

La nuova via della consulenza capire per ricostruire

Competenze integrate, innovazione interdisciplinare, nuovi modelli e digitalizzazione: Rocco Abbondanza, managing partner di Rsm Italy, spiega a Economy la revisione contabile del prossimo futuro

dalla redazione



ROCCO ABBONDANZA, MANAGING PARTNER RSM ITALY

«NUOVI MODELLI DI BUSINESS E FORTE DIGITALIZZAZIONE: CHE LE RISPOSTE FORNITE DA 110 IMPRENDITORI AL NOSTRO SONDAGGIO INDICHINO QUESTE LINEE-GUIDA PER LA RIPRESA DOPO IL COVID MI SEMBRA UN'OTTIMA NOTIZIA.

È una luce di ottimismo, di positività, che aiuta tutti»: Rocco Abbondanza, presidente e managing partner di Rsm Spa – che insieme ad Economy Group e Andaf ha promosso il sondaggio illustrato nelle pagine precedenti – sintetizza così il suo giudizio sulle risposte pervenute: «Tutti abbiamo bisogno di capire per ricostruire. Per guardare al futuro con approcci nuovi. Abbiamo bisogno di competenze integrate.

Il nuovo necessario presenta molte sfaccettature. Non possiamo parlare di digitalizzazione o smart-working senza ripensare

tutte le funzioni aziendali e, appunto, lo stesso modello di business. È un qualcosa che stiamo misurando innanzitutto su noi stessi».

In che senso?

Tutto quello che stiamo facendo nell'immediato e progettando per il domani deve procedere nella stessa direzione. Dall'organizzazione del lavoro alla finanza aziendale, dobbiamo arricchire e consolidare le nostre competenze senza improvvisazioni. I team devono portare soluzioni complessive ai problemi. Tutte le nostre ultime iniziative sono ispirate a questo cri-

terio, dalla joint venture con Wolters Kluwer a quella con Var Group alla stessa partnership con Economy Group (di cui Rsm Italia è azionista, ndr). Questo oltretutto ci colloca sulla frontiera dell'innovazione interdisciplinare e ci qualifica nelle relazioni con il network internazionale di Rsm. Tra gli obiettivi di Rsm Global per il 2025 c'è quello di avere almeno il 3% delle fees da subscriptions, ma noi – grazie ai software per la revisione, Genya Revisya, e per la gestione crisi d'impresa, Genya Crisi d'Impresa, contiamo di raggiungere questo livello entro il 2020.

Ma quest'approccio integrato come si esprime, in concreto, verso i clienti?

La formula della consulenza tradizionale - "vi dico cosa dovete

fare, poi come riuscirci è affar vostro" – è superata. Il nostro approccio è solidale e operativo. Aggiunge ambizione e visione per essere utili al cliente anche nella gestione concreta del cambiamento. Siamo contenti che nel nostro nome ci sia ancora la qualifica di "società di revisione e organizzazione contabile" perché chi parla con noi sa che siamo gente concreta, che vede i numeri e quel che i numeri esprimono. Del resto, viviamo di reputazione e credibilità. Quando firmiamo un bilancio, ne rispondiamo, se si va sul mercato senza le competenze e le capacità di fare, oltre che parlare, si depaupera il marchio. La nostra consulenza è apprezzata

proprio perché nasce da una società di revisione che non può esprimersi con superficialità e deresponsabilizzazione. Una consulenza che viene da una società di revisione deve essere solida e affidabile.

Come s'inserisce, in questa visione, la scelta di lanciare dei software di nuova generazione per accelerare il processo di revisione o quello di gestione della crisi d'impresa?

Quelli ai quali lei si riferisce e che Rsm Italia ha introdotto nella sua strumentazione operativa sono strumenti innovativi, intelligenti, proprietari, che avocano a sé ed automatizzano le funzioni basali di queste attività per liberare le energie più qualificate e delle nostre risorse umane e dar loro il modo di dedicarsi alle attività a maggior valore aggiunto. Genya Revisya è in questo senso un prodotto estremamente innovativo. Insieme a Genya Crisi d'Impresa, è un prodotto che ci posiziona ad alto livello, e su scala mondiale. Anche il talk on-line che stiamo facendo su business model canvass va in questa direzione: dare visibilità e intensificare il confronto tra le nostre risorse professionali e il mercato guardando ai business nel loro insieme.

I clienti capiscono? Apprezzano?

Oggi i clienti hanno aspettative elevate e complesse, certamente acute dall'emergenza del Coronavirus non si accontentano di una parte delle risposte, desiderano – mai come in questa fase di ripartenza – una consulenza globale.

(s. l.)