

Quanto costa investire in uno studio

Lo tsunami Covid sul mondo delle professioni, già interessato da una pluridecennale crisi sistemica, è stato e sarà molto pesante: da circa 2 mesi la maggior parte dei professionisti si trova nell'impossibilità di produrre reddito. «Il professionista deve comprendere — spiega Alessandro Siess, fondatore di MpO — che ora più che mai lo studio moderno deve essere dotato di un'organizzazione più strutturata ed autonoma per superare questa crisi. Per questo il nostro studio si è specializzato nella gestione di acquisizioni e fusioni tra studi professionali». Da anni tutti gli addetti ai lavori concordano sul fatto che i professionisti devono aggregarsi fra loro per realizzare strutture organizzative più solide.

Vicino al ritiro

«Abbiamo realizzato tre simulazioni — Corrado Mandirola, fondatore e ad di MpO — a 30, 50 e a 65 anni la professione si presenta da angolazioni diverse ma sempre con prospettive di vantaggio in caso di aggregazione».

Per superare la crisi, serve un'organizzazione solida
Aggregarsi è un'opzione vincente. La spesa richiesta

di **Isidoro Trovato**

Il professionista vicino all'età pensionabile ha la necessità di pianificare nei prossimi 5-10 anni il passaggio generazionale del suo studio e quindi di individuare soluzioni che consentano da una parte una monetizzazione in suo favore, ma dall'altra anche la possibilità di privilegiare la qualità della sua vita e di avere tempo da de-

dicare ad altre attività. Ha quindi bisogno di trovare un partner che lo aiuti a smarcarsi dall'attività gestionale, a ritagliarsi un ruolo nuovo all'interno della struttura, che lo gratifichi ma non lo assorba completamente, mantenendo un reddito adeguato al suo standard. Uno studio da 550 mila euro l'anno di fatturato avrebbe un valore di mercato da 640 mila euro.

Il cinquantenne

Sempre più spesso i professionisti cinquantenni decidono di aderire ad un progetto aggregativo che preveda la cessione iniziale del suo studio. Parliamo di professionisti di successo e prestigio, che hanno creato e sviluppato studi con 10/15 e più dipendenti e collaboratori, con fatturati che consentono marginalità importanti. Però



Volti

Dall'alto, i fondatori di MpO & Partners: Alessandro Siess e Corrado Mandirola

comprendono che hanno raggiunto il loro limite, più di così non possono crescere. Uno studio individuale dal fatturato di 880 mila euro l'anno a Milano potrebbe vendere il 50% delle sue quote per 616 mila euro.

I giovani

Salvo rare eccezioni, non sono protagonisti dei processi di aggregazione. Quali le ragioni: mancanza di coraggio sfiducia nell'attuale congiuntura economica, ma soprattutto scarsa consapevolezza sulle reali potenzialità di tali operazioni. Facciamo un esempio riferito al mondo dei commercialisti. A dicembre 2018, il 17% dei commercialisti iscritti all'albo aveva più di 60 anni, quindi stiamo parlando di circa 20.000 professionisti che sono più o meno a tiro dall'età pensionabile. A Roma rilevare uno studio di un professionista in pensione con un fatturato da 210 mila euro l'anno, richiede un investimento di 285 mila euro. Alla portata di un piccolo gruppo di giovani professionisti.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

NEWS DALLE AZIENDE

a cura di RCS PUBBLICITÀ

DEWALT

L'azienda specializzata in elettrotensili diventa modello per la **SICUREZZA ANTI-COVID 19**

DeWalt Industrial Tools, azienda specializzata nella produzione di elettrotensili professionali, è stata dichiarata il migliore stabilimento nel contrasto al Coronavirus del gruppo Stanley Black & Decker e rappresenta un modello per molte altre aziende. Un modello che ha funzionato perché tutto si è mosso in largo anticipo: dall'inizio di gennaio nella fabbrica di Corciano, in provincia di Perugia, si è immaginato lo scenario peggiore, l'arrivo del virus dalla Cina, impiegando gli

atomizzatori di liquidi per sanificare lo stabilimento, dispenser di liquidi per sanificare mani e occhiali, mascherine, guanti e visiere in abbondanza. Tutti questi dispositivi si trovavano, in quel periodo, ancora facilmente in commercio. È stato poi distribuito ai dipendenti un manuale con i consigli dell'Organizzazione Mondiale della Sanità e le stesse informazioni erano trasmesse 24 ore al giorno su tutti gli schermi presenti nello stabilimento. Si è deciso di mettere a disposizione dei dipendenti il numero



strumenti della metodologia «lean thinking» già utilizzati per il problem solving aziendale e per la flessibilità operativa. Nello stabilimento umbro, che conta 220 dipendenti, si sono quindi attivate subito alcune misure come l'installazione dei dispenser con fotocellula per consentire al personale di disinfettarsi all'entrata e all'uscita dal posto di lavoro. All'inizio di febbraio, la fabbrica era già equipaggiata con soluzioni per far sentire i dipendenti al sicuro, con sistemi di misurazione della temperatura, pannelli parafuoco nelle zone comuni e nelle aree relax,

di telefono del medico aziendale per avere informazioni sul Coronavirus e consigli sui comportamenti da tenere nel corso dell'attività lavorativa. Inoltre, è stato subito incentivato lo smart working, inizialmente per il 15% dei dipendenti ma con l'obiettivo di arrivare al 30%. Infine, è stata avviata una serie di disposizioni organizzative come la regolamentazione degli ingressi per evitare gli assembramenti e la chiusura della mensa al personale esterno, limitando inoltre i contatti fisici tra i tavoli della mensa stessa e abolendo il self-service.

• www.dewalt.it •

VIMAR

Tra i finalisti del premio **BEST PACKAGING**



Anche per l'edizione 2020, Vimar è tra i finalisti del premio Best Packaging. L'azienda è stata questa volta selezionata per un packaging innovativo appositamente studiato per contenere e proteggere il Touch screen domotico Codice 01422. Un delicato e sofisticato dispositivo di controllo touch con display a colori capacitivo da 7", che si installa a parete, utilizzabile sia come supervisore di un impianto domotico sia come posto interno videocitofonico e gestore di telecamere. Nello sviluppare l'imballo, è stata adottata tutta una serie di accorgimenti per soddisfare appieno determinati parametri qualitativi e funzionali. Il design si presenta particolarmente innovativo per questa tipologia di articolo. Non una semplice scatola, ma un vero e proprio cofanetto richiudibile e riutilizzabile che, da un lato, protegge maggiormente il prodotto e, dall'altro, lo valorizza sul punto vendita. Il pack è mono materiale, realizzato interamente in carta riciclata e al 100% riciclabile, in quanto anche l'inchiostro giallo che caratterizza la grafica Vimar è a base di acqua. Infine, ogni imballo è dotato di un'etichetta RFID che migliora la movimentazione a magazzino e consente di tracciare l'intera vita del prodotto.

• www.vimar.com/it/it •

KANGRA

Per affrontare la Fase 2, un nuovo **SPRAY** essenziale per igienizzare in modo pratico e sicuro

L'emergenza Covid-19 ci impone più attenzione verso noi stessi e verso gli altri e tra le numerose sfide da affrontare c'è anche quella dell'igienizzazione dei negozi e la sanificazione dei capi. Alla luce di questo nuovo scenario, Kangra - brand da sempre impegnato nella realizzazione della maglieria più pregiata, utilizzando fibre dalla storia millenaria, naturali e sostenibili - riprogetta l'esperienza di acquisto, ridefinendo le relazioni tra consumatore, prodotto e personale di vendita, mettendo a punto uno spray in grado di igienizzare gli ambienti, le superfici e soprattutto sanificare i capi offrendo al cliente un'esperienza sicura. Si tratta di uno

spray igienizzante per fibre naturali da utilizzare direttamente sui capi a una distanza di 25/30 cm, per permettere una maggiore area di aderenza senza umidificare eccessivamente. Il

prodotto, disponibile per l'acquisto presso le boutiques monobrand (a Bologna, Firenze, Mantova, Cortina, Courmayeur, Bormio, Ortisei, Bergamo) e i rivenditori autorizzati, può essere utilizzato anche su superfici quali tavoli, sedie, computer, specchi, divani.

• www.kangra.it •



CALZIFICIO RE DEPAOLINI

RED IS WATER LESS: meno acqua ed energia per salvaguardare il mare e il suo ecosistema

Etico e precursore dell'impegno verso la sostenibilità ambientale, il Calzificio Re Depaolini si rende un player attivo nel promuovere e utilizzare nelle sue collezioni dei nuovi asset che vadano a contribuire a un minore utilizzo dell'acqua per preservare il nostro mare e l'ambiente. L'otto giugno è la giornata mondiale degli oceani e tutti noi, aziende e persone, dobbiamo essere più responsabili

dando un vero contributo a questo cambiamento necessario. Il Calzificio Re Depaolini, di cui fanno parte i brand Rede e Red, è stato certificato dall'Istituto per la Certificazione Etica e Ambientale e valutato idoneo per il Global Organic Textile Standard (GOTS): questo significa che l'azienda sta riducendo il consumo di acqua ed energia mettendosi a disposizione dell'ambiente. La collezione Red è destinata a essere l'iconica dichiarazione dell'uomo eco, pur senza dimenticare lo stile. Nasce da questo connubio la linea Luxury Sport in cotone biologico firmata dall'ecostilista Tiziano Guardini. Una calza a coste pronta a diventare un must have.

• www.redegroup.it •

