

## I **commercialisti** uniti puntano alla consulenza

Conepro «Un modello ispirato a principi di sharing economy, per ampliare gli orizzonti dei singoli studi, ma anche offrire vantaggi attraverso convenzioni e gruppo d'acquisto». A dirlo è Renato Burigana, presidente di Conepro, associazione che riunisce circa 500 **commercialisti** italiani, con forte radicamento su Roma. Quale è stato il primo passo? Il 70-80% degli studi vive di contabilità generale e consulenza fiscale base. La nostra convinzione, invece, è che il commercialista debba offrire ai clienti, oltre ai servizi tradizionali - altamente concorrenziali e a basso margine - una consulenza più strategica: dalla internazionalizzazione al controllo di gestione. Conepro è nata per favorire questa dinamica. Da chi è composta la rete? In larga parte da professionisti che svolgono attività ordinarie a contatto diretto con clientela localizzata e, in quota minore, da un nucleo di **commercialisti** in grado di fornire consulenza ad ampio raggio. L'obiettivo è fare interagire i due gruppi. Come funziona la collaborazione? Ogni socio è geolocalizzato e può inserire il proprio profilo nel sistema. Attraverso sito web e canali social vengono veicolate le opportunità. Di solito il commercialista attivo a livello locale propone a clienti fidelizzati nuovi servizi su misura, presentando loro un collega del network con competenze specifiche. I rapporti tra studi sono demandati ad accordi tra i professionisti. Il socio che presenta il proprio cliente può ottenere una quota variabile sulla parcella della consulenza aggiuntiva. Un sistema di feedback interno, infine, non consente scorrettezze: chi si comporta male è tagliato fuori. ©



RIPRODUZIONE RISERVATA.

---

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

