

Alberto Balestreri, presidente commissione banche dell'Ordine dei commercialisti di Milano

# La libertà per l'innovazione

## Il confronto con i colleghi come spinta propulsiva

**L**ibertà di scegliere la propria strada. Collaborazione con i colleghi. Senso di responsabilità nei confronti dei clienti e della categoria. Da questi elementi scaturisce il rispetto per la professione, ovvero quel sentimento che, secondo il giornalista fiorentino Tiziano Terzani, nasce dalla conoscenza che, a sua volta, «richiede impegno, investimento e sforzo».

Ad esserne convinto è Alberto Balestreri, presidente della commissione banche, intermediari finanziari e Assicurazioni dell'Ordine dei dottori commercialisti e degli esperti contabili di Milano che ha fatto dell'approfondimento tecnico e del confronto con i colleghi le colonne portanti della propria attività professionale. Classe 1960, appassionato di tecnologia, con il sogno nel cassetto di poter dare vita ad una start up per l'analisi dei dati e della regolamentazione e con un percorso professionale alle spalle che lo ha visto ricoprire ruoli apicali all'interno del mondo bancario, Balestreri approda alla libera professione con il forte desiderio di mettersi alla prova e la volontà di dare vita ad un'attività professionale «che mi permettesse da un lato, di valorizzare i molti anni trascorsi all'interno del mondo bancario e, dall'altro lato», ha raccontato il presidente della Commissione, «di creare opportunità frutto di dedizione, spirito di innovazione e in linea con le esigenze del mercato».

All'interno di questo quadro è nato un percorso che lo ha portato a ricoprire ruoli all'interno di organi di con-



Alberto Balestreri

trollo, a svolgere attività di docenza presso l'università degli studi di Bologna, ad approfondire le attività di consulenza ed a sviluppare i contatti con l'Odcec di Milano. «Uno degli aspetti che ho sempre apprezzato della vita ordinistica», ha spiegato Balestreri, «è stata la possibilità, che mi è sempre stata data, di interagire con i colleghi, con la massima libertà, per attività di studio e ricerca, per un confronto da cui sono scaturite soluzioni innovative e sul fronte della formazione. Ho sempre avuto la positiva sensazione di potermi esprimere liberamente e di stare collaborando con una istituzione che desidera

concretamente dare alla professione e alla categoria una reale spinta propulsiva».

Attraverso studi, ricerche, l'attività di commissione e l'impegno nel campo della formazione, l'obiettivo di Balestreri è sempre stato quello di lavorare per supportare i commercialisti nello sviluppo di una cultura della relazione con l'intermediario finanziario, (così come testimoniato dal suo blog <https://www.studiobalestreri.it>) «Dal confronto con i colleghi è emerso che una delle principali criticità consiste proprio nell'approccio che si ha nei rapporti con le banche e le assicurazioni. Troppo spesso, infatti, sfuggono i profili su cui è possibile fare fronte comune nell'interesse del cliente e, in questo senso, è necessario lavorare per un adeguato approfondimento delle tematiche relative alla intercolazione fra banche ed imprese, alla governance delle banche, alla compliance e all'integrazione tra l'analisi dei piani industriali e le operazioni di supporto finanziario. L'aspetto sicuramente positivo è il forte interesse dei colleghi nei confronti di settori che possono rappresentare importanti aree di sviluppo per la professione, a patto che si lavori per potenziare un approccio maggiormente trasparente e collaborativo nella relazione con l'intermediario finanziario», ha concluso Balestreri.

— © Riproduzione riservata —



MAURO COAZZOLI, ODCEC MENEHINO

## Crescere con i giovani

Instaurare relazioni stabili con le università, lavorare sugli aspetti di comunicazione e rivedere i criteri per l'esame di abilitazione all'esercizio della professione di commercialista, che dovrebbe tornare ad abilitare automaticamente anche per la professione di revisore legale. Così facendo sarà possibile aiutare i giovani nel percorso di avvicinamento alla professione ed evitarne il progressivo allontanamento. Per chi già esercita, invece, è importante investire sull'informatica diffusa, fruibile cioè indipendentemente dalla posizione fisica delle risorse umane che compongono lo studio e dagli strumenti dalle stesse utilizzati, senza che tutto ciò sia percepito dalla clientela. Parola di Mauro Coazzoli,

presidente della commissione informativa e Cciaa dell'Ordine dei dottori commercialisti e degli esperti contabili di Milano, che nella sinergia con le nuove generazioni vede un'occasione di crescita per l'intera categoria. Appassionato di tecnologia e informatica fin da ragazzo, padre di famiglia con il sogno nel cassetto di poter girare il mondo, per Coazzoli, i giovani neolaureati che iniziano ad affacciarsi alla professione, sono una risorsa da custodire e coltivare con cura perché

«non solo sono in grado di vedere e valutare le situazioni da prospettive differenti rispetto alle nostre, ma hanno anche la capacità di portare nuova linfa vitale alla professione. La loro generazione, infatti, essendo nativa digitale non solo riesce a massimizzare l'utilizzo dei software, ma ha anche la capacità di instaurare nuovi creativi metodi di comunicazione e di relazioni con i clienti che, sempre più, andranno a coincidere con i loro coetanei». Dunque, un indubbio valore aggiunto per lo sviluppo della professione ed il futuro della categoria, «a patto però», ha sottolineato il presidente «che troviamo il modo di continuare ad avvicinarli alla libera professione e a lavorare in sinergia con loro aiutandoli a crescere e supportandoli nell'attività di studio e comprensione delle logiche e delle norme sottese a quegli stessi software che utilizzano con tanta facilità». In questo senso, un passo in questa direzione, potrebbe essere rappresentato «dall'implementazione delle convenzioni con le università



Mauro Coazzoli

per anticipare il tirocinio durante il percorso di studi e dalla revisione dei meccanismi di accesso alla professione. Il tutto», ha precisato il numero uno della commissione informatica, «accompagnato da una crescita a livello di comunicazione che dovrebbe mettere in risalto il fatto che quella del commercialista è una professione stimolante e con grandi opportunità di crescita, soprattutto nel settore del controllo e nell'ambito informatico». Su questo aspetto, però, serve un maggior livello di consapevolezza anche da parte dei professionisti più esperti: «Se l'informatica personale è ormai sdoganata», ha concluso Coazzoli, «sull'informatica diffusa è necessario investire, e ancor di più sulla sicurezza dei dati e degli accessi agli stessi».

— © Riproduzione riservata —

## Responsabilità di impresa, poche le strategie proattive

In anni recenti, si è assistito a un'esplosione di pratiche di responsabilità d'impresa nelle aziende, che appaiono sempre più impegnate nei confronti dell'ambiente e delle comunità in cui operano. Il concetto di responsabilità d'impresa comprende un vasto numero di pratiche specifiche per ogni impresa; di conseguenza, le definizioni sono molto generiche. Il libro verde della commissione europea definisce la responsabilità sociale d'impresa (o Corporate social responsibility - Csr) come «l'integrazione volontaria delle preoccupazioni sociali ed ecologiche delle imprese nelle loro operazioni commerciali e nei loro rapporti con le parti interessate». Ma cosa spinge queste aziende a intraprendere un percorso di sviluppo attento e sostenibile?

Possiamo distinguere, generalmente, tra strategie di Csr proattive e reattive. Le strategie proattive guardano al futuro, con l'intento di

anticipare le sfide e le opportunità che esso riserva. Le strategie reattive, al contrario, si concentrano sul presente, reagendo alle sfide e alle opportunità quando queste si presentano.

Una strategia di Csr proattiva è meditata e strutturata, con una visione di medio-lungo periodo; le parole chiave sono impegno e innovazione. L'impresa ragiona su quali siano i mezzi più adeguati a raggiungere gli obiettivi prefissati, aggiustando e affinando il proprio percorso di sviluppo sostenibile ai cambiamenti che occorrono nel tempo. Tuttavia, le imprese che implementano una strategia proattiva sono poche nel mare delle imprese che si definiscono «responsabili». Per la maggior parte, si tratta di aziende che riconoscono il bisogno di una strategia solo quando sono chiamate a ragionarci. Ciò avviene principalmente a causa di fattori esterni, quali richieste cogenti da parte di un cliente

o della pubblica amministrazione o crisi, anche reputazionali, ai quali l'azienda deve rispondere se vuole continuare a operare.

A questo punto, è possibile distinguere tra due diverse reazioni. Da una parte, vi sono aziende che comprendono i vantaggi di una strategia di Csr strutturata, e che quindi passano da una strategia reattiva ad una strategia proattiva. Dall'altra, invece, vi sono aziende che si limitano a risolvere la crisi (spesso reputazionale) attuale, mettendo in atto le misure necessarie, senza però impegnarsi in un percorso di sviluppo attento e sostenibile. Distinguere le due tipologie di strategie non è impossibile: un occhio attento ai reali comportamenti dell'impresa è sufficiente per comprendere se vi è impegno, o se è solo immagine.

Andrea Casadei e Benedetta De Gaudenzi

— © Riproduzione riservata —