



ORDINE DEI
DOTTORI COMMERCIALISTI E DEGLI
ESPERTI CONTABILI

M I L A N O



FONDAZIONE
COMMERCIALISTI
ODCEC di MILANO

DIGITALIZZAZIONE DEGLI STUDI

GLI STUDI PROFESSIONALI, TRA TECNOLOGIE AVANZATE E UN MERCATO SEMPRE PIU' COMPLESSO

Marco Martini

19 dicembre 2023



ORDINE DEI
DOTTORI COMMERCIALISTI E DEGLI
ESPERTI CONTABILI

M I L A N O



1. Un mercato sempre più complesso
2. Digitalizzazione degli studi - significato
3. Il processo di digitalizzazione
4. Digitalizzazione degli studi – vantaggi
5. Tecnologie complementari al software di studio
6. Tecnologie avanzate
7. Open Banking e direttiva PSD2



ORDINE DEI
DOTTORI COMMERCIALISTI E DEGLI
ESPERTI CONTABILI

M I L A N O



Un mercato sempre più complesso

Fino a qualche anno fa gli studi professionali, a differenza delle PMI, guardavano con diffidenza e preoccupazione verso il mondo del digitale.

La pandemia ha accelerato la consapevolezza sull'utilità della tecnologia. I primi passi sono stati fatti, per necessità, nell'ottica dello smart working. Il processo di transizione tecnologica negli studi professionali è, quindi, già iniziato seppur in misura ancora ridotta.

Il rapporto dell'Osservatorio Professionisti e Innovazione Digitale, della School of Management del Politecnico di Milano del 2023 registra, per l'anno 2022, un investimento complessivo di 1.765 miliardi di euro in tecnologie digitali.

La ricerca si concentra anche sulla visione del futuro della professione e i principali pericoli percepiti:

- sviluppo di piattaforme digitali che potrebbero erogare servizi sostituendo le attività più standardizzate, grazie all'utilizzo della AI;
- assunzione personale per supportare il percorso di crescita dello studio;
- difficoltà ad attrarre e trattenere i giovani, non riuscendo a realizzare il passaggio generazionale.

Serve una nuova consapevolezza verso la trasformazione e un approccio sempre più fondato sull'innovazione e sulle tecnologie digitali, per mitigare il crescere della complessità del mercato.

Digitalizzazione degli studi significato

La digitalizzazione non significa solo introdurre nuovi strumenti informativi. E', invece, un **innovativo modello organizzativo** che consente di gestire tutte le attività dello studio in modo integrato, collaborativo, efficace ed efficiente.

Rottura con il passato, le attività sempre meno analogiche portano a (es: fattura elettronica):

- riduzione di carta, possibile miglioramento del *revenue per mq* dello studio;
- disponibilità e lavorabilità del dato digitale, possibile miglioramento della tempistica della risposta al cliente;
- archiviazione del dato digitale, possibile miglioramento di accesso e condivisione del dato.

La possibilità dipende dal cambiamento del modello di organizzazione!

Numerose sono le pressioni del contesto sulle imprese clienti di uno studio: la globalizzazione dei mercati, l'eterogeneità e la sofisticazione sempre maggiore dei loro clienti, l'innovazione tecnologica, i cambiamenti sociali e la necessità di ragionare sempre più in una logica di sostenibilità complessiva dei sistemi economici, sono fattori che potrebbero ripercuotersi sulle attività di studio. Anche lo studio commercialista, come le imprese, deve continuamente adattare il modello organizzativo ai nuovi mutamenti del contesto.

Il cambiamento di modello organizzativo non è, però, semplice. La natura umana spesso è avversa al cambiamento e a tutto ciò che porta al di fuori del nostro modo di fare.

La gestione del cambiamento, cioè un approccio sistematico per affrontare il cambiamento di un'organizzazione nel suo complesso e degli individui che la compongono, diventa dunque un aspetto centrale per il successo delle organizzazioni.

Il successo di un'organizzazione dipende, quindi, oggi in misura sempre maggiore dalla sua capacità di innovarsi e cambiare, non perdendo il contatto con le evoluzioni del mondo che ci circonda.

Così come le imprese, anche l'organizzazione dello studio commercialista, seppur in misura ridotta, è un processo in continua evoluzione e fondamentale per garantire un servizio di alta qualità ai propri clienti.

L'adozione di strumenti digitali, la sicurezza informatica, la presenza online e una mentalità aperta all'innovazione, permettono quindi di affrontare efficientemente la gestione del cambiamento in un mondo sempre più frenetico e costantemente in evoluzione.

Il processo di digitalizzazione

Il processo di digitalizzazione può essere avviato identificando alcuni passaggi chiave:

- 1. Valutazione delle esigenze:** Identificare le aree che potrebbero beneficiare maggiormente dalla digitalizzazione. Potrebbe essere la gestione dei dati, l'automazione di processi ripetitivi, miglioramenti nella customer care, etc.
- 2. Definizione degli obiettivi:** Stabilire obiettivi chiari e misurabili che si vuole raggiungere attraverso la digitalizzazione. Alcuni esempi di obiettivi possono essere, ad esempio, riduzione dei costi operativi, aumento dell'efficienza, miglioramento della customer experience, ecc.

3. Scegliere le tecnologie appropriate: Selezionare le tecnologie e gli strumenti digitali che meglio si adattano per raggiungere gli obiettivi precedentemente identificati. Naturalmente, le soluzioni digitali disponibili della software house già in uso in studio, potrebbe diminuire la resistenza al cambiamento da parte di dipendenti/collaboratori. Alcune soluzioni potrebbero includere software per la gestione dei dati, soluzioni di cloud computing, automazione dei processi, intelligenza artificiale, etc.

4. Formazione e coinvolgimento del personale: Assicurarsi che il personale sia adeguatamente formato e coinvolto nel processo di digitalizzazione. Questo può includere corsi di formazione, workshop e comunicazioni interne per spiegare i benefici e le modifiche previste.

5. Implementazione graduale: Iniziare con fasi pilota o aree specifiche per testare l'efficacia delle soluzioni digitali prima di estenderle a tutta l'organizzazione. Questo approccio graduale può ridurre il rischio di interruzioni o problemi significativi.

6. Monitoraggio e valutazione: Una volta implementate le soluzioni digitali, monitorare costantemente i risultati ottenuti rispetto agli obiettivi prefissati. Apportare modifiche o miglioramenti laddove necessario per massimizzare i benefici della digitalizzazione.

7. Adattabilità e evoluzione: Il panorama digitale è in continua evoluzione. Mantenersi aggiornati sulle nuove tecnologie e adattare costantemente la strategia di digitalizzazione per rimanere competitivo e all'avanguardia nel settore.

Digitalizzazione degli studi vantaggi

La dematerializzazione e digitalizzazione permettono di:

- automatizzare i processi: l'utilizzo di software avanzati può automatizzare le attività manuali e ripetitive, migliorando l'efficienza operativa e, quindi, lasciare più tempo per svolgere servizi a valore aggiunto;
- accedere in tempo reale ai dati contabili e finanziari: i software in cloud consentono la condivisione in tempo reale dei dati, semplificando la collaborazione e consentendo decisioni finanziarie informate;
- ridurre gli errori umani: la probabilità di errori umani dovuti a stanchezza/imprecisione è significativamente ridotta;

- avere più tempo da investire nell'aggiornamento professionale;
- attrarre i nativi digitali: l'utilizzo di un modello organizzativo basato sul digitale permette di attrarre e mantenere maggiormente le nuove generazioni, andando a ridurre il rischio del passaggio generazionale;
- aumentare la presenza sul cliente: attraverso riunioni in videoconferenza si può interagire in modo rapido, riducendo la necessità di incontri fisici e di tempo di spostamento;

Tecnologie complementari al software di studio

- Condivisione digitale dei documenti: Dropbox, Google Drive, OneDrive, WeTransfer, SharePoint, ecc;
- Software di Business Intelligence: Microsoft Power BI (Corso 2024), Qlik sense, Tableau, Sisense, Zoho Analytics, ecc;
- Sviluppo di applicazioni: Oracle APEX (corso 2024)
- Software per automatizzare: Zapier (permette di automatizzare azioni tra diverse applicazioni web)

Tecnologie avanzate

- Robot Process Automation, è una soluzione software che realizza l'emulazione di alcune attività svolte da operatori umani mediante l'utilizzo di applicazioni esistenti.

Un'istanza di una soluzione di RPA, progettata ed implementata per svolgere una o più attività o uno o più step di un processo, è denominata solitamente BOT. Un BOT può, ad esempio, svolgere una o più delle seguenti attività:

- aprire le email e gli allegati;
- catturare dati da pagine web;
- spostare file e cartelle da un server ad un altro;
- fare il login delle applicazioni utilizzate in azienda;
- interagire con una o più applicazioni (ad esempio per imputare o estrarre dati);

- leggere e scrivere su un database;
- estrarre dati strutturati da documenti e transazioni;
- compilare form;
- svolgere calcoli e quadrature di dati;
- istanziare regole deterministiche (ad esempio set limitato di “if/then”);
- richiedere e gestire l’intervento di operatori umani.

I BOT non sono invece direttamente e autonomamente in grado di:

- gestire informazioni e dati non digitalizzati;
- estrarre e/o comprendere dati non strutturati;
- svolgere compiti complessi e ragionamenti specifici che necessitino l’emulazione di giudizi e/o l’esperienza di esperti;
- adattarsi in autonomia a eventuali variazioni delle applicazioni utilizzate.

- Intelligenza Artificiale, è l'abilità di una macchina di mostrare capacità umane quali il ragionamento, l'apprendimento, la pianificazione e la creatività.

L'intelligenza artificiale permette ai sistemi di capire il proprio ambiente, mettersi in relazione con quello che percepisce, risolvere problemi e agire verso un obiettivo specifico. Il computer riceve i dati (già preparati o raccolti tramite sensori, come una videocamera), li processa e risponde.

I sistemi di IA sono capaci di adattare il proprio comportamento analizzando gli effetti delle azioni precedenti e lavorando in autonomia.

- Machine Learning, è un sottoinsieme dell'intelligenza artificiale che si occupa di creare sistemi che apprendono o migliorano le performance in base ai dati che utilizzano.

Open Banking e direttiva PSD2

Con Open Banking si intende un ecosistema aperto e digitale che consente, anche senza la presenza di accordi prestabiliti, lo scambio di dati e informazioni, non solo finanziarie, tra gli operatori (bancari, finanziari e non) che ne fanno parte.

I servizi di Open Banking regolati dalla direttiva PSD2 sono offerti dalle cd. terze parti (Third Party Providers), che possono offrire:

- servizi di informazione sui conti di pagamento detenuti dal cliente presso uno o più prestatori di servizi di pagamento (Servizio di informazione sui conti/Account Information Service – AIS);
- servizi attraverso i quali il TPP dispone, su richiesta del cliente, un ordine di pagamento a valere su un conto di pagamento che il cliente detiene presso un altro prestatore di servizi di pagamento (Servizio di disposizione di ordini di pagamento/Payment Initiation Service – PIS);

- servizi di pagamento basati sulle carte, che richiedono una procedura di conferma fondi su un conto che il cliente detiene presso un altro prestatore di servizi di pagamento che non è preventivamente associato tramite un accordo contrattuale alla carta di pagamento (Servizio di conferma fondi/Card Initiated Service – CIS).

Highlights:

- necessità di utilizzare, già da oggi, solo dati digitali in ottica di un futuro sempre più tecnologico del contesto in cui lo studio opera;
- mentalità aperta all'innovazione.

GRAZIE PER L'ATTENZIONE

Marco Martini
marco-martini@live.it
