

Vendere lo Studio non è come vendere il bar della stazione

di [BLAST](#)

Pubblicato il 21 Marzo 2025

Quando si cede un'attività il settore fa la differenza. Vendere un bar è semplice: contano numeri e posizione. Uno studio professionale, invece, ruota attorno a fiducia e relazioni, richiedendo una transizione delicata. Come scegliere il giusto acquirente senza perdere clienti e staff?

Articolo tratto da [Blast – Quotidiano di Diritto Economia Fisco e Tecnologia](#), direttore [Dario Deotto](#)

Quando si parla di cessione di un'attività, spesso si tende a pensare che il processo sia simile indipendentemente dal settore. Tuttavia, **esistono differenze sostanziali tra la vendita di un'attività commerciale tradizionale**, come ad esempio un bar, **e quella di uno studio professionale**. In particolare, **la cessione di un'azienda segue logiche prevalentemente economiche e oggettive**, mentre **la cessione di uno studio professionale richiede una valutazione e una gestione più approfondita di fattori immateriali** legati ai rapporti umani, ai valori e alla fiducia consolidata nel tempo tra professionista e clienti e collaboratori. Un bar situato in una stazione ferroviaria o in un altro punto strategico è un'attività commerciale che beneficia di una clientela spontanea e di passaggio. In questi contesti, la clientela non sceglie il locale per la qualità del servizio, per il rapporto con il personale o per la fiducia costruita nel tempo, ma piuttosto per necessità, comodità o mancanza di alternative. Dunque, anche se il caffè è caro e di scarsa qualità, e anche se il personale è poco cortese, il bar della stazione continuerà a ricevere clienti perché il suo valore principale risiede nella posizione strategica e nella costante domanda. **La cessione di questa attività, quindi, si basa principalmente su elementi tangibili e misurabili, come il flusso di clienti, il fatturato, il costo dell'affitto e il valore dell'avviamento commerciale**. In questo contesto, chi acquista il bar della stazione non deve necessariamente possedere specifiche competenze tecniche o relazionali ovvero lavorare con una filosofia aziendale ben definita. Il successo della vendita dipende più da fattori logistici e strutturali che dalla qualità degli



alimenti e delle bevande somministrate o del servizio offerto. **Al contrario**, uno studio professionale non può essere venduto e trasferito con la stessa semplicità. **I clienti di uno studio professionale** – che si tratti di un commercialista, di un avvocato o di un consulente – **scelgono il professionista non solo per le sue competenze tecniche, ma anche** (e gli esperti ci dicono soprattutto) **per il rapporto empatico e di fiducia costruito nel tempo**. La relazione tra professionista e cliente è basata su anni di collaborazione, comprensione delle esigenze personali e professionalità. Questo significa che **la transizione da un professionista all'altro deve essere gestita con particolare attenzione** per evitare il rischio che i clienti non si riconoscano nel nuovo titolare e **decidano di cambiare studio**. Un altro fattore determinante è la gestione del personale. **Anche se purtroppo mediamente sono ancora molto bistrattati, in uno studio professionale i collaboratori rappresentano l'asset fondamentale**, e il loro benessere influisce direttamente sulla continuità e sulla qualità del servizio offerto. Se il nuovo acquirente ha un approccio manageriale troppo diverso rispetto a quello del venditore, potrebbe generare incertezza e insoddisfazione tra i collaboratori e i dipendenti, portando a dimissioni e calo della motivazione, con impatto negativo su qualità e produttività. In altri termini, **per garantire il successo in una cessione di studio professionale**, non si può vendere a chicchessia. **È fondamentale che ci sia un allineamento tra venditore e acquirente in termini di valori, modalità di gestione del cliente, dello staff e approccio al lavoro**. Un cliente che si è affidato per anni a un determinato professionista non accetterebbe facilmente un cambiamento radicale nello stile di gestione del rapporto con lo studio. Se il nuovo titolare ha un approccio relazionale troppo distante da quello del predecessore, i clienti potrebbero sentirsi trascurati o non più rappresentati dallo studio e cercare altrove un servizio più in linea con le loro aspettative. La stessa problematica si pone per i collaboratori dello studio, che hanno sviluppato un metodo di lavoro consolidato e delle aspettative sul loro grado di autonomia. Un cambiamento drastico nelle dinamiche interne può portare a una perdita di coesione e di motivazione, con conseguenze negative sulla tenuta complessiva dello studio. In sintesi, mentre la vendita del bar della stazione è un'operazione basata su parametri oggettivi e facilmente quantificabili, **la cessione di uno studio professionale richiede una valutazione più complessa**, che tenga conto degli aspetti relazionali, valoriali e gestionali. La scelta dell'acquirente non può basarsi esclusivamente sull'offerta economica, ma deve tenere conto della concreta possibilità di dare continuità ai rapporti con clienti e collaboratori. **Un'altra pre-condizione per il successo di un trasferimento di uno studio professionale è rappresentata dal concreto impegno del cedente ad accompagnare il passaggio della clientela e del cessionario a partecipare attivamente a questo processo**, che deve essere accuratamente pianificato ed eseguito. Approfondiremo questo aspetto in un successivo contributo. Per ora possiamo concludere che per garantire il successo della compravendita di uno studio, il venditore dovrebbe selezionare con cura il proprio successore, cercando una figura che condivida gli stessi principi e lo stesso approccio nella gestione delle relazioni professionali. Solo così sarà possibile assicurare una transizione armoniosa, evitando perdite di clienti e di personale e garantendo la stabilità dello studio nel

tempo. Ecco perché suggerisco sempre di svolgere – anche nelle compravendite – le stesse verifiche di “affinità di coppia” che devono essere svolte preliminarmente nelle fusioni di studi, e che sono fondamentali per assicurare il successo di queste operazioni, anche se, il più delle volte, i professionisti tendono a sottovalutarne l'importanza.

NdR: potrebbe interessarti anche...[Regime fiscale delle plusvalenze da cessione delle partecipazioni in associazioni professionali e società semplici](#)

Michele D'Agnolo per BLAST Martedì 17 Marzo 2025