremmo potuti mai arrivati da soli;
- acquisire la capacità di intervenire in più settori e aree;
- perfezionarci e innovandoci, scambiandoci e condividendo le buone pratiche che ognuno di noi ha elaborato nel corso degli anni;
- costruire relazioni stabili con la pubblica amministrazione e i portatori di interesse, i cosiddetti stakeholders.

Comunque, su tutti questi aspetti sarà più preciso il Segretario Generale dell'Accademia nel suo intervento.

IMMAGINE CATEGORIA

L'immagine della categoria deve essere migliorata e questo è un imperativo.

In merito all'immagine, l'idea di fondo che **l'ACCADEMIA** intende lanciare è che si debba lavorare su due livelli: quello istituzionale e quello individuale. A sua volta, il livello istituzionale dovrà essere analizzato avendo come riferimento il mondo esterno (istituzioni, opinione pubblica, clienti) ed il mondo interno (componenti degli organi nazionali e locali).

LA COMUNICAZIONE

Migliorare lo status sociale e la reputazione dei Commercialisti sono obiettivi perseguibili attraverso la trasformazione positiva dell'immagine e della comunicazione, intesi in senso ampio ed in quanto Categoria professionale. Pertanto, dobbiamo riflettere sulle azioni da intraprendere per strutturare il nostro piano d'azione, individuando i mezzi e gli strumenti più utili e consoni per raggiungere gli obiettivi proposti.

Nell'ambito della nostra categoria professionale abbiamo spesso e volentieri assistito ad iniziative spot che, seppur di valore, sono state il più delle volte determinate da situazioni circostanziali e momentanee, avendo una portata ed un'efficacia molto limitate.

Ciò che evidenziamo maggiormente è quindi l'assenza di un progetto coordinato e sistemico che preveda sia il miglioramento dell'immagine professionale del Commercialista sia lo sviluppo di una comunicazione più efficace e di qualità tanto verso le istituzioni quanto verso la società civile nel complesso. In tal senso, pensiamo che la formazione obbligatoria nell'ambito della comunicazione sia fondamentale per la crescita di tutti i commercialisti e anche dei nostri rappresentanti a livello nazionale e locale.

10. Conclusione intervento

Il Segretario Generale dell'Associazione Franco Forresu esporrà più avanti quali sono le linee di azione che l'Accademia intende proporre.

Rimaniamo comunque aperti ad ogni contributo che vogliate fornirci e condividere.

Tutti noi dobbiamo assumerci le nostre responsabilità e fare la nostra parte. Lamentarsi non è costruttivo; dobbiamo, pertanto, impegnarci a fare rete e a restare uniti per risolvere i problemi e migliorare la nostra condizione professionale e sociale.

Contribuite con le vostre idee, dateci sostegno iscrivendovi all'Accademia.

Permettetemi di terminare con una frase di Steve Jobs:

“Vuoi passare il resto della tua vita a vendere acqua zuccherata, o vuoi avere la tua occasione per cambiare il mondo?”

Vi ringrazio per l'attenzione