

Money*Il dottore commercialista***ADVISOR PER UNA NUOVA CULTURA D'IMPRESA****di Giuseppe Pio Macario**

Docente di Management Internazionale
presso Università degli Studi di Bari "Aldo Moro"
Dottore Commercialista e Revisore Legale

Se ci fermassimo a pensare a questa lunga crisi nazionale ed internazionale, qualcuno di noi potrebbe chiosare che sta arrivando il tempo dei bilanci, ma in verità dovremmo forse dire che è ancora tempo di ricerca di equilibri.

Con questa ampia perifrasi desidero avviare alcune mie riflessioni sulla situazione attuale del nostro sistema economico-finanziario, focalizzando l'attenzione sulle cellule primarie che lo compongono, le aziende, e, in particolare, sui professionisti che le accompagnano in questa particolare e lunga crisi.

Ho parlato di equilibri, poiché, parafrasando il mio stesso pensiero introduttivo, occorre sottolineare, oggi più che mai, l'importanza che assume per un'azienda il rispettivo equilibrio; se vogliamo, per focalizzarlo meglio, possiamo esprimerlo anche con un richiamo alla fisica navale, secondo cui un'imbarcazione necessita sia di un equilibrio statico che di uno dinamico (quest'ultimo particolarmente necessario in situazioni di perturbazioni, per intenderci).

Ebbene, ritengo che tale riferimento, anche metaforico, consenta di orientarci meglio al ben noto equilibrio aziendale, che deve sussistere sin dal suo "big bang", così come nelle correlate fasi di start-up, in ottica di un imprescindibile equilibrio stabile, frutto di una maestria d'ascia nelle diverse figure di imprenditore, manager o advisor che intervengono.

Sappiamo infatti che sin dalla nascita di una business idea è fondamentale programmare e generare la presenza di adeguate fonti di finanziamento a supporto degli investimenti da effettuare, poi da mantenere e rinnovare continuamente. In altri termini, stiamo parlando del fondamentale "equilibrio aziendale continuo".

Ma temo che a tale rappresentazione bidimensionale, assumendola, permettetemi, come per "scontata", ci siamo un po' tutti assuefatti, accettando da osservatori "inermi" le crescenti esigenze e difficoltà aziendali, così come le conseguenti forme di "isolamento imprenditoriale".



E tutto ciò con il rischio dei ben noti e innumerevoli disequilibri finanziari, senza chiederci peraltro se tutti noi, attori coinvolti, avremmo potuto contribuire ad evitarli o a risolverli adeguatamente e/o tempestivamente.

Non vuole essere retorica, ma il tentativo di una seria riflessione da una differente e più ampia visuale di osservazione, nel cui ambito si inserisce, in particolare, la figura del "dottore commercialista" con il suo ruolo di professionista esperto di economia d'azienda e quindi di "advisor direzionale".

A tal proposito desidero richiamare, in primis, le competenze professionali riconosciute dalla specifica normativa nazionale (D.Lgs. 139/2005), secondo cui "Agli iscritti nell'Albo dei dottori commercialisti e degli esperti contabili, è riconosciuta competenza specifica in economia aziendale e diritto d'impresa e, comunque, nelle materie economiche, finanziarie, tributarie, societarie e amministrative."

Benché questa competenza non sia nata solo in questo decennio, bensì dal 1953 e sia pur con altre locuzioni, bisogna riconoscere come gli stessi dottori commercialisti, forse perché spesso "distratti" dalle circostanze di recruitment della clientela e/o dalla rispettiva domanda orientata dalle "spinte funzionali" del nostro legislatore fiscale, non si siano frequentemente impegnati a ricordarla e diffonderla, contribuendo inconsapevolmente a relegare la propria figura professionale in un'icona di meri fiscalisti/amministrativi, per quanto necessari e di eccellente qualità ed utilità.



Occorre quindi uscire da questa ristretta visione e sottolineare la più ampia funzione di specialisti in economia d'azienda, le cui competenze interdisciplinari li rendono interlocutori privilegiati del management aziendale e degli imprenditori in primis, specialmente nei contesti tipici delle PMI.

Non va sottovalutata come l'evidenziata vocazione culturale e preparazione professionale "interfunzionale" rappresenti un vantaggio competitivo non solo per gli imprenditori ma per l'intero sistema economico-finanziario, perché consente di affrontare e soddisfare quella esigenza di verticalizzazione e crescita manageriale, sempre più avvertita dalle stesse PMI.

Per questo ho sempre sostenuto come il dottore commercialista possa rappresentare il "manager esterno" in tema di economia d'azienda e, in particolare, il professionista che meglio può chiosare le competenze necessarie in tema di "pianificazione, gestione e controllo" delle dinamiche economico-finanziarie.

Ebbene, a tal fine, torna utile una riflessione sul contesto organizzativo e comunicativo, che coinvolge frequentemente le peculiari PMI: trattasi del ridotto ricorso ad un management altamente specializzato, specialmente nell'ambito delle funzioni amministrativo-finanziarie e di controllo.

Non me ne vogliano gli amici imprenditori, ma occorre sottolineare che oggi giorno sia la comunità finanziaria che quella sociale, richiedono, per converso e sempre più legittimamente e sapientemente, una maggiore, puntuale e trasparente comunicazione economico-finanziaria.

Va nondimeno sottolineato come il grido di richiesta di un tale fabbisogno di comunicazione sia stato sempre più accolto, nell'arco di questi ultimi anni, non tanto per un processo di "acculturamento naturale" quanto "adeguatamente forzato" dagli eventi che hanno portato alla persistente crisi internazionale; e ciò a seguito di "practices" per nulla "best", caratterizzate da modelli manageriali non solo privi di "etica aziendale" ma addirittura privi dei più elementari fondamenti di economia e finanza, necessari per una sana e proficua gestione aziendale.

E' in una lettura circolare ci sarebbe da chiedersi: cosa è mancato quindi?

Potremmo spingerci a pensare che è venuto meno il sistema dei valori condivisi, in forma anche di "patto sociale", che, pur non scritto, dovrebbe essere sempre eticamente avvertito in una comunità, sia a livello internazionale che nazionale, necessario per una solida economia, globalizzata o geolocalizzata che sia. Va aggiunto, però, come, al tempo stesso, la "liaison" di un patto sociale possa essere salvaguardata solo in presenza di una trasparente ed etica "comunicazione economico-finanziaria".

Un'adeguata "cultura economico-finanziaria" presuppone, infatti, un'esauritiva conoscenza delle dinamiche economico-finanziarie e ciò si rende possibile solo attraverso un'approfondita e corrispondente comunicazione, interna ed esterna, necessaria in tutti gli stadi evolutivi e gestionali della vita aziendale, a loro volta forieri dei rispettivi documenti informativi: business plan, budget, rendicontazioni, analisi feed-forward, assessment strategici e così via. Tutto ciò consente, quindi, un costante obiettivo: il mantenimento dell'equilibrio aziendale e il conseguimento delle performances programmate.

Ciò è quanto richiedono anche tutti gli interlocutori e stakeholders aziendali, specialmente se "erogatori" e/o "espressione" di fonti di finanziamento (banche, confidi, investitori in equity o in leverage, enti pubblici, istituzioni internazionali).

Potremmo chiosare con una sistemica locuzione: "conoscenza, management, comunicazione e merito aziendale".

A tal riguardo, va parimenti evidenziato che spesso si richiama il "merito creditizio", ma occorre sottolineare come questo non possa essere il punto di partenza ma un punto di arrivo, perché, sapendo fare impresa, ne consegue un naturale merito sistemico che, in ottica economico-finanziaria, non potrà che condurre al merito creditizio, a quello remunerativo-azionario, a quello occupazionale, a quello legale, a quello etico-sociale: in sintesi, il naturale "merito sistemico aziendale".

E' in tale ambito che il Commercialista risulta essere la figura chiave per affiancare le aziende nella comunicazione tempestiva e trasparente delle informazioni economico-finanziarie, muovendo da un'attenta pianificazione e programmazione economica, finanziaria e patrimoniale, e giungendo alla rendicontazione per eccellenza, il bilancio di esercizio; così come rappresenta l'interlocutore ideale per tutti i referenti esterni, affinché si raggiungano e si rispettino i principi informativi, quali "trasparenza, chiarezza, oggettività", utili anche per ogni tipologia di partnership aziendale.

Nondimeno, in tale processo culturale, va sottolineata la sensibilità e corresponsabilità che devono assumere anche tutti gli interlocutori finanziari verso la "conoscenza oggettiva" dei business finanziabili. Obiettivo raggiungibile non con mere determinazioni quantitative ma soprattutto con adeguate e opportune determinazioni qualitative, sia preventive che consuntive (in tal senso anche l'innovazione di Basilea 3).

Espressione di tale conoscenza più oggettiva e approfondita è rappresentata dal sistemico studio del business aziendale, partendo dalla rispettiva business idea, in termini di vision e mission, e giungendo ai singoli obiettivi strategici, così come ai correlati obiettivi operativo-funzionali.

In quest'ottica si inserisce una progressione del change management della cultura d'impresa rilevabile da parte dell'intero sistema economico-finanziario, anche nei suoi vari contesti specifici (legislativo, professionale e gestionale), che ne mostra le relative "opportunità, minacce, forze e debolezze", variabili di una peculiare analisi SWOT economico-finanziaria.

Ne consegue come tale esigenza informativa possa essere soddisfatta in forma sistemica e circolare attraverso l'attività direzionale della pianificazione e controllo, che deve caratterizzare ogni forma e soluzione di modello imprenditoriale, a partire dal relativo start-up e lungo l'intero ciclo di vita aziendale, il cui documento informativo di partenza, ma di auspicato arrivo nei contenuti, è rappresentato dal "business plan".

In tale processo informativo, assume una particolare valenza manageriale la correlata conoscenza e rappresentazione dei flussi finanziari aziendali, foriera di un cambiamento, o meglio completamento, nella stessa attività di "pianificazione e controllo", che da attività di conoscenza in termini prevalentemente di "profit

performance" sta evolvendosi sempre più verso un approccio di "cash-flow analysis".

Grazie a tale analisi, infatti, e ai suoi documenti informativi, quali il "piano finanziario" o, per un arco temporale più breve, il "budget finanziario" e il rispettivo "rendiconto finanziario", si rende possibile monitorare compiutamente tutte le dinamiche gestionali aziendali, divenendo un indispensabile strumento direzionale a supporto della continua ottimizzazione dell'equilibrio tra fonti ed impieghi, a sua volta condizione fondamentale per il conseguimento dell'economicità aziendale, remunerativa di tutte le risorse produttive impiegate.

E' auspicabile che questo ampio processo di cambiamento culturale, che vede il formarsi del binomio "comunicazione – advisor " possa contribuire a consolidare il ruolo del dottore commercialista, sviluppando nel contempo una specializzazione nella differenziazione delle rispettive competenze: non come elemento di divisione ma come requisito e obiettivo di completezza professionale.

A tal proposito, desidero concludere, lanciando in chiave organizzativo-sistemica una formula professionale e deontologica, che gli esperti della "digital communication", a cui anche i medesimi commercialisti non potranno sottrarsi, chioserebbero viralmente come un "#hashtag": unitarietà nella distinzione. Possiamo confidare che i dottori commercialisti, così come gli stessi nella veste di revisori legali, sappiano capitalizzare un tale modus vivendi, quale filosofia necessaria a rendere saldo e coeso un sistema professionale, tipico di un sistema sociale, le cui peculiarità ci vengono sapientemente tramandate in eredità culturale da un illustre filosofo e scrittore italiano, Benedetto Croce:

"Un tutto è un tutto solamente perché in quanto ha parti, anzi è parti; un organismo è tale perché ha, ed è, organi e funzioni; un'unità è pensabile solamente in quanto ha in sé distinzioni ed è l'unità delle distinzioni.

Unità senza distinzioni è altrettanto repugnante al pensiero, quanto distinzione senza unità."

E questo vale non solo per gli "Advisor, Dottori Commercialisti", ma per tutti gli Attori di riferimento!



numero due
corporate
lifestyle
anno 2015

CULTUS

magazine





Francesco Vitti
Presidente
OA Point Group.

oapoint
GROUP

www.oapointgroup.com

Cari lettori,
l'Esposizione Internazionale di Milano 2015 è alle porte. Benvenuti sul nuovo numero di Cultus Magazine con una raccomandazione: 01/05/ 2015. Save the date!

Mancano meno di 60 giorni al via dell'Expo di Milano 2015 e i preparativi si fanno frenetici. Sono attesi più di 20 milioni di visitatori e 140 saranno i paesi espositori, per un evento che, da maggio ad ottobre, vedrà porre al centro dell'attenzione mondiale i temi dell'alimentazione e della sostenibilità. Intorno all'evento, si muove la macchina dell'hospitality, della cultura e dell'intrattenimento, con proposte esclusive e personalizzate: cultura, relax, hotel esclusivi, ristoranti stellati, moda e serate mondane. Cultus Magazine vi conduce nella città più cool d'Italia ai tempi dell'Expo.

"In tutte le attività che l'uomo compie, non può esimersi dal metterci passione". Con questa frase presentiamo il Dott. Euprepio Padula, fondatore di Padula & Partners a Madrid, head hunter, coach, pittore e scrittore di successo.

Ambasciatore del concetto di Art & Business, punta a fondere il meglio della rigida logica degli affari con la creatività intrinseca in ogni forma d'arte. Possibile? Possibilissimo!

Nel cuore di Roma, all'interno del Parco Archeologico dell'Appia Antica, in un contesto unico, sorge il Circolo Tennis Oasi di Pace che, con i suoi 18 campi da tennis, 2 campi di calcio, 2 nuovissimi campi di paddle e un'enorme piscina, invoglia anche i più pigri a fare dello sport. Dopo gli sforzi agonistici ci si può accomodare ai tavoli del Volèe, per un pranzo frugale o una serata gastronomica con le proposte mai scontate dello chef Claudio Mariotti.

Per restare in tema di sostenibilità ambientale, non perdetevi l'intervista al Dott. Marco Santucci, Direttore Generale Jaguar-Land Rover e capirete perchè prestigio, lusso e sportività fanno rima con sostenibilità.

Il made in Italy è di plastica! Kartell, brand leader del design e simbolo della creatività made in Italy è entrato nella case e negli uffici di tutto il mondo. Claudio Luti, Presidente di Kartell, ci parla di scelte innovative vincenti. Il Dott. Giovanni Luigi Macrì, medico dentista di fama internazionale e fondatore dell'Accademia Mondiale di Estetica e Telegenia del Sorriso, ci spiega come mantenere un sorriso formidabile, un percorso che comincia in tenera età, per accompagnarci durante tutto il corso della nostra vita.

Il credito è il carburante insostituibile con cui alimentare l'impresa, quello che ti permette di spegnere la lucina rossa della "riserva" e di poter ripartire, per fare tanta strada. Il Prof. Giuseppe Macario, affronta l'argomento sulle pagine di Cultus Magazine in maniera molto concreta e...etica.

Arriva la primavera e la voglia di scrollarsi di dosso il grigiore dell'inverno è tanta. Ritorna la voglia di fare attività fisica, si comincia a pensare alla prova costume, siamo più disponibili a viaggiare e a trascorrere più tempo all'aperto. Appuntamento, allora, con la sezione beauty, moda, food e check in. Salite a bordo del mitico Simplon Orient Express, scoprite cosa ha fatto di un avvocato affermato un professionista del fitness, la collezione primavera-estate 2015 di Chicca Lualdi Bequeen, le proposte per lo shopping e il ritorno in grande stile dell'orologio dalle forme neoclassiche.

Francesco Vitti

Sommario

Cover: ph. Courtesy of Euprepio Padula.

10. **Focus.**
Euprepio Padula - "Business e arte".
16. **Focus.**
Expo Milano 2015 - Benvenuti in città.
22. **Made in Italy.**
Kartell - Eleganza funzionale.
26. **Tech & Style.**
Flash Back.
26. **Tech & Style.**
Home Fragrances
Tanto belle quanto profumate.
28. **Tech & Style.**
Emirates - Una app da indossare.
29. **Tech & Style.**
Nautica - 747 Mirage Air.
32. **Moda.**
Tony Gherardelli
Focus sul ces di Las Vegas.
34. **Moda.**
Gli anni '60 e '70
Rivivono in passerella con Chicca Lualdi.
40. **Moda.**
Burberry – Art of the trench.
42. **Sport.**
360 gradi di benessere ed armonia.
44. **Sport.**
Un'oasi di Pace – di nome e di fatto.
46. **Food.**
Benvenuti al Volée.
48. **Food.**
Mondiali di pasticceria
L'Italia è campione del mondo.
50. **Vino.**
Luxury Drink – G'Vine, the perfect G&T.

51. **Vino.**
Verdicchio - Casal di Serra.
52. **Vino.**
Bere con stile – Donnafugata.
54. **Design.**
Ubriacarsi di Design.
56. **Arte / da non perdere.**
Mostre in corso.
58. **Beauty.**
Una vita di sorrisi.
60. **Beauty.**
Total look - Grafismi e geometrie.
62. **Check-in.**
Venice Simplon – Orient Express.
64. **Check-in.**
Fascino mauriziano.
67. **Gallery.**
68. **Internet.**
I.O.T. – L'acronimo del futuro.
70. **Motor Club.**
Jaguar – Prestazioni sostenibili.
72. **Money.**
Il dottore commercialista
Advisor per una nuova cultura d'impresa.
78. **OA Point Group.**
Furto dell'identità digitale
La cautela non basta più.
78. **OA Point Group.**
Exchange on Cloud
La posta elettronica è sempre con te.
82. **OA Point Group.**
Quanto costa migliorare l'attività
di reperimento del proprio sito Web
da parte dei motori di ricerca.

10



Euprepio Padula

22



Kartell

26



Flash Back

32



Tony Gherardelli

42



360 gradi di benessere e armonia

Cultus Magazine

Corporate Lifestyle

46



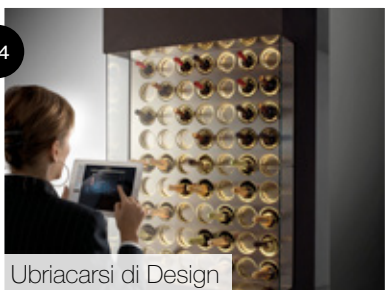
Benvenuti al Volée

50



Luxury Drink - G'Vine

54



Ubriacarsi di Design

56



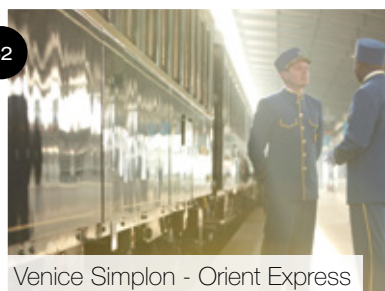
Arte - Mostre in corso

58



Una vita di sorrisi

62



Venice Simplon - Orient Express

68



I.O.T. - L'acronimo del futuro

70



Jaguar - Prestazioni sostenibili

72



Il dottore commercialista

78



Furto dell'identità digitale

Direttore Responsabile
Barbara Colapinto

Direttore Editoriale
Chiara Dal Magro

Contributors

Euprepio Padula, Barbara Colapinto, Chiara Dal Magro, Claudio Luti, Marco Santucci, Giovanni Macrì, Tony Gherardelli, Gianluca Monteleone, Giuseppe Pio Macario, Giulio Di Giorgio, Nicola Della Vecchia, Andrea Della Porta, Edoardo Pace, Viviana Pepe, Susanna Robbi, Andrea Amati, Robin, Massimo Poli, Claudio Mariotti.

Project Management
Eclectica Consulting SL

Periodico trimestrale a distribuzione gratuita

Edito da

OA Point Group Srl

DIREZIONE

Via di Torre Spaccata, 110 – 00143 Roma

Tel./Fax 06 8908781 / 06 89087724

Art direction

Onibur Snc

Via A. Ciasca, 9 – Bari

Tipografia

Baldassarre Erasmo

Via Abruzzo - Molise, 3

70029 Santeramo in Colle (Ba)

Finito di stampare

Marzo 2015

Cultus Magazine Corporate Lifestyle

Anno I – Aprile 2015

è una pubblicazione trimestrale iscritta

al ROC al nr.167/2014 del 30.06.2014