

Come è cambiata la figura del commercialista negli ultimi 15 anni

di [Assunta Incarnato](#)

Publicato il 13 Febbraio 2024

L'autrice, cresciuta in una famiglia imprenditoriale, ha sempre aspirato a diventare commercialista, ispirata dalla figura del consulente di fiducia che supportava la sua famiglia. Tuttavia, nel tempo ha dovuto constatare un cambiamento nella percezione del commercialista: da guida strategica a esecutore di adempimenti burocratici. Studi del Consiglio Nazionale dei Dottori Commercialisti evidenziano come la maggior parte dei ricavi degli iscritti derivi da servizi contabili e fiscali di base. Per ristabilire il valore della professione si ritiene oggi fondamentale orientarsi verso consulenze specializzate, che incontrino i reali bisogni degli imprenditori, cambiando prospettiva sul ruolo del commercialista.

Da quando ho memoria, ho sempre voluto fare il commercialista. Sono figlia di imprenditori, la maggior parte dei componenti della mia famiglia gestisce una propria impresa, e ricordo molto bene il senso di rispetto, fiducia e ammirazione che i miei genitori avevano nei confronti del consulente che li seguiva. Per ogni dubbio, ci si rivolgeva al "ragioniere". Per ogni problema, il ragioniere era colui che con una parola era in grado di rasserenare gli animi, riportando la serenità in famiglia, e quindi in azienda. E' quindi naturale che crescendo io abbia voluto aspirare a quel ruolo rispettato, essere una guida di riferimento per molti imprenditori, scelta per la propria professionalità, preparazione, competenza. Qualcosa però ad un certo punto è cambiato.



Come vedono il commercialista gli imprenditori?

Parlo con gli imprenditori tutti i giorni, e oggi non hanno la medesima opinione del proprio commercialista che avevano una volta i miei genitori. Tutt'altro. Il commercialista, da punto di riferimento per tutta la gestione dell'impresa, è spesso solo colui che si occupa degli adempimenti burocratici e fiscali. E non

credo sia una mera percezione da parte degli imprenditori, ma un dato di fatto. Secondo lo Studio [“L’evoluzione della professione di Commercialista”](#) **pubblicato dal Consiglio Nazionale dei Dottori Commercialisti**, il fatturato derivante dai servizi contabili e fiscali di base costituisce più del 60% del fatturato per la gran parte degli studi professionali.

TABELLA 12. POSIZIONAMENTO DELLO STUDIO. QUOTA DI FATTURATO DEI SERVIZI CONTABILI E FISCALI DI BASE.

Quote di fatturato	Italia
0%	4,2%
da 1 a 20%	8,2%
Bassa (Studi iper-specializzati)	12,4%
da 21 a 40%	10,9%
da 41 a 60%	17,8%
da 61 a 80%	28,1%
Media (Studi specializzati)	56,7%
da 80 a 99%	21,7%
100%	9,3%
Alta (Studi a-specializzati)	30,9%

Quindi, nonostante da anni ormai si parli di specializzazione, e numerosi siano le occasioni di formazione offerte da numerosi enti anche a costi contenuti, queste generano solo in maniera limitata del fatturato. Sono più chiara. Una cosa è frequentare uno dei tanti corsi e percorsi di Controllo di gestione, Finanza aziendale, Gestione della crisi, e appendere l’ennesimo certificato alla parete dell’ufficio. Ben altra è riuscire, dopo un percorso impegnativo di formazione e quindi di esperienza, proporre servizi di consulenza specifici ad alto valore aggiunto ai propri clienti.

Il commercialista offre solo servizi contabili e fiscali?

La maggior parte degli studi professionali fattura quindi per la gran parte servizi contabili e fiscali di base. Ne varrà la pena? Capiamolo assieme. Secondo il [“Rapporto 2023 sull’Albo dei Dottori Commercialisti ed esperti contabili”](#) **pubblicato dalla Fondazione Nazionale dei Commercialisti**, il reddito conseguito mediamente dagli iscritti all’Albo è sì aumentato del 13,7% in termini nominali negli ultimi quindici anni, ma in realtà è diminuito di ben il 10% al netto dell’inflazione, senza considerare il fatto che si tratta di importi al lordo di imposte e contributi.

Tabella 3 - Media Irpef nominale e reale. Anni 2008-2022

Anni	Media Irpef	Tasso di crescita	Media Irpef**	Tasso di crescita
2008	59.847	--	66.202	
2009	61.138	2,2%	67.111	1,4%
2010	58.126	-4,9%	62.771	-6,5%
2011	58.537	0,7%	61.424	-2,1%
2012	59.854	2,2%	60.827	-1,0%
2013	59.187	-1,1%	59.365	-2,4%
2014	58.437	-1,3%	58.495	-1,5%
2015	57.340	-1,9%	57.340	-2,0%
2016	58.602	2,2%	58.661	2,3%
2017	59.258	1,1%	58.498	-0,3%
2018	59.429	0,3%	57.980	-0,9%
2019	60.962	2,6%	59.072	1,9%
2020	61.237	0,5%	59.453	0,6%
2021	62.282	1,1%	59.316	-0,8%
2022	68.073	9,3%	59.609	0,5%
Var 22/08	+8.226	13,7%	-6.594	-10,0%

**L'anno indicato si riferisce alla dichiarazione dei redditi alle rispettive Casse

**Valori deflazionati sulla base dell'indice IPCA (Anno base 2015=100).

Quindi possiamo concludere che sì, la figura del commercialista è profondamente cambiata negli ultimi anni, e che evidentemente non sono sufficienti corsi e percorsi di specializzazione per ripristinare la reputazione, la fiducia (e la soddisfazione economica) di una volta.

Quali soluzioni per il futuro della professione di commercialista?

Mi occupo di Modelli di Business e di Strategia aziendale da diversi anni ormai, e so per certo che un'attività sana e profittevole che cresca nel tempo, sia in termini di soddisfazioni personali che economici, basa le proprie fondamenta sui bisogni dei propri clienti. Ascoltare i bisogni dei propri clienti, e soddisfarli al meglio delle proprie possibilità: questo dovrebbe fare un imprenditore, e quindi anche un libero professionista. Un esempio su tutti. Un imprenditore oggi non ha bisogno di chi predisponga per lui la contabilità e la dichiarazione dei redditi, ma un professionista di fiducia che gli insegni a leggere il bilancio per capire come far crescere la propria attività. Le competenze necessarie sono le medesime, ma il fine è profondamente diverso. Nel primo caso un commercialista viene percepito come un costo accessorio imposto per legge, dato che per lui gli adempimenti burocratici non hanno alcun valore: ecco perché per molti commercialisti è difficile alzare i prezzi allineandoli al settore, e soprattutto incassare le parcelle. Nel secondo caso, invece, nonostante le competenze richieste siano le medesime, si offre un

servizio richiesto da molti imprenditori, utile alla gestione della loro impresa, e quindi apprezzato e pagato bene. Se vogliamo cambiare le cose, dobbiamo cambiare prospettiva. Spero che questo articolo ti sia stato utile, grazie per averlo letto fin qui. Per il momento è tutto. In un prossimo articolo approfondiremo meglio l'argomento.

Assunta Incarnato Martedì 13 febbraio 2024

Se vorrai approfondire bene (benissimo!) la tematica dei modelli di business e strategia aziendale, abbiamo organizzato un webinar, molto approfondito ed intensivo, che potrai seguire in diretta e nel corso del quale potrai chiedere informazioni ed approfondimenti direttamente ad Assunta Incarnato....???

Strategie efficaci per far crescere la tua impresa

Business Strategy Workshop in diretta online

Venerdì 8/3/2024, ore 15:00 – 18:00

Relatore: Assunta Incarnato

Programma

Alla base di un'impresa sana c'è un **modello di business profittevole**, in grado di **creare valore aggiunto** e ricchezza sia per i clienti, sia per i collaboratori e i fornitori, ma anche ovviamente per chi l'impresa la gestisce. Questo vale anche per chi si mette al servizio degli altri utilizzando le proprie competenze e la propria professionalità, come appunto i **liberi professionisti**, i **consulenti aziendali** e quindi anche i **commercialisti**. In questo Workshop andremo ad indagare insieme ad **Assunta Incarnato**, consulente in Strategia aziendale, i **7 pilastri di un'impresa di successo**:

1. **Analisi dei bisogni del cliente**
2. **Analisi della concorrenza e vantaggio competitivo**
3. **Sistema di offerta**
4. **Organizzazione interna**
5. **Analisi del Macroambiente**
6. **Numeri**
7. **Strategia**

Perché incontrarci online?

1. Perché alla base di un'impresa che cresce c'è il suo Modello di Business, Numeri, Strategia (e vale anche per i liberi professionisti).
2. Perché le imprese hanno un enorme bisogno di consulenza (strategica).
3. Perché un libero professionista ha usualmente grandi punti di forza (laurea in Economia, lista clienti su servizi base, rapporto di fiducia preesistente NON sfruttati).

4. Perché non si può aspettare

L'ISCRIZIONE INCLUDE:

