Startup: il ruolo del commercialista

di Armando Fossi

Pubblicato il 13 Giugno 2025

Nel nuovo panorama di startup, scaleup e PMI innovative, il commercialista abbandona il ruolo tradizionale per diventare guida strategica, affiancando le imprese nella crescita, nei modelli di business, nella finanza e nelle scelte operative. Un'evoluzione chiave per creare vero valore.

Il commercialista partner strategico per la crescita sostenibile delle startup

Questo contributo offre al commercialista un *framework* operativo per affiancare le *startup* e le imprese ad alto potenziale, utilizzando strumenti di analisi finanziaria, pianificazione, *governance*, *fundraising* e simulazione. L'obiettivo è fornire al professionista un set di competenze e pratiche utili per:

- anticipare i fabbisogni della *startup*;
- presidiare i numeri chiave (*burn rate*, *runway*, marginalità);
- affiancare il *founder* nella costruzione del modello di *business*;
- facilitare l'accesso a capitali, ecosistemi e partnership.

Con esempi, casi pratici e check-list operative, il commercialista potrà posizionarsi come attore chiave nell'ecosistema dell'innovazione.

1. Dalla contabilità alla consulenza strategica: il nuovo orizzonte del professionista

La trasformazione economica in atto, accelerata dalla digitalizzazione e dal proliferare di *startup*, impone anche alla professione contabile un cambio di prospettiva. Il commercialista è spesso il primo interlocutore stabile di un founder: chi meglio di lui può cogliere segnali di crescita o fragilità? **Da "** *fotografo del passato*" **a "***co-pilota del futuro*"**,** il nuovo ruolo implica:

- lettura anticipata dei dati economico-finanziari;

Riproduzione riservata © www.commercialistatelematico.com
Documento riservato alla consultazione da parte di: N/D

- supporto operativo alla definizione del modello di business;
- assistenza nella strutturazione di strumenti di capitalizzazione e alleanze strategiche.

Serve però un salto culturale e operativo: non si tratta di aggiungere un nuovo servizio, ma di evolvere il posizionamento dello studio, integrando elementi di consulenza avanzata, anche in forma modulare.

2. Startup: dinamiche, rischi e opportunità per il consulente

Il termine *"startup"* è ormai onnipresente, ma dietro questa etichetta si celano realtà molto diverse tra loro: da team con una semplice idea a imprese con milioni di euro di fatturato in pochi anni. Dal punto di vista del commercialista, ciò che rende le startup interessanti (e complesse) è il loro ritmo operativo:

- crescita veloce
- struttura liquida
- equilibrio finanziario instabile
- metriche non convenzionali.

Le tre criticità sistemiche da presidiare

1. **Accesso a capitale non bancario**

In Italia, il finanziamento bancario resta dominante. Ma le startup hanno esigenze diverse: SAFE, convertibili, *revenue-based financing*. Il commercialista può guidare nella comprensione, selezione e strutturazione di questi strumenti, altrimenti inaccessibili o mal compresi.

2. **Business model incompleto o non validato**

Molte startup partono da un prodotto o da una tecnologia, ma trascurano il "come si guadagna". Qui il professionista può affiancare il founder nella costruzione del modello di ricavi, nella stima dei costi ricorrenti e nella valutazione del break-even.

3. **Mancanza di scalabilità operativa**

Anche con un buon prodotto, una startup può fallire se non riesce a crescere in modo sostenibile. Il consulente può supportare nel disegno dei processi, nella lettura dei KPI e nella scelta delle priorità di investimento.

Il commercialista come *sistema di controllo esterno*

Il commercialista, spesso primo e unico osservatore esterno del conto economico della startup, è nella posizione ideale per:

Riproduzione riservata © www.commercialistatelematico.com
Documento riservato alla consultazione da parte di: N/D

- monitorare il cash flow e la marginalità per canale;
- costruire una previsione di *runway* credibile;
- orientare l'impresa tra i vari scenari di crescita.

Caso operativo

Una startup di delivery stava valutando l'espansione in tre nuove città. Il consulente ha realizzato una simulazione semplificata dei costi di acquisizione cliente e del break-even operativo, evidenziando che la cassa era sufficiente solo per una città. Decisione corretta:

- apertura selettiva
- test di validazione
- *fundraising* successivo con numeri più solidi.

Box operativo – Domande guida da integrare nel colloquio con il cliente startup

1. Hai una stima dei costi che aumentano con la crescita (variabili) e di quelli che restano stabili (fissi)?
2. Qual è la marginalità per canale di vendita o per tipo cliente?
3. Che impatto avrebbe un raddoppio delle vendite sulla tua cassa?
4. Puoi visualizzare i flussi economico-finanziari su base mensile?
5. Hai strumenti per monitorare l'andamento rispetto al piano?

IMPORTANTE: il ruolo del commercialista non si limita alla compliance: diventa garante della sostenibilità finanziaria nelle fasi più delicate della crescita. In questo, può fare la differenza tra una startup che brucia capitale e una che costruisce valore.

3. Strumenti finanziari alternativi: il ruolo del commercialista come ingegnere della crescita

Molte startup si presentano al commercialista con una richiesta generica: *"Ci servono fondi per crescere"* . La risposta non può essere una sola: esistono diversi strumenti finanziari, ciascuno adatto a una fase diversa e con impatti distinti su governance, cash flow e struttura patrimoniale. Il commercialista ha il compito di orientare l'impresa tra le opzioni disponibili e valutarne la coerenza con il modello di business.

Riproduzione riservata © www.commercialistatelematico.com
Documento riservato alla consultazione da parte di: N/D

Oltre l'*equity*: soluzioni ibride e flessibili

Strumento	Caratteristiche	Quando è utile
SAFE	Contratto semplice per equity futura, senza scadenze o interessi	Fase pre-seed, investitori informali, velocità di raccolta
Convertible loan	Prestito con opzione di conversione in equity, con scadenza e tasso d'interesse	Fase seed, incertezza sulla valutazione dell'impresa ai fini della conversione
Strumenti Finanziari Partecipativi (SFP)	Partecipano agli utili ma non alla governance	Investitori passivi, coerenza con struttura di S.r.l.
Revenue-Based Financing (RBF)	Rimborso come % sul fatturato, fino a un tetto predefinito (es. 1,5x-2x)	Startup con MRR, SaaS, e-commerce, modelli a ricavi ricorrenti

Il commercialista come modellatore di equilibrio

Il valore aggiunto del professionista non è solo tecnico, ma strategico:

- **Simula** l'impatto di un SAFE sull'aumento di capitale sociale a 18-24 mesi.
- **Valuta** la sostenibilità di un RBF in funzione del ciclo di incasso.
- **Confronta** il trade-off tra diluizione (per i soci preesistenti) del capitale sociale e onerosità finanziaria.
- **Suggerisce** strumenti differenziati per ogni fase: SAFE in *pre-seed*, convertibili in *seed*, equity in round A.

Nota chiave: un SAFE non è "soldi facili". Implica una diluizione futura della quota di partecipazione al capitale sociale dei soci preesistenti da gestire con attenzione.

Caso operativo – Diluzione imprevista da SAFE mal strutturato

Una startup EdTech raccoglie 100.000 € tramite SAFE con cap a 1M. L'anno dopo chiude un round a 1,2M: l'investitore SAFE converte con uno sconto del 20%, ottenendo il 10% della società. Il founder non

Riproduzione riservata © www.commercialistatelematico.com
Documento riservato alla consultazione da parte di: N/D

aveva simulato l'effetto sul *cap table*. Risultato: diluizione superiore alle attese e round successivo rallentato. **Soluzione mancata:** un semplice foglio Excel condiviso dal commercialista avrebbe evitato la sorpresa.

Box operativo – Le 5 domande chiave da porre al cliente

1. Di quanti mesi di *runway* hai bisogno per validare il modello?
2. Qual è la tua base di ricavi ricorrenti?
3. Quanto sei disposto a diluirti oggi rispetto al futuro?
4. Hai già un piano dettagliato per l'uso dei fondi?
5. L'investitore porta solo capitale o anche know-how, canali, relazioni?

IMPORTANTE: la finanza per le startup non è un copia-incolla di strumenti bancari. È un esercizio di architettura dinamica, che richiede strumenti flessibili e consulenza evoluta. Il commercialista che sa maneggiare SAFE, convertibili, SFP e RBF con visione prospettica diventa un alleato insostituibile nella scalata dell'impresa.

4. Cruscotto finanziario: da foglio di calcolo a strumento di direzione

Una startup non può essere gestita come un'azienda tradizionale: nei primi 12-24 mesi il margine d'errore è minimo, il tempo è una variabile strategica e la liquidità è sempre sotto pressione. In questo contesto, il commercialista può trasformare un semplice foglio Excel in una dashboard direzionale, capace di prevenire errori e orientare le decisioni.

I KPI fondamentali da monitorare mensilmente

Indicatore	Descrizione	Utilità operativa
MRR / ARR	Ricavi ricorrenti mensili / annuali	Stima della stabilità dei ricavi (SaaS, *subscription*, B2B)
Burn Rate	Cassa netta consumata ogni mese	Misura la velocità con cui si consuma capitale

Riproduzione riservata © www.commercialistatelematico.com
Documento riservato alla consultazione da parte di: N/D

Runway	Mesi residui prima dell'esaurimento della cassa	Aiuta a pianificare round, tagli o strategie difensive
CAC / LTV	Costo di acquisizione cliente vs valore complessivo generato	Valuta la sostenibilità del modello di crescita
Churn Rate	Tasso di abbandono dei clienti	Indispensabile per modelli basati su abbonamenti
Gross Margin	Margine lordo su vendite	Indica la capacità dell'impresa di sostenere il proprio costo operativo

Osservazione: questi KPI non sono scritti nei bilanci, ma sono la bussola operativa di ogni impresa scalabile.

Gli strumenti per costruire il cruscotto

- **Excel o Google Sheets**: ideali per startup in *early stage*, permettono alta personalizzazione.
- **Software specialistici**: *Cubo*, *BILANCIOxCRESCITA*, *QuickBooks*, offrono KPI integrati e proiezioni cash flow.
- **Dashboard no-code**: *Notion*, *Airtable*, *Coda* per *team* digitali con bisogni visuali e di collaborazione.

Il commercialista può:

- progettare cruscotti su misura;
- automatizzare l'input dati (es. da gestionali o banca);
- attivare *alert* e viste mensili per *founder* e investitori.

Caso operativo – Cruscotto salva-cassa

Una startup logistica con 5 nuovi contratti credeva di essere in forte crescita. Tuttavia, la *dashboard* mensile evidenziava:

- aumento del *burn rate* del 40% dovuto a *onboarding* e personale;
- *runway* sotto i 4 mesi;
- CAC in rialzo del 60%.

Riproduzione riservata © www.commercialistatelematico.com
Documento riservato alla consultazione da parte di: N/D

Intervento: congelamento assunzioni, rinegoziazione contratti e apertura *fundraising*. **Risultato:** sostenibilità recuperata con 90 giorni di anticipo sull'emergenza.

Box operativo – Mini checklist per costruire un cruscotto utile

1. Hai un file aggiornabile mensilmente con flussi cassa e margini?
2. Costi fissi e variabili sono separati e tracciabili?
3. Riesci a stimare i mesi di autonomia finanziaria?
4. Puoi collegare vendite, CAC e ricavi in un unico schema?
5. Hai impostato *alert* automatici in caso di squilibri?

IMPORTANTE: Il cruscotto non è uno "strumento da controller", ma una piattaforma decisionale viva. Il commercialista che lo presidia diventa guida delle scelte aziendali, molto prima che si manifestino i problemi. **Chi governa i numeri in tempo reale, governa la rotta**

5. Partnership strategiche: il commercialista come architetto di alleanze

Nessuna startup scala da sola. Tecnologia, canali commerciali, capitale, validazione: tutto passa attraverso alleanze. Ma ogni partnership è anche un contratto, un equilibrio economico, un impatto fiscale. Ecco perché il commercialista può (e deve) assumere un ruolo proattivo: non solo revisore ex post, ma progettista del modello relazionale.

Tipologie di partnership e implicazioni operative

Tipo di partnership	Obiettivo	Esempio operativo
Commerciale	Espandere canali di vendita	Affiliazioni, rivendite, marketplace, distributori B2B
Tecnologica	Accedere a funzionalità o integrazioni	API condivise, moduli white-label, piattaforme interoperabili

Riproduzione riservata © www.commercialistatelematico.com
Documento riservato alla consultazione da parte di: N/D

Finanziaria	Gestire capitale o cash flow	Revenue sharing, factoring operativo, co-investimenti
Industriale	Validare il modello in ambito produttivo	Test con clienti pilota, co-sviluppo di prodotto
Istituzionale	Rafforzare reputazione e visibilità	Collaborazioni con università, acceleratori, cluster

Nota: la partnership efficace è win-win, tracciabile, scalabile. Ma spesso è sottovalutata o mal strutturata.

Il ruolo del commercialista in ogni fase della *partnership*

1. **Prima dell'accordo**
   - Valuta la sostenibilità economico-finanziaria.
   - Analizza implicazioni fiscali (IVA, imposte indirette, *transfer pricing*).
   - Suggerisce la forma contrattuale coerente (licenza, JV, commissione, ecc.).
2. **Durante l'esecuzione**
   - Monitora i KPI della collaborazione (ricavi, costi, marginalità).
   - Prevede soglie di *break-even*, meccanismi di revisione, soglie di *alert*.
3. **Dopo l'avvio**
   - Misura l'effettivo ritorno (economico e strategico).
   - Supporta eventuale rinegoziazione o estensione dell'accordo.

Caso operativo – Partnership startup + GDO: scelta tra *royalty* **e** *revenue sharing*

Una *startup foodtech* ha integrato la propria *app* con un gestionale della GDO. Il commercialista ha:

- proposto il *revenue sharing* anziché la *royalty* fissa per ridurre il rischio operativo;
- simulato la marginalità netta post-fisco;
- impostato una tabella di rendicontazione mensile per validare la redditività.

Risultato: margine netto stabile al 17%, accordo esteso a 3 insegne.

Riproduzione riservata © www.commercialistatelematico.com
Documento riservato alla consultazione da parte di: N/D

Box operativo – Come valutare una partnership da professionista

1. I ricavi attesi sono misurabili e verificabili?
2. L'accordo è fiscalmente sostenibile (IVA, ritenute, imposte indirette)?
3. Il ritorno è economico o solo reputazionale?
4. Il rischio è bilanciato tra le parti?
5. Esiste un piano di reporting associato all'accordo?

IMPORTANTE: nel contesto startup, il commercialista può diventare un "facilitatore di ecosistema": un connettore di opportunità, un validatore di sinergie, un architetto di alleanze win-win. Chi sa strutturare partnership crea valore duraturo – per il cliente e per sé stesso.

6. *Revenue model* e *pricing*: due leve spesso trascurate (ma vitali)

Molti *founder* investono tempo e risorse nello sviluppo del prodotto, ma trascurano completamente il tema del **come monetizzarlo**. Eppure, il successo di una startup dipende tanto dal valore offerto quanto da **come questo valore viene incassato**. Il commercialista può intervenire non solo per stimare i ricavi futuri, ma per costruire un sistema di monetizzazione coerente, scalabile e fiscalmente sostenibile.

Modelli di ricavo: guida comparativa

Modello	Descrizione	Quando conviene
Subscription	Ricavo ricorrente mensile/annuale	SaaS, contenuti, servizi digitali
Freemium	Accesso gratuito con upgrade a pagamento	App, strumenti online, tool di produttività
Pay-per-use	Pagamento per utilizzo	API, logistica, consulenza a consumo
Marketplace	Commissione su transazioni tra terze parti	*Matching* domanda/offerta (es. *booking* , *delivery*)

Riproduzione riservata © www.commercialistatelematico.com
Documento riservato alla consultazione da parte di: N/D

Licensing B2B	Licenza venduta a clienti aziendali	Software verticale, dispositivi medici, industriali
Revenue sharing	Percentuale su ricavi del partner	Distribuzione, franchising, integrazioni tecnologiche

Nota fiscale: ogni modello ha implicazioni diverse su IVA, tempistiche di incasso, fatturazione e gestione del credito.

Pricing strategy: **tra percezione, margini e posizionamento**

Uno degli errori più comuni tra le startup è la sottovalutazione del pricing. Il prezzo non è solo una cifra: è **una dichiarazione di valore**. E sbagliarlo può compromettere margini, posizionamento e crescita. **I 5 errori più diffusi:**

1. Prezzi troppo bassi per *"entrare nel mercato"*: margini negativi.
2. Nessun test A/B: incapacità di ottimizzare conversioni.
3. Prezzo unico per tutti: ignoranza della segmentazione.
4. Scopiazzare i concorrenti: perdita di identità.
5. Ignorare il valore percepito: posizionamento incoerente.

Il ruolo del commercialista nella strategia di pricing

- **Analizza** i costi diretti e indiretti per stimare la marginalità per linea di prodotto.
- **Simula** il punto di pareggio a diversi livelli di prezzo.
- **Valuta** l'impatto IVA tra modelli B2B e B2C.
- **Integra** il pricing nel piano economico-finanziario per verificarne la sostenibilità nel tempo.

Caso operativo – *Conversion rate* **sbloccato con intervento consulenziale**

Una startup HRTech offriva:

- un piano gratuito,
- un piano premium da 9€/mese (con solo 80 conversioni su 4.000 utenti).

Il commercialista ha suggerito:

- un piano intermedio da 4€/mese,
- segmentazione del pricing in base all'uso,
- revisione della soglia del piano gratuito.

Riproduzione riservata © www.commercialistatelematico.com
Documento riservato alla consultazione da parte di: N/D

Risultato: +260% di conversioni in 3 mesi, marginalità oltre il 60%.

Box operativo – Domande guida per impostare ricavi e *pricing*

1. Il tuo modello di incasso è ricorrente o *una tantum*?
2. Hai una visione dei margini netti per ogni segmento cliente?
3. Hai testato diverse fasce di prezzo?
4. Qual è l'effetto di un aumento del 10% sui ricavi totali?
5. Il pricing riflette il valore percepito e il posizionamento del tuo brand?

IMPORTANTE: Il pricing e il modello di ricavi sono scelte strategiche, non dettagli "da business plan". Il commercialista che le affronta con strumenti analitici e visione prospettica fornisce un servizio consulenziale ad alto impatto, trasformando decisioni rischiose in leve di crescita misurabile.

8. Ecosistemi dell'innovazione: come guidare il cliente tra incubatori, acceleratori e *venture builder*

Una startup non nasce in isolamento. Oggi l'Italia (pur con ritardi e frammentazioni) dispone di un numero crescente di strutture che offrono capitale, *mentorship*, visibilità e relazioni. Tuttavia, orientarsi in questo ecosistema è difficile: ogni programma ha obiettivi, requisiti, logiche e aspettative differenti. Il commercialista può diventare **una vera e propria bussola**, aiutando il *founder* a:

- selezionare il percorso giusto;
- preparare i materiali richiesti;
- affrontare la due diligence documentale;
- valorizzare le partnership attivate.

Mappa sintetica dell'ecosistema italiano

Struttura	Funzione	Esempi noti
Incubatori	Validazione idea, supporto *early-stage*	I3P (PoliTo), Nana Bianca, Campania NewSteel

Riproduzione riservata © www.commercialistatelematico.com
Documento riservato alla consultazione da parte di: N/D

Acceleratori	*Go-to-market*, preparazione al *fundraising*	LUISS EnLabs, H-FARM, B4i, Gellify
Venture Builder	Co-fondazione e supporto operativo e finanziario	e-Novia, Oltre Innovation, Mamacrowd Studio

Nota operativa: ogni struttura ha modalità di accesso, requisiti formali e logiche contrattuali diverse. Alcune richiedono equity, altre fee di partecipazione, altre ancora una candidatura competitiva in inglese.

Il ruolo attivo del commercialista

1. **Selezione mirata del percorso**

   Aiuta il *founder* a evitare sprechi di tempo in programmi non adatti alla fase aziendale.

2. **Preparazione della candidatura**

   Supporta la redazione di *business plan*, proiezioni, *cap table*, KPI. Traduce in *"linguaggio da selezione"* ciò che spesso è solo un'idea.

3. *Due diligence* **documentale**

   Controlla statuti, verbali, contratti, piano d'uso fondi. Evita errori o incompletezze che bloccano l'accesso.

4. *Networking* **strategico**

   Attiva il proprio *network* professionale per favorire l'ingresso in percorsi selettivi o per generare *partnership* con altri *player* dell'ecosistema.

Caso operativo – Accesso a B4i grazie al supporto dello studio

Una *startup hardware* nel settore salute era in fase prototipale ma senza fondi. Il commercialista ha:

- suggerito la candidatura a **B4i** (acceleratore Bocconi),
- tradotto le proiezioni in formato standard per il comitato selezione,
- guidato la preparazione della documentazione societaria e fiscale,

Riproduzione riservata © www.commercialistatelematico.com
Documento riservato alla consultazione da parte di: N/D

- supportato il pitch day con simulazione di *cap table* e *milestone*.

Risultato: ingresso nel programma, 80.000 € di fondi *seed*, accesso a *mentor*, investitori e contatti istituzionali.

Box operativo – Come orientare il cliente nell'ecosistema startup Domande da porre al cliente:

1. In che fase si trova il tuo prodotto (idea, prototipo, mercato)?
2. Quali competenze ti mancano nel team?
3. Hai bisogno di capitale, *mentoring*, supporto tecnico o visibilità?
4. Sei disposto a cedere *equity* in cambio di supporto?
5. Preferisci un percorso strutturato o una collaborazione più flessibile?

Cosa può fare il commercialista:

- Mappare gli incubatori e acceleratori per settore e fase.
- Raccogliere i requisiti di accesso (equity, durata, servizi offerti).
- Coordinare la candidatura con materiali pronti per la due diligence.

IMPORTANTE: Il commercialista aggiornato sull'ecosistema startup non è solo un esperto fiscale: è un connettore di opportunità. In un ambiente dove contano accesso e relazioni, chi sa orientare crea valore reale per il cliente – e rafforza la propria proposta professionale.

9. Investitori, *due diligence* e *governance*: il commercialista come garante del processo

L'ingresso di un investitore non è un semplice trasferimento di fondi: è **una trasformazione strutturale**. Cambiano gli equilibri di governance, si modificano i patti tra soci, si introducono diritti speciali. Molti founder sottovalutano questi aspetti, arrivando impreparati al momento dell'accordo. Il commercialista può (e deve) essere **il garante della sostenibilità, della trasparenza e dell'equilibrio** dell'operazione.

Le 4 fasi critiche di un processo di investimento

Fase	Attività chiave

Riproduzione riservata © www.commercialistatelematico.com
Documento riservato alla consultazione da parte di: N/D

1. Preparazione	Piano d'uso fondi, proiezioni, KPI, documentazione societaria (*cap table*, statuti, contratti)
2. Due Diligence	Controlli incrociati su situazione contabile, fiscale e legale. Verifica della solidità contrattuale
3. Negoziazione	Definizione della valutazione (*pre-money/post-money*), clausole statutarie, *governance*, diritti speciali
4. Closing	Firma accordi, versamento fondi, aggiornamenti libro soci, adempimenti fiscali e legali

Nota operativa: la preparazione è la fase più sottovalutata. Molti round falliscono o si diluiscono eccessivamente per mancanza di ordine nei dati o nella struttura societaria.

Il commercialista come *stratega silenzioso* **del round**

Il suo valore non è solo tecnico, ma progettuale. Può:

- simulare la diluizione con diversi scenari di ingresso;
- costruire *cap table* **evolutivi** su 1-2 round successivi;
- affiancare il *founder* nel bilanciamento tra governance e flessibilità;
- tradurre le clausole del *term sheet* in impatti reali (veto, *drag-along*, *liquidation preference*).

Caso operativo – SAFE strutturato per evitare *over-dilution*

Una *startup femtech* stava negoziando un ingresso da 200.000 € a una valutazione *pre-money* di 800.000 € ? diluizione diretta: 20%. Il commercialista ha proposto un **SAFE** con cap a 1,2M e sconto 20%, che ha ridotto la diluizione effettiva al 14%, lasciando spazio a futuri investitori. **Risultato:** stessa raccolta, *cap table* più equilibrato, *governance* più snella.

Riproduzione riservata © www.commercialistatelematico.com
Documento riservato alla consultazione da parte di: N/D

Box operativo – Le 5 domande da porre prima di ogni round

1. Qual è la diluizione massima che il team è disposto ad accettare?
2. La *governance* post-investimento è stata simulata (diritti di veto, board, quorum)?
3. È stato analizzato l'effetto di strumenti ibridi (SAFE, convertibili, SFP)?
4. I documenti societari sono aggiornati e coerenti con il deal?
5. Il piano d'uso dei fondi è chiaro, misurabile e realistico?

IMPORTANTE: l'investitore non compra solo "vision", ma struttura. Il commercialista, in questo scenario, è il garante di una trattativa ordinata, trasparente e sostenibile. Aiuta a proteggere il team da diluizioni eccessive e a costruire le basi per round successivi. **Non basta attrarre capitale: bisogna essere pronti a gestirlo.**

10. Conclusioni – Il commercialista del futuro: guida, non spettatore

Il percorso tracciato in queste pagine evidenzia una trasformazione ormai irreversibile: il commercialista non è più (solo) un professionista della *compliance*. Nell'era delle startup, della crescita veloce e dei capitali agili, diventa **un nodo strategico**, in grado di guidare le scelte più delicate di un'impresa in fase di sviluppo. Il commercialista del futuro:

- non aspetta richieste: **le anticipa**;
- non legge solo i numeri: **li interpreta**;
- non si occupa solo di adempimenti: **costruisce percorsi**;
- non vende consulenza generica: **offre soluzioni misurabili**.

NdR: potrebbe interessarti anche...Il business plan e i benefici fiscali di start-up e PMI innovative

Armando Fossi Venerdì 13 giugno 2025

Riproduzione riservata © www.commercialistatelematico.com
Documento riservato alla consultazione da parte di: N/D

Corso Start-up e PMI Innovative per Commercialisti

Percorso online in diretta di 9 ore formative dedicato al ruolo dei Commercialisti in **tutte le fasi del ciclo di vita** di una Start-up innovativa.

MODALITÀ: LIVE ONLINE – 3 incontri online in diretta.

mercoledì 18 giugno 2025 – ore 14.30-17.30 mercoledì 25 giugno 2025 – ore 14.30-17.30 mercoledì 2 luglio 2025 – ore 14.30-17.30 **Relatori**: di Lelio Cacciapaglia, Armando Fossi

L'ISCRIZIONE INCLUDE:

- accesso al corso in diretta;
- accesso all'eventuale materiale didattico fornito dai relatori;
- accesso alla registrazione per 365 giorni.

ACCREDITAMENTO: in fase di accreditamento ODCEC.

CHIUSURA ISCRIZIONI: ore 14:00 del 18/06/2025.

SCOPRI DI PIU'

Riproduzione riservata © www.commercialistatelematico.com
Documento riservato alla consultazione da parte di: N/D