



NEWS Euroconference

Edizione di mercoledì 5 Marzo 2025

OPERAZIONI STRAORDINARIE

La valutazione degli intangibili commerciali: il caso della lista clienti
di Massimo Buongiorno

CASI OPERATIVI

Cessione della quota dell'associazione professionale: la Riforma non chiarisce le regole per la tassazione ordinaria
di Euroconference Centro Studi Tributari

GUIDA AGLI ADEMPIMENTI

I nuovi codici giustificativi delle somme non soggette a ritenuta da indicare nella CU 2025
di Laura Mazzola

RISCOSSIONE

Decreto Milleproroghe: condizioni per la riammissione alla rottamazione-quater
di Angelo Ginex

BILANCIO

Il futuro della sostenibilità: quale sarà? Quello dettato dalla normativa oppure quello dettato dalle scelte strategiche aziendali?

di Andrea Onori

AGEVOLAZIONI

Comunità energetiche: impianti facilitati nelle zone agricole e per le leggi regionali
di Silvio Rivetti



ISTITUZIONI E ASSOCIAZIONI

Caradonna, Presidente ODCEC Milano: «Commercialisti resilienti, useremo bene l'innovazione»
di Simona D'Alessio - Giornalista



OPERAZIONI STRAORDINARIE

La valutazione degli intangibili commerciali: il caso della lista clienti

di Massimo Buongiorno

Circolari e Riviste

**LA RIVISTA DELLE
OPERAZIONI STRAORDINARIE**

IN OFFERTA PER TE € 117 + IVA 4% anziché € 180 + IVA 4%
Inserisci il codice sconto **ECNEWS** nel form del carrello on-line per usufruire dell'offerta
Offerta non cumulabile con sconto Privilège ed altre iniziative in corso, valida solo per nuove attivazioni.
Rinnovo automatico a prezzo di listino.

-35%

Abbonati ora



Nel presente lavoro viene affrontato il complesso problema della stima dei beni intangibili cercando di definire, in primo luogo, un quadro generale di riferimento che definisce i requisiti che un bene intangibile deve possedere per essere oggetto di valutazione ma anche le relazioni con gli altri intangibili nell'ottica di evitare duplicazioni di valore.

Viene successivamente approfondita la valutazione degli intangibili commerciali e in particolare la lista clienti, il cui valore appare spesso tanto sfuggente quanto frequentemente individuato quale componente importante nel valore dell'azienda o del prezzo di acquisizione. Si definiscono i requisiti necessari per attribuire un valore alla lista clienti e si fornisce l'esempio della metodica valutativa del costo della perdita quale soluzione operativa più opportuna.

Intangibili e valore

Negli ultimi anni vi è stato un notevole aumento dell'interesse sia della dottrina sia degli operatori economici sul tema della misurazione di valore degli intangibili presenti nei processi aziendali. Ciò in quanto è ormai ampiamente riconosciuto come siano i beni immateriali le risorse che permettono in misura maggiore la generazione di un vantaggio competitivo. Dove, in passato, l'accesso privilegiato alle risorse materiali, quali migliori materie prime, abbondanza di manodopera, favorevole localizzazione geografica degli impianti, costituiva un indiscusso punto di forza delle imprese, attualmente è altrettanto indiscusso che la competizione si sia spostata su fattori diversi che poggiano su risorse intangibili la cui individuazione è più sfuggente, ma sicuramente non meno importante.

Sul punto la letteratura aziendale distingue principalmente 2 differenti tipologie di beni immateriali:

- le risorse di competenza: relative ai sistemi di combinazione e organizzazione delle risorse aziendali;



- le risorse di fiducia: relative alle relazioni di un'impresa con il contesto che la circonda.

Le prime sono a loro volta classificabili a seconda della loro natura:

- tecnologica, se riguarda *know how* o R&D;
- di mercato, se riguarda quelle risorse, marchi, rete di vendita, prodotti, che riguardano i processi di vendita e distribuzione;
- integrativa, se riguarda l'organizzazione e il miglior sfruttamento di competenze riconducibili alle prime categorie.

Le seconde sono quelle *“attitudini”* aziendali, quali la cultura aziendale o il clima organizzativo, che permettono di instaurare e migliorare le relazioni con i soggetti esterni all'impresa.

Questa doverosa, quanto stringata, introduzione sui beni immateriali è necessaria per meglio comprendere i 3 punti essenziali da tener ben presenti in caso di valutazione degli intangibili.

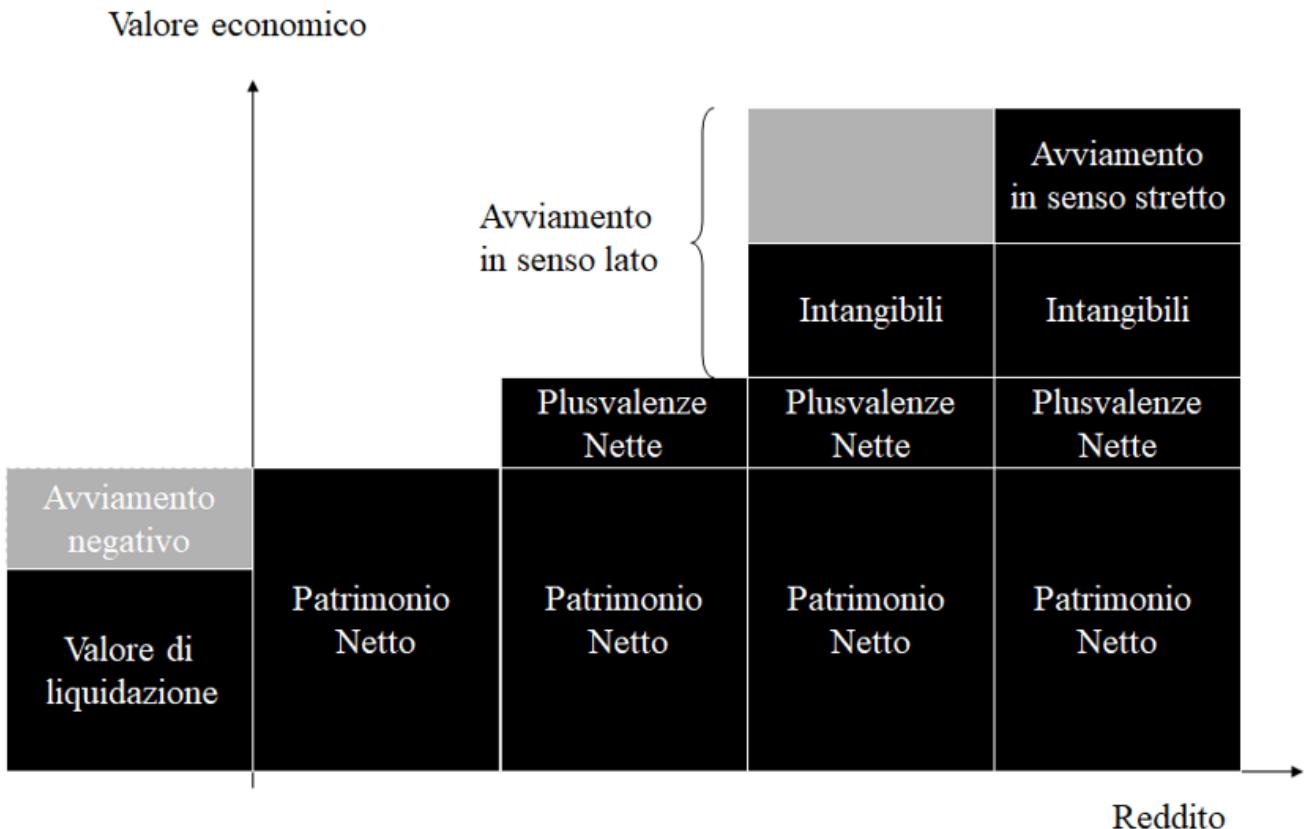
Il primo di questi è relativo alla possibilità o meno di attribuire un valore ai beni immateriali: un bene è suscettibile di valutazione solo nel caso in cui possa generare un effettivo vantaggio competitivo a favore per il possessore. Tale vantaggio deve fruire di un'utilità differita nel tempo e deve poter essere misurato tramite funzioni di valore razionali e dimostrabili.

Il secondo punto risiede nella distinzione, ai fini valutativi, di intangibili singolarmente estraibili e trasferibili da un'impresa e quelli che possono essere trasferiti solo tramite l'acquisto in blocco dell'impresa stessa.

L'ultimo fondamento, strettamente correlato ai 2 precedenti, riguarda la capacità del bene immateriale di contribuire a spiegare i risultati aziendali. Le risorse intangibili non trovano sempre una adeguata valorizzazione nel bilancio poiché esse potranno essere iscritte in presenza di un acquisto a titolo oneroso o comunque quando sono verificati i requisiti restrittivi previsti dai Principi contabili e segnatamente dall'Oic 24. In tal senso è possibile che una porzione significativa di reddito sia prodotta da attività intangibili che non figurano nello Stato patrimoniale di una società.

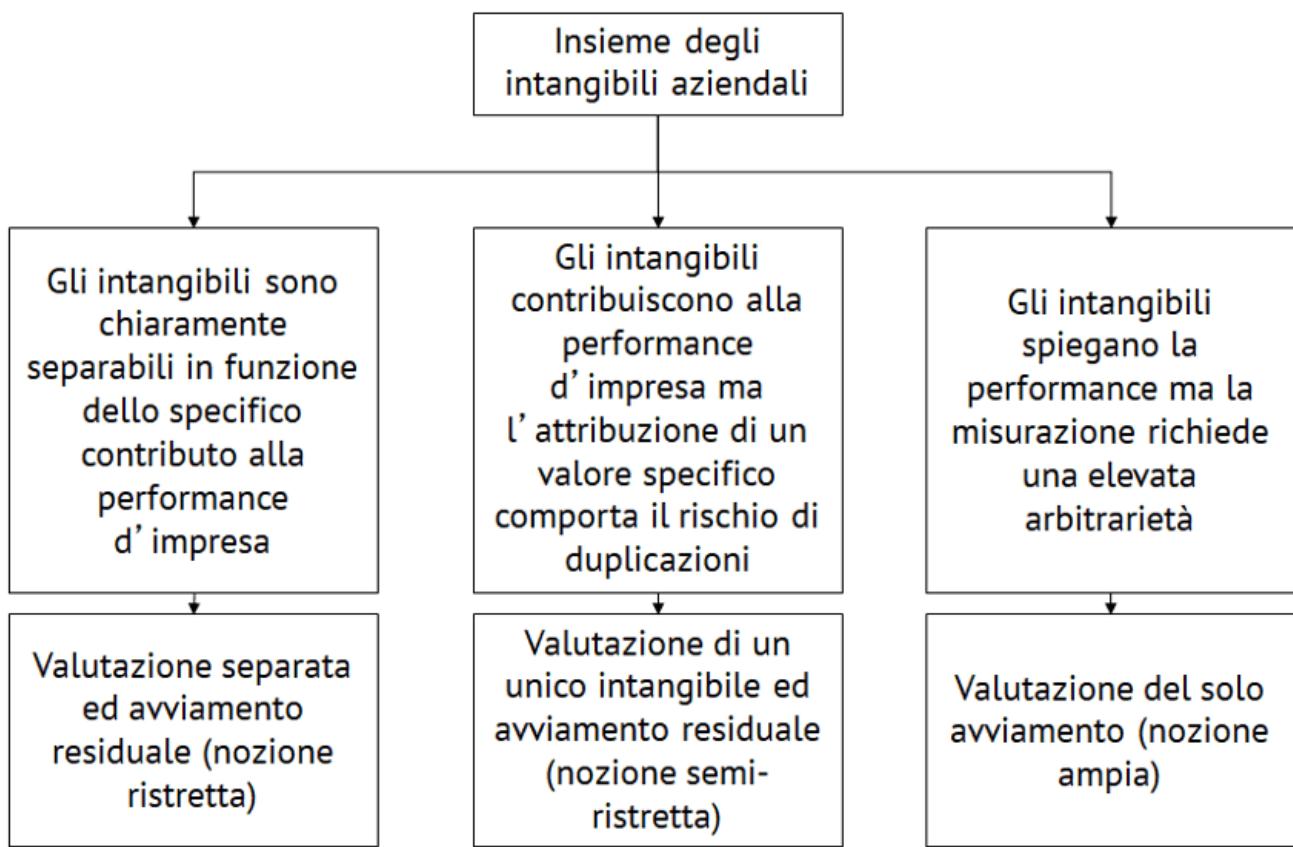
La relazione tra reddito e valore viene rappresentata nella seguente Tavola 1.

Tavola 1. Valore economico e reddito d'impresa



Si può notare come al crescere del reddito, il valore economico del capitale divenga maggiore del patrimonio netto di bilancio a motivo della presenza di beni iscritti tra le attività ma plusvalenti e soprattutto a fronte del valore di beni intangibili che, come detto, possono non essere iscritti a bilancio pur essendo in grado di spiegare una porzione importante di reddito. La distinzione tra valore degli intangibili, avviamento in senso lato e avviamento in senso stretto è spiegata dalla successiva Tavola 2.

Tavola 2. I percorsi valutativi degli intangibili



Dato l'insieme degli intangibili aziendali come riconducibili alle differenti categorie sopra riportate ne deriva che le risorse di competenza con maggior valore sono normalmente quelle riferite alla tecnologia e per quanto qui più rilevante all'aspetto commerciale. Per queste ultime si possono presentare casi nei quali gli intangibili commerciali sono chiaramente separabili, ad esempio il marchio dalle competenze di canale, e casi nei quali è difficile separare i differenti intangibili commerciali senza effettuare ipotesi arbitrarie e correre il rischio di duplicare i valori. Nel primo caso potremo avere un distinto valore per ciascun intangibile, nel secondo un unico valore che racchiude tutte le risorse di competenza attribuibili all'aspetto commerciale. Ove invece non sia possibile distinguere le risorse di competenze rispetto alle loro determinanti (e quindi ad esempio separare le risorse tecnologiche da quelle commerciali), l'intangibile che genera il maggior reddito di cui alla Tavola 1 non potrà che essere genericamente definito avviamento. Alla stessa categoria di avviamento in una nozione ampia dovranno estendersi le risorse di fiducia che per la loro natura riguardano l'intera azienda e non parti di essa.



Proprio per una più corretta ricognizione dell'effettivo valore del patrimonio aziendale si pone allora il problema della valorizzazione delle risorse intangibili e in particolare di quella che più di altre viene ad assumere un ruolo cruciale: il marchio.

La teoria ritiene che siano 3 i requisiti che debbono ricorrere per attribuire valore al marchio.

Il primo richiede che il marchio possa generare un effettivo vantaggio competitivo a favore per il possessore. Tale vantaggio deve tradursi in un'utilità differita nel tempo e deve poter essere misurato tramite funzioni di valore razionali e dimostrabili.

Il secondo requisito, in qualche modo collegato al precedente, riguarda la capacità del marchio di contribuire a spiegare i risultati aziendali in modo autonomo e separabile dagli altri intangibili di natura commerciale. Ad esempio, il contributo del marchio deve essere separabile da quello del portafoglio prodotti, dell'elenco clienti, dalle relazioni di canale; in caso contrario si rischiano duplicazioni di valore ove siano oggetto di valutazione anche gli altri intangibili.

Più dibattuto è infine l'ultimo requisito che risiede nella distinzione, ai fini valutativi, dei marchi estraibili e trasferibili da un'impresa e quelli che possono essere trasferiti solo tramite l'acquisto in blocco dell'impresa stessa. Una parte della dottrina ha storicamente ritenuto che potessero essere valutati solamente i marchi trasferibili autonomamente, mentre più recentemente vi sono state posizioni più aperte al riconoscimento di un valore al marchio anche laddove non vi siano concrete possibilità di trasferirlo indipendentemente dall'azienda purché siano verificati i 2 requisiti sopra citati. La seconda posizione è sicuramente applicabile al contesto della rivalutazione dei beni.

Le metodiche valutative degli intangibili riconosciute dai Principi italiani di valutazione

I principi relativi alla stima del valore dei beni immateriali sono presenti al gruppo 5 della sezione III dei Principi italiani di valutazione e costituiscono un importante riferimento operativo ai presenti fini.

I Piv insistono, in particolare, sulla base informativa necessaria per procedere nella valutazione di un intangibile e che dovrebbero consentire all'esperto di:

- a) identificare e circoscrivere il bene immateriale oggetto di valutazione;
- b) verificare le caratteristiche specifiche del bene immateriali oggetto di valutazione (in termini di funzione, tipologia di benefici generati, vantaggi competitivi associati);
- c) analizzare l'insieme dei diritti legali, le protezioni e le limitazioni che pertengono ai beni immateriali oggetto di valutazione;



- d) identificare accordi di licenza, di sublicenza, diritti di confidenzialità, di sviluppo di commercializzazione e di sfruttamento e ogni altra obbligazione afferente il bene immateriale oggetto di valutazione;
- e) conoscere la storia del bene immateriale;
- f) stimare la vita economica residua e la vita legale del bene intangibile;
- g) apprezzare i benefici economici diretti e indiretti che il bene immateriale ci si attende produrrà in capo al proprietario o al titolare durante la sua vita economica;
- h) conoscere eventuali controversie (passate e correnti) relative al bene immateriale;
- i) valutare le potenzialità in termini di sfruttamento commerciale ancora inespresso del bene immateriale;
- j) identificare se il massimo e miglior uso del bene immateriale è il suo uso corrente;
- k) identificare se il massimo e miglior uso del bene immateriale lo si realizza da solo o inserendolo in un gruppo di attività.

Appare evidente come non tutte le informazioni siano necessariamente conoscibili o interpretabili dal solo esperto. Talvolta, come riportato al commento del punto 4, è consigliabile fare affidamento, naturalmente con tutte le cautele del caso, alla consulenza di un esperto legale sulle questioni relative agli accordi contrattuali e alle protezioni legali (c.d. *intellectual property*) relative ai beni oggetto di valutazione.

Venendo alle metodologie di valutazione che sono riconosciute dai Piv, esse sono individuate nelle 3 seguenti:

1. metodologia del costo;
2. metodologia dei flussi attesi di reddito;
3. metodologia di mercato.

In relazione alla metodologia del costo, sono presentati 3 principali criteri valutativi che, partendo dal valore del bene immateriale a nuovo, stimano il valore del bene al suo stato attuale d'uso attribuendo la relativa obsolescenza economica.

Tali criteri sono quelli del:

1. costo storico aggiustato. È l'unico criterio indiretto e, partendo dalla stima del costo di riproduzione, al fine di trovare il costo di rimpiazzo del bene detrae i cosiddetti costi incurabili ovvero quelli associati a tecnologie precedenti e non più da sostenere al momento della valutazione;



2. costo unitario corrente. È un criterio diretto e stima il costo di rimpiazzo sulla base del costo marginale unitario dei fattori produttivi che, sulla base delle conoscenze a disposizione al momento della valutazione, servirebbero a ricreare il bene;
3. costo unitario di produzione. È un criterio diretto e stima il costo di rimpiazzo sulla base dei costi *standard*.

In relazione alla metodologia dei flussi attesi di reddito, figurano diversi criteri a seconda che si effettuino stime dirette o indirette dei benefici economici futuri generati dai beni immateriali. In entrambi i casi la base di ogni valutazione è la proiezione di risultati attesi.

Tra i criteri che utilizzano stime dirette abbiamo quelli dei:

1. benefici futuri attualizzati (o DCF). Il valore è calcolato attualizzando i flussi che nel futuro tale bene sarà in grado di produrre. Il tasso di attualizzazione non è necessariamente quello dell'azienda ma può essere diverso in presenza di una differente rischiosità dei flussi complessivi dell'azienda rispetto a quelli associati all'intangibile;
2. opzioni reali. Il valore è calcolato sulla base del valore implicito delle opzioni di sviluppo del bene oggetto di stima. Il saggio di attualizzazione è della tipologia *risk free*;
3. reddito in ipotesi di riavvio dell'attività. Il valore è calcolato, nell'ipotesi di possedere il solo bene immateriale, attualizzando al tasso medio ponderato del capitale i flussi necessari al riacquisto di tutte le attività complementari allo sfruttamento dell'intangibile.

Tra i criteri che utilizzano stime indirette abbiamo, invece, quelli dei:

1. flussi differenziali. Il valore è calcolato come differenza tra il valore dell'azienda in presenza del bene oggetto di valutazione e quello della medesima azienda senza il bene in questione. Il saggio di attualizzazione dei relativi flussi è il tasso medio ponderato del capitale;
2. reddito attribuito. Il valore è calcolato attribuendo al bene da valutare un reddito (secondo parametri soggettivo, oggettivi o ricavabili da società comparabili) e attualizzandolo al tasso di rischio dello specifico bene;
3. *extra* redditi. Il valore è calcolato attualizzandolo, al tasso di rischio dello specifico bene, dal reddito corrente o prospettivo dell'azienda il costo d'uso^[1] degli altri beni facente parte il complesso aziendale.

È bene ricordare come sia importantissimo, in questo genere di valutazione, effettuare anche un'analisi di sensibilità sulle differenze ipotesi utilizzate.

In relazione alla metodologia di mercato, esistono sostanzialmente 2 criteri principe:

1. il criterio delle transazioni comparabili che determina il valore del bene immateriale



- applicando un multiplo ricavato da transazioni di beni;
2. il criterio delle *royalties* che determina il valore del bene immateriale sulla base del valore attuale delle royalties applicate a beni comparabili.

Come precedentemente anticipato, e come ribadito nel commento al punto 10, tali metodi sono difficilmente utilizzabili se non tramite l'utilizzo di correttivi al fine di rendere effettivamente comparabili il bene oggetto di valutazione con bene oggetto della transazione comparabile. Sono infatti molteplici le caratteristiche da esaminare al fine di validare una transazione / un bene come comparabile.

In merito alle operazioni comparabili le principali caratteristiche sono:

- copertura geografica;
- funzionalità;
- quota di mercato;
- mercati di accesso;
- lasso temporale tra la data della transazione e quella della valutazione.

In merito ai beni comparabili le principali caratteristiche sono:

- fattori specifici del licenziante e del licenziatario;
- termini di esclusiva della licenza;
- soggetto in capo al quale rimane la responsabilità di taluni costi (*marketing*, pubblicità, etc.);
- data inizio e durata della licenza;
- eventuali minimi garantiti;
- caratteristiche differenziali del bene (posizione di mercato, copertura geografica, funzionalità, mercato di accesso).

È opportuno sottolineare che, quand'anche si fosse in presenza di un sufficiente numero di transazioni comparabili, raramente vi è una sufficiente *disclosure* informativa in merito, generalmente a causa della riservatezza che accompagna questo tipo di operazioni, pertanto, sarà compito del valutatore stabilire se e quanto utilizzare il metodo di mercato e quali aggiustamenti effettuare per la stima del multiplo隐含的.

Per questo motivo, gli stessi Piv, sconsigliano questa metodica come metodo principale di valutazione, relegandola a metodo di controllo al fine della verifica della ragionevolezza dei risultati ottenuti con i criteri riconducibili alle metodologie del costo o del reddito.

Il caso della lista clienti

Spesso nella negoziazione di una acquisizione la lista dei clienti viene a essere un tema



delicato di discussione poiché a fronte del comprensibile interesse del potenziale acquirente di conoscere verso quali clienti, anche limitatamente ai principali, si indirizzeranno i ricavi si contrappone l'altrettanto comprensibile riluttanza del venditore a fornire informazioni ritenute molte critiche e spesso dotate di uno specifico valore autonomo e quindi da condividere solo ad acquisizione avvenuta.

Il valore della lista clienti può assumere una specifica rilevanza anche nel processo di allocazione del prezzo di acquisizione alle diverse attività di bilancio, ma anche alle attività che in bilancio non figurano e proprio attraverso questo processo possono essere rilevate. Si pensi ad esempio al caso dell'acquisizione di un ramo d'azienda e di un conferimento a valori correnti.

La lista clienti è uno degli intangibili riferibili alle risorse di competenza commerciale e pone 2 ordini di problemi dal punto di vista valutativo:

1. se può essere attribuito un valore autonomo oppure deve ricompreso in altri intangibili (ad esempio il marchio) oppure nell'avviamento;
2. nel caso di risposta affermativa al primo punto, quali siano le metodiche più corrette di valutazione.

Con riferimento al primo punto, la lista clienti è, di fatto, un elenco di società e quindi non ha di per sé alcun valore posto che sono disponibili sul mercato molteplici banche dati che consentono di raccogliere le stesse informazioni, anche disaggregate per attività svolta, area geografica di riferimento e dimensioni aziendali.

Ciò che potrebbe attribuire valore alla lista clienti è invece da ricercare nel rapporto che le imprese contenute nella lista hanno con la società fornitrice. In questo senso una relazione consolidata che si fonda sull'apprezzamento del livello qualitativo dei prodotti o servizi oggetto di fornitura può costituire una risorsa di competenza nel senso che è stato attribuito in precedenza. Allo stesso modo, ove esistessero barriere all'uscita in termini di rilevanti costi che il cliente dovrebbe sopportare nel caso in cui intendesse cambiare fornitore, nuovamente ci ritroveremmo nelle condizioni di poter attribuire un valore alla lista clienti (si pensi ad esempio ai servizi di assistenza su impianti o macchinari dove la conoscenza del prodotto acquisisce una importanza fondamentale).

Sulla base di quanto precede, si ritiene che la lista clienti non possa avere un valore autonomo né essere ceduta separatamente dall'impresa che la possiede, salvo forse limitate eccezioni quali ad esempio la cessione a terzi di informazioni relative agli utenti nell'ottica di personalizzare l'offerta pubblicitaria.

Potrebbe invece essere possibile attribuire un valore alla lista clienti in sede di valutazione dell'azienda secondo quanto previsto dalla Tavola 2 come anche nell'ottica di attribuire parte del prezzo riconosciuto nell'acquisizione di una azienda o ramo d'azienda oppure anche di una partecipazione nel bilancio consolidato o in accordo a quanto previsto dall'Ifrs 3 per le società



che applicano i Principi contabili internazionali.

Nel passaggio dalla possibilità teorica di attribuire un valore alla lista clienti all'effettiva misurazione del valore è necessario però verificare, come indicato dalla Tavola 1, che essa sia in grado di produrre un reddito addizionale e separabile dal contributo delle altre risorse commerciali (ad esempio il portafoglio prodotti, la rete commerciale e di vendita, il controllo dei canali di distribuzione e ovviamente il marchio).

È quindi necessario che i clienti selezionati nel tempo:

1. siano caratterizzati da una fedeltà misurabile nel tempo in un basso tasso di rotazione, garanzia della replicabilità in futuro delle attuali condizioni;
2. permettano di applicare condizioni di fornitura superiori alla media sia in termini di prezzo (che riconosce la superiore qualità del fornitore) sia di tempi di incasso;
3. non richiedano costi o investimenti superiori alla media.

Per quanto non sia da escludere che la lista clienti possa avere valore anche nei prodotti di consumo di massa, essa appare più rilevante dove i prodotti o i servizi sono caratterizzati da elevata specializzazione e quindi tipicamente nei settori che operano su ordinazione o commessa (ad esempio nella produzione di impianti specializzati in particolari lavorazioni industriali).

Poiché la distinzione tra il contributo fornito dalla lista clienti e quello di altri intangibili ma anche dell'avviamento complessivo può essere molto labile, per evitare il rischio di duplicazioni di valore la metodica di stima più corretta pare quella fondata sul reddito differenziale.

Una possibile soluzione operativa potrebbe essere quella nota come *“costo della perdita”* ovviamente dell'intangibile *“lista clienti”*.

Il metodo viene solitamente applicato in via differenziale distinguendo una situazione nella quale l'impresa continua a possedere la lista clienti e una situazione nella quale essa non è, ipoteticamente, più disponibile.

Perché possa essere attribuito un valore alla lista clienti, la seconda situazione deve comportare un risultato peggiorativo rispetto alla prima; da qui il *“costo”* della perdita dell'intangibile che l'azienda deve sopportare. Attualizzando i costi annuali, a un tasso espressivo del rischio operativo d'impresa (solitamente il WACC), per il periodo di tempo necessario a ripristinare la situazione di normalità e sommando i risultati ottenuti, si ottiene il valore dell'intangibile.

Il periodo di tempo rilevante corrisponde a quello necessario per ripristinare una situazione di normalità ovvero lo spazio temporale che serve all'azienda per ricreare una nuova lista clienti. È quindi ragionevole ritenere che il costo sia massimo nel primo anno (quando l'azienda opera



senza l'intangibile) e che successivamente tenda a ridursi fino ad azzerarsi, una volta che gli investimenti compiuti dall'azienda per sostituire l'intangibile abbiano avuto effetto.

La logica di questo criterio non è sostanzialmente dissimile dalla *ratio* che ispira le metodiche del costo (in particolare il costo di riproduzione) ma in questo caso si considerano, più propriamente, i margini complessivi che si perdono e non solamente i costi necessari alla riproduzione dell'attività considerata.

[1] Inteso come somma di costo consumo e costo remunerazione.

Si segnala che l'articolo è tratto da “[La rivista delle operazioni straordinarie](#)”.



CASI OPERATIVI

Cessione della quota dell'associazione professionale: la Riforma non chiarisce le regole per la tassazione ordinaria

di Euroconference Centro Studi Tributari



Esperto AI

**L'Intelligenza Artificiale
al servizio del tuo Studio**

[scopri di più >](#)



Mario Rossi svolge l'attività di avvocato partecipando all'associazione professionale Rossi&Bianchi.

Intende cedere la propria quota a Piero Verdi, pattuendo un pagamento frazionato nell'arco di 3 anni.

Come viene tassato il provento conseguito?

[LEGGI LA RISPOSTA DI CENTRO STUDI TRIBUTARI SU FISCOPRATICO...](#)



FiscoPratico

I "casi operativi" sono esclusi dall'abbonamento Euroconference News e consultabili solo dagli abbonati di FiscoPratico.



GUIDA AGLI ADEMPIMENTI

I nuovi codici giustificativi delle somme non soggette a ritenuta da indicare nella CU 2025

di Laura Mazzola

Convegno di aggiornamento

Novità della dichiarazione dei redditi delle persone fisiche

Scopri di più

In vista della presentazione del modello di **certificazione unica 2025**, relativo al **periodo di imposta 2024**, in relazione ai **redditi di lavoro autonomo**, provvigioni e **redditi diversi**, occorre rilevare che i **codici da indicare nel campo 6** sono stati **parzialmente variati**.

Nel dettaglio, sono stati introdotti i **codici**:

- **16**, per le **somme che non hanno concorso**, per il **50%**, a formare il **reddito complessivo**, relative ai compensi percepiti dai **lavoratori impatriati** che hanno **trasferito la residenza in Italia** a decorrere dal **periodo d'imposta 2024**, ai sensi dell'articolo 5, commi 1, 2 e 3, D.Lgs. 209/2023;
- **17**, per le **somme che non hanno concorso**, per il **60%**, a formare il **reddito complessivo**, relative ai compensi percepiti dai **lavoratori impatriati** che hanno trasferito la residenza in Italia a decorrere dal **periodo d'imposta 2024**, ai sensi dell'articolo 5, commi 1, 2 e 3, D.Lgs. 209/2023;
- **25**, per le **indennità non assoggettate a ritenuta d'acconto** (si pensi alle indennità di maternità) **corrisposte ai soggetti in regime forfetario**, di cui all'articolo 1, commi da 54 a 89, L. 190/2014, per le quali non si applica quanto disposto dall'articolo 4, comma 6-septies, D.P.R. 322/1998;
- **26**, per le **indennità non assoggettate a ritenuta d'acconto** (si pensi alle indennità di maternità) **corrisposte ai soggetti in regime di vantaggio**, di cui all'articolo 27, commi 1 e 2, D.L. 98/2011, per le quali non si applica quanto disposto dall'articolo 4, comma 6-septies, D.P.R. 322/1998.

Di contro, è stato **eliminato il codice 24 collegato ai compensi, non assoggettati a ritenuta d'acconto, corrisposti ai soggetti in regime forfettario**.

Tale eliminazione è conseguente all'**abolizione dell'obbligo di rilascio delle certificazioni uniche 2025 per i compensi corrisposti ai soggetti in regime forfettario o di vantaggio**.

Infatti, l'articolo 3, D.Lgs. 1/2024, introducendo il comma 6-septies, all'articolo 4, D.P.R.



[322/1998](#), ha disposto l'**esonero dagli obblighi di certificazione**, a decorrere dal periodo d'imposta 2024, **per i soggetti che corrispondono compensi ai contribuenti che applicano il regime forfettario**, di cui all'[articolo 1, commi da 54 a 89, L. 190/2014](#), o **il regime fiscale di vantaggio** (c.d. contribuenti minimi), di cui all'[articolo 27, commi 1 e 2, D.L. 98/2011](#).

Per ciascuno dei codici indicati all'interno del punto 6 occorre indicare il corrispondente ammontare nel successivo **punto 7, denominato “Altre somme non soggette a ritenuta”**.

All'interno del punto 7, infatti, devono essere indicate le **somme**, diverse da quelle esposte nel precedente punto 5, **che non costituiscono**, per espressa disposizione di Legge, **reddito imponibile per il percepiente** e, pertanto, non assoggettate a ritenuta.

Si ipotizzi il caso di una **provvigione di 1.500 euro** corrisposta ad un **mediatore assicurativo** che **non si avvale dell'opera di dipendenti o di terzi**.

La **ritenuta**, come indicato all'[articolo 25-bis, comma 2, D.P.R. 600/1973](#), “è **commisurata al cinquanta per cento dell'ammontare delle provvigioni** indicate al primo comma. Se i percepienti dichiarano ai loro committenti, preponenti o mandanti che nell'esercizio della loro attività si avvalgono in via continuativa dell'opera di dipendenti o di terzi, la ritenuta è **commisurata al venti per cento dell'ammontare delle stesse provvigioni**”.

Ne discende che, nella fattispecie, la **ritenuta pari al 23%**, come indicato nel comma 1, dell'articolo 25-bis citato, è **commisurata al 50% di 1.500 euro**.

Pertanto, la **ritenuta è pari a 172,50 euro** e la **certificazione unica 2025** deve essere completata come di seguito riportato:

- all'interno del **punto 1**, deve essere indicata la tipologia reddituale individuata con la lettera “T”;
- all'interno del **punto 4**, deve essere indicato l'ammontare lordo corrisposto, ossia **1.500 euro**;
- all'interno del **punto 6**, deve essere indicato il codice “21” per l'identificazione dei redditi esenti di cui al punto successivo;
- all'interno del **punto 7**, deve essere indicato l'ammontare delle altre somme non soggette a ritenuta, ossia il 50% di 1.500 euro (750 euro);
- all'interno del **punto 8**, l'imponibile soggetto a ritenuta, ossia l'altro **50% di 1.500 euro** (750 euro);
- all'interno del **punto 9**, l'importo della ritenuta d'acconto, ossia il **23% di 750 euro** (172,50 euro).



DATI RELATIVI ALLE SOMME EROGATE	
Causale 11 T	
TIPOLOGIA REDDITUALE	
DATI FISCALI	
2 Anno	3 Anticipazione
4 Ammontare lordo corrisposto	5 Somme non soggette a ritenuta per regime convenzionale
6 Codice 21	7 Altre somme non soggette a ritenuta 750,00
8 Imponibile	9 Ritenute a titolo d'acconto 172,50
Ritenute a titolo d'imposta	
Ritenute sospese	
Addizionale regionale a titolo d'acconto	



RISCOSSIONE

Decreto Milleproroghe: condizioni per la riammissione alla rottamazione-quater

di Angelo Ginex

Master di specializzazione

Novità riforma accertamento e contenzioso

Scopri di più

È stata pubblicata nella Gazzetta Ufficiale n. 45 del 24.2.2025, la L. 15/2025, di conversione del D.L. 202/2024 ("c.d. Milleproroghe") che ha previsto la **riammissione** alla **rottamazione-quater**, prevista dalla L. 197/2022 (Legge di bilancio 2023), per coloro **che ne sono decaduti**.

Innanzitutto, occorre rammentare che la **rottamazione-quater**, di cui all'[articolo 1, comma 231-252, L. 197/2022](#), così come per le precedenti definizioni agevolate, ha previsto la possibilità di sanare i debiti riguardanti i **carichi** compresi nel periodo indicato, pagando **esclusivamente le somme dovute a titolo di capitale**, oltre ai rimborsi per le spese delle procedure esecutive e i diritti di notifica. **Non sono dovuti**, invece, gli **importi relativi a interessi, sanzioni, aggio** o interessi di mora.

Nello specifico, la **rottamazione-quater** ha riguardato i **carichi affidati** all'Agente della riscossione **tra l'1.1.2000 e il 30.6.2022**, compresi quelli:

- contenuti in **cartelle non notificate**;
- oggetto di **rateizzazioni o sospensioni**;
- già sottoposti a **misure agevolative precedenti** (come la rottamazione o il saldo e stralcio), anche se decadute per mancato, insufficiente o tardivo pagamento delle rate.

Sono stati invece **esclusi** dalla rottamazione:

- i carichi relativi a **debiti pre-2000 e post-giugno 2022**;
- debiti derivanti da **recupero di aiuti di Stato, multe penali, crediti da condanne della Corte dei conti e Iva riscossa all'importazione**.

Ciò detto, il citato **decreto Milleproroghe (D.L. 202/2024)** contempla una "nuova opportunità" per i contribuenti che, in relazione ai debiti inclusi nelle dichiarazioni di adesione di cui all'[articolo 1, comma 235, L. 197/2022](#), siano incorsi nella **decadenza entro il 31.12.2024**, a causa di **versamenti insufficienti, ritardati o mancati** delle somme dovute in seguito



all'adesione alla suddetta **procedura di definizione agevolata**.

Nello specifico, i soggetti che, **alla data del 31.12.2024**, nell'ambito della procedura di **definizione agevolata** prevista dall'[articolo 1, comma 235, L. 197/2022](#) (c.d. procedura di **rottamazione-quater**), sono incorsi in un **mancato, insufficiente o tardivo versamento**, alle relative scadenze, delle somme da corrispondere per effetto di adesione alla stessa procedura agevolata, possono essere nuovamente **riammessi**.

Ai fini della **riammessione** occorre presentare una **dichiarazione di adesione entro il prossimo 30.4.2025**, la quale dovrà avvenire secondo le specifiche **modalità** che l'agente della riscossione indicherà sul sito web istituzionale **entro 20 giorni** dall'entrata in vigore della legge di conversione, in cui il debitore sceglie il **numero di rate** delle quali intende effettuare il pagamento (**massimo 10**).

La dichiarazione può essere **integrata entro il 30.4.2025** e deve contenere **soltanto i debiti presenti nella dichiarazione resa per l'adesione originaria**.

Alle somme dovute sono applicati gli **interessi al tasso del 2% annuo** a decorrere **dall'1.11.2023** e vanno versate:

- in **unica soluzione, entro il 31.7.2025**;
- nel **numero massimo di dieci rate consecutive e di pari importo con scadenza**, rispettivamente, il 31.7.2025 e il 30.11.2025 per le **prime 2 rate**; il 28.2, il 31.5, il 31.7 e il 30.11 degli anni 2026 e 2027 per le **rate successive**.

L'agente della riscossione comunica al debitore **entro il 30.6.2025** l'ammontare complessivo **delle somme dovute ai fini della definizione**, incluso quello delle **singole rate**, nonché il **giorno e il mese di scadenza di ciascuna di esse**.

Le dilazioni di pagamento **sossepe** a seguito della presentazione della suddetta **dichiarazione** saranno **revocate alla data del 31.7.2025**.



BILANCIO

Il futuro della sostenibilità: quale sarà? Quello dettato dalla normativa oppure quello dettato dalle scelte strategiche aziendali?

di Andrea Onori



Oggi non si sta parlando d'altro, della **riforma della sostenibilità**, del ripensamento dell'impianto normativo generale della sostenibilità.

Dagli ultimi mesi dello scorso 2024 il Parlamento Europeo e la Commissione Europea stanno **lavorando ad un «Provvedimento OMNIBUS»**, concepito per rafforzare la **competitività delle aziende europee** e con l'obiettivo di semplificare la normativa in **ambito sostenibilità** per tagliare gli oneri e le difficoltà in capo alle stesse.

La proposta intende **consolidare e semplificare**:

1. la Corporate Sustainability Reporting Directive (**CSRD**);
2. il regolamento sulla Tassonomia UE (**Reg. 852/2020**);
3. la Corporate Sustainability Due Diligence Directive (**CSDDD**).

Tale provvedimento e tutti quelli collegati allo stesso porteranno ad una **semplificazione** o ad una deregolamentazione del **reporting di sostenibilità**?

La risposta alla domanda **non è sicuramente facile**.

C'è sicuramente il rischio che si vada verso una **deregolamentazione**, piuttosto che ad una semplificazione, perché l'ipernormazione e l'eccesso di rendicontazione, che caratterizza l'intero ambito della sostenibilità, ha portato tutti gli operatori, professionisti ed aziende obbligate, in primis, a **constatare importanti difficoltà** nella individuazione, raccolta e gestione dei dati e, soprattutto, a far **emergere i limiti degli assetti organizzativi**, amministrativi e contabili focalizzati solo sulla **rendicontazione economico-finanziaria** delle attività d'impresa tali da non riuscire ad organizzarsi per "dare conto", rendicontare, in merito a tutti gli aspetti relativi alle **questioni di sostenibilità ambientale**, piuttosto che sociale oltre che di **governance**.



Altro aspetto rilevante è l'assenza ad oggi di **strumenti tecnologici** che consentano di procedere in modo automatizzato ed integrato con i **sistemi aziendali alla rendicontazione della sostenibilità** secondo i nuovi standard e **principi di rendicontazione europei** (ESRS) oltre che internazionali come i GRI.

Gli strumenti tecnologici sono utili a ridurre **l'onere e il costo del reporting di sostenibilità** per le imprese oltre che a portare **un alleggerimento dell'onere di rendicontazione** per le aziende.

Una rivisitazione dell'impostazione normativa è auspicabile anche a parere di chi scrive, ma è altrettanto fondamentale la **stabilità della normativa**.

Oramai la strada è tracciata, ma forse ci sono delle **curve di troppo**.

Una riformulazione che tende semplicemente a tagliare la **numerosità dei data points** presenti **nella rendicontazione di sostenibilità**, senza un corretto bilanciamento della necessaria, oltre che utile, *disclosure* sui fattori ESG, rischierà di compromettere i passi avanti compiuti nella rendicontazione di sostenibilità.

Molte grandi aziende hanno già iniziato un **percorso virtuoso** che ha al centro la propria sostenibilità.

Il 26.2.2025 la Commissione Europea ha adottato il **Provvedimento OMNIBUS per la CSRD e la CSDDD**.

Il contenuto del Provvedimento si incentra su **alcune principali proposte di modifica**:

1. Riduzione dei soggetti obbligati alla rendicontazione di sostenibilità con **l'innalzamento dei limiti dimensionali**. Viene proposto un consistente incremento del numero dei dipendenti medi da 250 a 1.000 allineando gli stessi alle **soglie previste dalla CSDDD**;
2. Revisione generale degli ESRS con l'obiettivo di **ridurre i data points**;
3. Eliminazione degli **ESRS settoriali**;
4. Rimozione della «*Reasonable Assurance*»;
5. Posticipo di due anni dell'applicazione degli **obblighi di rendicontazione per le grandi aziende** che non hanno ancora iniziato a implementare la **CSRD** e per le **PMI quotate**;
6. Applicazione volontaria della **Tassonomia da parte delle aziende** che saranno in futuro soggette alla CSRD (requisiti: >1.000 dipendenti e fatturato di euro 450.000.000).

Tutto questo considerato e valutato porta, comunque alla conclusione che **non si può tornare indietro**.

Forse è proprio il momento giusto per approfondire e conoscere al meglio cosa effettivamente sia la sostenibilità e come si possa effettivamente **far entrare nelle scelte strategiche aziendali** e non solo perché si deve fare una rendicontazione obbligatoria, ma perché se ne coglie il



valore sottostante.

Quel valore che diventa la base di un **nuovo modello di business** e va ad arricchire lo **sviluppo dell'azienda**.

Comprendere e far comprendere come sia importante **conoscere e governare le interazioni** dell'impresa con tutto ciò che la circonda e interagisce con la stessa (l'ambiente, il territorio e le persone) è la base per costruire **qualsiasi tipo di pianificazione** e programmazione aziendale.

Tutto questo viene chiamato dalla CSRD «Doppia Materialità» e «Stakeholders Engagement» che, indipendentemente dalla CSRD sono e rimangono i **punti su cui una azienda** è opportuno che rifletta e ragioni per la costruzione del **proprio piano industriale**.

Piano industriale che, per essere duraturo nel tempo, deve **essere arricchito e intrecciato** con un appropriato piano di sostenibilità e solo quando questi **due piani saranno allineati** e la loro costruzione sarà congiunta una azienda potrà dirsi e **dichiararsi sostenibile**, non solo economicamente e finanziariamente, ma anche socialmente, **eticamente e sicura del proprio valore sociale**.

Il Bilancio economico finanziario di ogni società rappresenta la stessa con una **sola ed unica metrica**, la moneta di conto, ovvero la **rappresentazione finanziaria** di ogni fatto amministrativo di gestione a rilevanza esterna.

Oggi, è più che opportuno che **ogni azienda non misuri più sé stessa**, e non sia più misurata dall'esterno, solo con la **moneta di conto**.

È **doveroso che ogni società**, che contribuisce allo sviluppo economico del territorio in cui opera, nonché allo sviluppo del sistema economico del proprio Paese, sappia **misurarsi e valorizzarsi con differenti metriche**, quali quelle ambientali e sociali.

L'ambiente è un aspetto di cui **le aziende si devono occupare**, indipendentemente dalla CSRD o da qualsiasi altra legge o legislazione e lo stesso vale per i dipendenti e **tutti gli altri portatori di interessi nell'impresa**.

Valorizzare e **rendere esplicativi** nella propria reportistica del bilancio tali aspetti deve **essere visto come opportunità** oltre che come necessità strategica.

La Governance di una azienda e tutto il sistema di amministrazione e controllo societario devono completare e **integrare i loro processi di gestione e procedure di controllo** inserendo gli **aspetti di sostenibilità per una maggiore stabilità e continuità aziendale**.

Sostenibilità vuol dire:

- **riduzione dei rischi aziendali;**



- vantaggio competitivo;
- efficienza operativa;
- **attrazione e fidelizzazione dei talenti;**
- accesso a **mercati internazionali;**
- **reputazione e immagine aziendale;**
- **supporto all'innovazione.**

Per tutti questi motivi la sostenibilità deve essere **perseguita indipendentemente** da qualsiasi **obbligo normativo.**



AGEVOLAZIONI

Comunità energetiche: impianti facilitati nelle zone agricole e per le leggi regionali

di Silvio Rivetti

Seminario di specializzazione

Comunità energetiche e gruppi di autoconsumo condominiali

Nuove opportunità dall'energia autoprodotta

Scopri di più

Se può essere lecito l'interrogativo, perché voler **costituire una Comunità energetica**, ancora più lecito è domandarsi perché mai non farlo. Oltre ai vantaggi per i consumatori e per i produttori che vi aderiscono – per i primi, in termini di **abbattimento dei costi delle bollette**, conseguibile senza vincoli e costi; per i secondi, in termini di integrazione, mercè la **tariffa incentivante** ex Decreto MASE 7.12.2023, n. 414, cd. “Decreto CER”, della **quota di proventi derivanti dalla cessione dell'energia prodotta** – è da considerare anche un motivo più generale, di **carattere sistematico**, per cui le configurazioni di autoconsumo collettivo di energia rinnovabile, come delineate nella Direttiva (UE) 2018/2001, cd. “Direttiva RED II”, costituiscono uno degli strumenti di base funzionali al raggiungimento degli **obiettivi di incremento della quota di energia da fonti rinnovabili al 2030**, come dettati dalla Direttiva citata e come riconosciuto dall'articolo 1 del testo normativo di recepimento di quest'ultima, D.Lgs. 199/2021.

I **contenuti di beneficio apportati dalle Comunità energetiche**, di carattere insieme ambientale, economico per i loro membri, e sociale in relazione al territorio in cui operano, stanno non solo conquistando il **sempre maggiore interesse dell'opinione pubblica**, ma anche orientando il legislatore a dettare una sempre più ampia e **favorevole cornice istituzionale** e autorizzativa in cui le **Comunità stesse sono ammesse ad operare**.

Ne sia un esempio, in questo senso, il disposto dell'[articolo 5, D.L. 63/2024](#), cd. “Decreto Agricoltura”, che detta **regole speciali e derogatorie a favore delle Comunità energetiche** nell'ambito della disciplina di contingentamento delle “**aree idonee per l'installazione di impianti a fonti rinnovabili**” su suolo agricolo.

È da ricordare che la regolamentazione di carattere generale delle “aree idonee” all’installazione di impianti FER è dettata dall'[articolo 20, D.Lgs. 199/2021](#), il cui comma 1, in particolare, rinvia alla decretazione ministeriale per la determinazione di principi e criteri utili all’individuazione delle predette “aree idonee”; il cui comma 4 demanda alle Regioni l’individuazione finale delle **aree in questione**, nel rispetto dei **principi e criteri ministeriali**; e il cui comma 8, nelle more dell’adozione dei sopra richiamati decreti, identifica le casistiche di



“aree idonee” ad oggi ammesse. In tale contesto, connotato da limitazioni già di per sé non propriamente secondarie, spicca il neointrodotto comma 1-bis, dell'[articolo 20, D.Lgs. 199/2021](#), inserito appunto dall'[articolo 5, D.L. 63/2024](#) “Decreto Agricoltura”, il quale, se in primo luogo detta ulteriori **limitazioni all'installazione di impianti fotovoltaici con moduli collocati a terra nelle zone classificate agricole** dai piani urbanistici vigenti, in un'ottica di difesa e salvaguardia del suolo a vocazione agricola, permettendola solo in alcune delle “aree ammesse” ex comma 8, dell’articolo 20 citato – segnatamente, per completezza di trattazione, nei **siti già dotati di impianti della stessa fonte**, limitatamente a interventi di modifica, rifacimento, potenziamento o integrale ricostruzione; nelle **cave e miniere cessate, non recuperate, abbandonate** o in condizioni di degrado ambientale, comprese quelle già soggette a **ripristino ambientale** e quelle con piano di coltivazione terminato non ancora ripristinate, nonché **discariche o lotti di discarica chiusi o ripristinati**; nei siti e impianti disponibili per le società del gruppo Ferrovie dello Stato italiane, dei gestori di infrastrutture ferroviarie e concessionarie autostradali; nei siti e **impianti disponibili per le società di gestione aeroportuale** all'interno dei sedimi aeroportuali, inclusi quelli degli aeroporti delle isole minori; nelle **aree interne agli impianti industriali e stabilimenti**, nonché nelle aree agricole situate a **non più di 500 metri** da gli stessi impianti o stabilimenti; nelle **aree adiacenti alla rete autostradale** entro una **distanza massima di 300 metri** – in secondo luogo dispone, tuttavia, che tali **limitazioni non si applicano nel caso di progetti che prevedano impianti fotovoltaici con moduli collocati a terra** finalizzati alla **costituzione di Comunità energetiche rinnovabili**, ai sensi dell'[articolo 31, D.Lgs. 199/2021](#) stesso (nonché in caso di progetti attuativi delle altre misure di investimento del Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza, PNRR).

Nella stessa direzione di *favor*, e anzi in maniera ancora più decisa, **paiono muoversi poi i legislatori regionali**. Aprirista è la Regione Toscana, la cui proposta di legge regionale per la disciplina per l'individuazione delle superfici e aree idonee per l'installazione di impianti di produzione di energia rinnovabile, in attuazione dell'[articolo 20, comma 4, D.Lgs. 199/2021](#), prevede al suo articolo 3, comma 2, che, **salva l'esclusione delle sole aree “non idonee”** di cui al successivo articolo 5 (e le aree su cui insistono opere idrauliche ai sensi del Testo unico sulle opere idrauliche, R.D. 523/1904), sono sempre aree “idonee assolute” all'installazione di **impianti fotovoltaici quelle finalizzate ad ospitare sia impianti agrivoltaici** proposti dagli imprenditori agricoli professionali, a conferma della dimestichezza che il mondo agricolo ha con il **settore dell'energia green**; sia, in ogni caso e a prescindere dai temi agricoli, **impianti di potenza inferiore a 1 MW al servizio di comunità energetiche rinnovabili**. Un'apertura da seguire con grande interesse, che, se confermata, facilmente condurrà altre Regioni a supportare lo **sviluppo delle Comunità energetiche con analoghe disposizioni**.



ISTITUZIONI E ASSOCIAZIONI

Caradonna, Presidente ODCEC Milano: «Commercialisti resilienti, useremo bene l'innovazione»

di Simona D'Alessio - Giornalista

The banner features the Euroconference and TeamSystem logos. The text 'EVENTO GRATUITO' and 'TRASFORMAZIONE DIGITALE di dati e documenti per lo Studio del COMMERCIALISTA' in bold. Below it, 'in diretta web 19 marzo - scopri di più >' and an illustration of a person working on a laptop.



L'Ordine dei dotti commercialisti e degli esperti contabili di Milano conta 10.002 iscritti (6.739 uomini e 3.236 donne) ed è guidato da **Marcella Caradonna**, riconfermata nel 2022 alla presidenza. *EcNews* le ha rivolto alcune domande sull'evoluzione della categoria nel mercato del lavoro e dei servizi (in Italia e all'estero), nonché sull'impiego delle nuove tecnologie nello svolgimento dell'attività.

Presidente Caradonna, come vede il futuro del commercialista dal suo Osservatorio?

Constatato come, nel tessuto economico e sociale della nostra Penisola, il commercialista «generalista» stia continuando a svolgere il ruolo di punto di riferimento per famiglie e imprese in un rapporto «*intuitu personae*» (l'espressione latina che indica le azioni effettuate «avendo riguardo per la persona», *ndr*). E ritengo che ciò assumerà sempre maggior valore. In un contesto sempre più caratterizzato da incertezza (non soltanto normativa), e dove è sempre più difficile anche comprendere la correttezza delle informazioni che si ricevono, diventa strategico avere un dialogo con un professionista competente che aiuti e supporti nelle decisioni da prendere. A questo tipo di consulenza più di ampio respiro si affiancheranno, come avviene già ora, del resto, colleghi più specializzati, che potranno intervenire, laddove si rendesse necessaria una specifica competenza. Non sono, quindi, per niente d'accordo con chi vede il nostro destino di categoria segnato, con un inevitabile contrazione, oppure parcellizzato in tante specializzazioni. Anzi. Parlare di noi commercialisti come di coloro che si occupano in modo quasi meccanico di fisco e adempimenti, come spesso sta accadendo, è



molto riduttivo. E, soprattutto, non corrisponde a verità. Ritengo, infatti, che quel che porta ad essere poco attrattiva la nostra professione non sia il lavoro che conduciamo, bensì il non avere alcuna esclusiva, rispetto ai molti obblighi che ci vengono imposti solo per il fatto di essere iscritti all'Albo. C'è molto da fare, anche attraverso un dialogo con le Istituzioni e con la politica.

Qual è la sua ricetta?

Le criticità che ho esposto penso possano essere superate: sono molto ottimista, credo che la nostra professione, anche nell'avvenire, potrà avere un ruolo di rilievo. L'importante, però, è valorizzare chi siamo, concentrandoci sui nostri punti di forza, sulla capacità di esserci per i clienti pure in momenti drammatici come quelli pandemici, dove l'aiuto non è stato soltanto tecnico, ma in molti casi anche psicologico.

Qual è il tasso di innovazione dei commercialisti, e come li vede alle prese con l'intelligenza artificiale?

Credo che l'innovazione, oramai, sia in così rapida evoluzione che si fa veramente fatica a stare dietro al cambiamento e a comprendere come si trasformeranno i nostri studi di qui a pochi anni. Tuttavia, sono convinta che abbiamo a disposizione tutta una serie di strumenti che ci aiuteranno a lavorare meglio e, forse, anche a far fronte alla carenza di collaboratori, che è diventata quasi cronica, soprattutto per le mansioni ripetitive che ormai sono considerate poco appetibili da chi si affaccia nel mondo del lavoro. Però, solamente chi ha acquisito le competenze – e ne è davvero padrone – potrà utilizzare al meglio ciò che l'Intelligenza artificiale può e potrà dare. Del resto, in ogni convegno ed incontro sul tema anche illustri esperti della materia sottolineano che, in ogni caso, resta e sarà sempre centrale il ruolo della persona che vi fa ricorso. Noi siamo una categoria di professionisti resilienti. E credo che, come abbiamo già fatto in passato, sapremo cogliere le opportunità che il progresso può fornire.

Le donne rappresentano una buona «fetta» della platea dei suoi colleghi: spesso più preparate e laureate in tempi più brevi, rispetto agli uomini, faticano ancora, però, a raggiungere i loro livelli reddituali. Come si potrebbe favorire la crescita delle commercialiste?

Purtroppo, vi è ancora molto da fare in questo ambito, poiché i numeri parlano con chiarezza dello squilibrio che permane nella nostra professione. I cambiamenti culturali richiedono tempo ed impegno, ma credo che siamo sulla giusta strada. Sono stata molto contenta che la nostra legge di riferimento preveda che il Comitato pari opportunità sia un organo elettivo, perché è anche un modo per sottolinearne l'importanza. Il Comitato di Milano ha dato vita a



tante iniziative ed è presente in molti tavoli istituzionali che trattano queste tematiche: ciò conferisce entusiasmo anche alle colleghi più giovani, e le invoglia a proseguire anche se, a volte, la strada è più in salita, che per gli uomini della nostra categoria. L'importante è che le commercialiste non si sentano sole e che trovino costantemente contesti che consentano loro di «fare rete». E questo, mi si consenta di dirlo, noi donne riusciamo spesso a realizzarlo molto bene.