



E-COMMERCE

Gli acquisti via smartphone e tablet rappresentano un terzo della spesa italiana. La domotica è la prossima frontiera.

BANKING

Le startup del Fintech e le nuove tecnologie impongono agli operatori tradizionali di cambiare modelli e strategie.

FOCUS SICUREZZA

31

Difese più vulnerabili, attacchi sofisticati: la protezione di dati e sistemi richiede ricerca e competenze.



IL DIGITALE NOBILITA IL PROFESSIONISTA

La mobilità e la collaborazione rese possibili dalle nuove tecnologie stanno cambiando la figura del commercialista.

Sempre meno burocrate, sempre più consulente a valore aggiunto.

icola Sciarra è l'emblema del "commercialista 2.0". Da sempre convinto della validità del lavoro in rete e in condivisione, ha fatto del digitale lo strumento principe per sviluppare il business del proprio studio, ma anche la sua professionalità. "Esiste un dato", dice Sciarra, "che determina in modo inequivocabile il passaggio dall'era analogica a quella digitale del commercialista: il peso della sua borsa. Siamo passati dai 15 chili e oltre di dieci anni fa ai tre chili, magari scarsi, di oggi. E il bello è che adesso ci portiamo dietro

molta più documentazione di prima". Dieci anni fa il mondo dei professionisti era soprattutto fatto di adempimenti e carta. Ma Sciarra, cinquantenne romano, commercialista con 25 anni di professione alle spalle, aveva già allora intuito il valore della condivisione e della collaborazione e aveva intravisto l'importanza della mobilità. L'evoluzione degli strumenti informatici, negli anni, ha via via rafforzato la sua idea.

"Dall'inizio della professione ho sempre cercato soluzioni che potessero unire e favorire la collaborazione", racconta il commercialista. "La maggior parte dei colleghi vedeva la crescita come semplice unione dei singoli. Studi piccoli e medi si associavano per formare realtà più grandi. Ma sorgevano problematiche di ogni genere, soprattutto logistiche. Gli spostamenti creavano malumori o scontentavano qualcuno. La virtualizzazione dello studio professionale è sempre stata, nella mia convinzione, la soluzione vincente."

La virtualizzazione porta con sé la mobilità. Sciarra ha sempre tenuto aperto il dialogo con i fornitori di soluzioni software che potessero risolvere i suoi problemi. Wolters Kluwer Tax & Accounting Italia ha fatto proprie le esigenze di Sciarra, nella convinzione che fossero emblematiche delle necessità di tutta la categoria e che il dialogo con il professionista fosse la chiave di volta per la corretta interpretazione dei bisogni dei commercialisti.

L'evoluzione digitale basata sull'ascolto del professionista ha contribuito alla nascita di Genya, un software risolutivo per quanto attiene la collaborazione, la semplicità e intuitività d'uso, nonché per la mobilità.

La ricerca del valore aggiunto

"Oggi il commercialista non può più limitarsi agli adempimenti, alla contabilità", prosegue Sciarra. "Diciamo che queste attività sono diventate del-

IL SEGRETO È NEL **NETWORK**

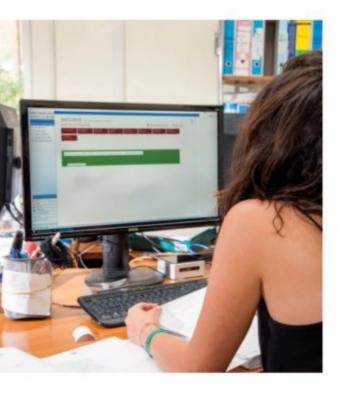


Lo **Studio Sciarra** nasce a Roma nel settembre del 1993. Le attività spaziano dalla consulenza aziendale in ambito amministrativo, fiscale, tributario e societario al supporto alle imprese clienti nell'analisi dei processi, dall'assistenza strategica all'imprenditore e al management al supporto e consulenza alla gestione, anche attraverso indagini e strumenti di benchmark. Lo studio fornisce la sua consulenza ad aziende ed enti principalmente nel mercato dei servizi tecnici, dell'It, del mondo cooperativistico e del terzo settore, con una particolare attenzione all'ambito dello spettacolo.

Lo Studio Sciarra ha sempre creduto nelle capacità operative e collaborative del network digitale di professionisti. Dal primo server interno, che metteva in condivisione le risorse per tutti i collaboratori, fino all'attuale rete di quaranta figure professionali che operano utilizzando gli strumenti messi a disposizione dal mercato digitale.



le commoditiy: indispensabili, ma a scarso valore aggiunto. Noi dobbiamo essere i consulenti degli imprenditori. Dobbiamo assolvere alla funzione del direttore amministrazione, finanza e controllo in outsourcing delle aziende. Il panorama industriale italiano è popolato per la stragrande maggioranza da piccole e medie imprese con al proprio vertice un imprenditore che agisce, e sono prive di una struttura consulenziale interna alla quale appoggiarsi. Il professionista moderno deve assumere esattamente questo ruolo. Genya di Wolters Kluwer Tax & Ac-



counting Italia è lo strumento digitale che mi consente in mobilità la gestione dello studio, il controllo delle attività e del loro avanzamento, il monitoraggio in tempo reale delle performance dei clienti, e che mi regala lo spazio per fare davvero il consulente".

Un mestiere in evoluzione

Grazie al massiccio e intelligente utilizzo degli strumenti digitali e di condivisione, Nicola Sciarra ha potuto assumere ruoli che hanno dato prestigio alla sua professionalità e, in parallelo, hanno aiutato la crescita personale e lavorativa. Nel ruolo di vice presidente della commissione informatica dell'Ordine dei Dottori Commercialisti e degli Esperti Contabili di Roma ha fatto della formazione una missione. A suo dire: "Gli strumenti digitali sono la penna e il calamaio della professione, ma l'opera di divulgazione del digitale nella categoria è tutt'altro che terminata e io mi impegno in prima persona nella convinzione che l'evoluzione digitale della figura del commercialista sia un bene per lo sviluppo industriale di questo Paese".

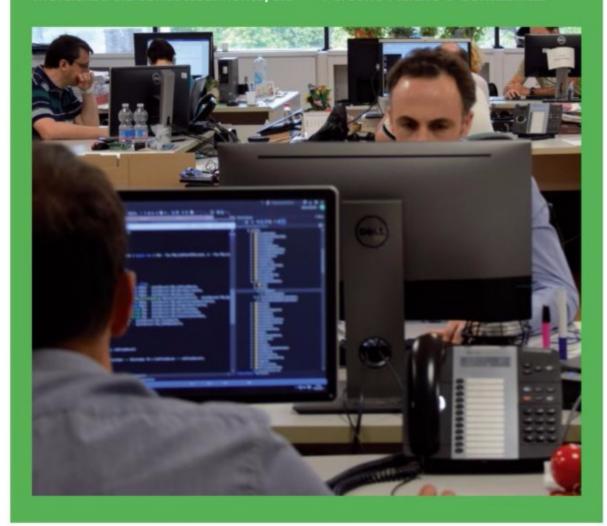
Sciarra è anche coadiutore dell'amministrazione giudiziaria per la gestione di imprese in sequestro di prevenzione. Tiene molto a questa attività perché anche qui fa opera di divulgazione del

LA SOLUZIONE

Wolters Kluwer Tax & Accounting Italia ha studiato a lungo l'evoluzione digitale che sta trasformando il lavoro del commercialista e i processi tipici della sua attività, scoprendo che, oltre a garantire efficienza in ambito fiscale e contabile, il professionista del futuro dovrà essere un vero consulente strategico per i suoi clienti, per la loro crescita ed espansione. A supporto di questo cambiamento è stata creata la soluzione digitale Genya: un software che punta a trasformare il mondo dei commercialisti sia concettualmente, sia

a livello di interfaccia.

Si tratta di una piattaforma cloud semplice e innovativa, che consente la collaborazione con la clientela, la gestione dello studio in mobilità, il controllo delle attività e del loro avanzamento, il monitoraggio "live" delle performance dei clienti. Facendosi carico di tutto questo, il software permette ai professionisti di ricavare per se stessi maggiore spazio da dedicare ad attività a valore aggiunto. La suite Genya è composta dai moduli Bilancio, Dichiarativi Società e Persone Fisiche e Contabilità.



sapere digitale. "Le aziende sequestrate", conclude, "sono spesso organismi viventi con un ruolo nella società che non può essere lasciato morire solo perché la proprietà è opaca. Ci occupiamo dunque di gestire le realtà in sequestro preventivo per garantirne la continuità d'impresa e nell'ottica della salvaguardia dei posti di lavoro. Fungiamo da consulenti della Pubblica Amministrazione organizzando e gestendo i flussi aziendali soprattutto con una visione funzionale tecnologica e digitale". Senza la tecnologia, la mobilità e la collaborazione, tutto questo non sarebbe possibile.

Commercialisti e clienti sono dentro ai dati grazie al **cloud**

Le soluzioni adottate dai professionisti più tecnologicamente evoluti consentono non solo di facilitare la gestione di software e hardware, ma anche di avere a portata di mano tutte le informazioni utili al business.



In che cosa si concretizza questa diversa natura del rapporto?

Sciarra: Prima i pacchetti erano standardizzati, schematici. Era il professionista a dovesi adattare al prodotto. Oggi la software house è disponibile a plasmare i programmi sulle realtà operative degli studi. Dall'analisi che ho condotto insieme ad altri colleghi della nostra rete di professionisti, emerge che è Genya ad adattarsi alle nostre esigenze, senza obbligarci a muoverci secondo i percorsi logici studiati dal produttore.

Angeleri: Abbiamo progettato il softwa-



re seguendo un concetto architetturale nuovo, che superava la vecchia idea di realizzare le funzioni tipiche necessarie al commercialista, ma che si proponeva di costruire lo strumento letteralmente intorno a lui e al suo mondo.

Dal punto di vista del prodotto, questo che cosa significa?

Sciarra: L'idea è quella di tornare a lavorare mettendo al centro il cliente e non più il software. È un po' come ritornare al passato, quando il professionista metteva la cartellina del cliente sulla scrivania, la apriva e iniziava a sbrigare le pratiche.

Angeleri: È proprio così, anche se in forma digitale. Basti pensare che oggi la schermata principale del programma è quella del Crm, quella che dà al professionista prima di tutto la "fotografia" della situazione del cliente. Questo favorisce la velocità di esecuzione: una volta aperta la cartellina sono disponibili tutte le attività che si possono eseguire sui suoi dati e documenti. La user experience che abbiamo riprogettato è guidata da un'applicazione senza menu. I percorsi sono sempre diversi, mentre le vecchie applicazioni avevano un albero, un percorso

più o meno obbligato. Con Genya invece si può attraversare il grafo con libertà.

Come avete realizzato la cooperazione?

Sciarra: Quando Angeleri mi ha proposto di collaborare, ho voluto vedere il prodotto e mi ha colpito la concretezza nella gestione del cliente: noi abbiamo bisogno di avere le informazioni in maniera veloce, senza perderci nei menu. E poi la rivoluzione del cloud ci ha consentito di spostarci letteralmente dentro l'universo dei dati dei clienti, la materia prima del nostro lavoro.

Angeleri: Il percorso che ci ha portati a sviluppare il software non è stato lineare: il fulcro è stato la creazione di un "customer advisory board", formato da una ventina di clienti disposti a collaborare, e gli input che ci hanno fornito sono stati fondamentali. Abbiamo riscritto da zero il software, impiegando cinque anni. Se avessimo seguito le strade tradizionali per ottenere i classici feedback, ci avremmo messo molto di più. Genya è stato sviluppato interamente in Italia dalla nostra "fabbrica", che conta circa 220 softwaristi ma anche designer, grafici e professionisti esperti di fisco e contabilità. E.M.