

IN REGALO / Torna la guida di Win The Bank per i commercialisti consulenti d'impresa

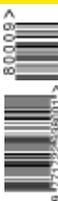
<https://www.economymagazine.it/prodotto/economy-n-9-marzo-2018/#magazine>

# Economy

MODELLI. OPPORTUNITÀ. SOLUZIONI.

[www.economymag.it](http://www.economymag.it)

Marzo 2018 Euro 4,50



## LA TASSA PROMESSA



**ELEZIONI 2018/ Al di là degli slogan elettorali, ecco gli interventi possibili e immediati su fisco e sussidi che stavolta le categorie dell'economia pretendono**



**«PER FCA IL 2018 SARÀ TRAINATO DA JEEP»**  
WORKSHOP SALONE DI GINEVRA: INTERVISTA CON ALFREDO ALTAVILLA

### PRIVACY

Siamo in ritardo sulle norme Ue imprese a rischio supermulte

### ENERGIA&BUSINESS

Verde speranza, l'economia green cresce a doppia cifra

### FONDI EUROPEI E PMI

L'Italia stavolta ha risposto bene 6,9 miliardi dal Piano Juncker

### TRASPORTI

Dopo la tragedia di Pioltello più urgente l'intermodalità

### LA RUBRICA

Arriva "Sarò Franco" di Franco Tatò

### MERCATI

Dollaro, repricing più vicino di Ugo Bertone

ECONOMY / ANNO II | N. 09 | MENSILE | MARZO | DATA DI USCITA IN EDICOLA: 23 FEBBRAIO 2018

Economy

Gestire l'impresa | Finanziare l'impresa | Vita da Manager | Domande&Offerte | E poi il piacere...

Marzo 2018

# Marzo 2018

005 **L'EDITORIALE**  
DI SERGIO LUCIANO

011 **SARÒ FRANCO**

**SANITÀ, RIVOLUZIONE USA**  
Il fai da te di Amazon e JP Morgan

013 **COVER STORY**

**TASSE, LE PAROLE D'ORDINE**  
Abbattere l'Iva e semplificare

014 **TAGLI ALLA SPESA PUBBLICA**  
L'opinione di Luigi Casero

018 **FLAT TAX, PERCHÉ SÌ**  
Intervista a Nicola Rossi

020 **FLAT TAX, PERCHÉ NO**  
Parla Ferruccio De Bortoli

022 **COME FUNZIONA ALL'ESTERO**  
Fisco in Francia, Germania e Usa

024 **MA VOTARE È UN DOVERE!**  
Parola di Cimmino (Yamamay)

027 **GESTIRE L'IMPRESA**

**PRIVACY, ORA SI RISCHIA GROSSO**  
Tra 3 mesi va in vigore il GDPR

030 **EXPORT LOMBARDIA**  
Così la Regione aiuta le imprese

032 **IL MADE IN ITALY A NEW YORK**  
Guida breve per lo sbarco in Usa

034 **CRESCERE NELL'EXPORT**  
Tutte le scelte strategiche

036 **FINANZIARE IL LAVORO**  
Openjobmetis insieme a Lendix

038 **RESISTERE ALLA DISRUPTION**  
Il nuovo master della LIUC

039 **SOCIAL E MILLENNIALS**  
Il BarCamp di HRC

040 **PREVIDENZA E POLITICA**  
Federmanager contro i populismi

042 **COME SPENDERE BENE?**  
Ottimizzare i costi con Cosman



015

044 **ECCELLENZE MADE IN ITALY**  
Ratti usa per R&D il 14% dei ricavi

046 **L'IMPRESA CHE CAMBIA**  
Gestire la trasformazione "lean"

047 **CONFPROFESSIONI**  
Fisco e lavoro: «Largo ai piccoli»

049 **FINANZIARE L'IMPRESA**

**FONDI UE, L'ITALIA C'È**  
6,9 miliardi per le nostre Pmi

052 **CREDITO & TERRITORIO**  
Perché ce l'hanno con le Popolari?

054 **CREDITO & RISCHIO**  
Parla il nuovo ad di CRIF

056 **CHI HA PAURA DEL FINTECH?**  
Italia fanalino di coda in Europa

058 **IL PRIVATE DEBT CHE PIACE**  
Le rilevazioni di AIFI e Deloitte

060 **FINANZIARE LE STARTUP**  
L'investor day di Digital Magics

062 **SHORT STORIES**  
Notizie dalle imprese in breve

065 **WORKSHOP**  
**ENERGIA 1/BUSINESS**

**ECONOMIA GREEN**  
Una crescita inarrestabile

068 **ENERGIA SOSTENIBILE**  
Il piano industriale di Hera

070 **EMISSIONI E INQUINAMENTO**  
L'Italia è meglio della Germania

073 **WORKSHOP**  
**ENERGIA 2/MOBILITY**

**DAL SALONE DI GINEVRA**  
Il futuro? Delle e-car, obviously

076 **FCA PUNTA SU JEEP**  
Intervista ad Alfredo Altavilla

080 **NAVI E CAMION GREEN**  
Le nuove frontiere dei trasporti

082 **MOBILITÀ ELETTRICA**  
La sfida di Sicily By Car

084 **LOGISTICA E FERROVIE**  
Perché la cura del ferro non va

**087** **COMUNICARE L'IMPRESA**

**COME TENERSI I CLIENTI**  
La customer loyalty del futuro

089 **LA CLASSIFICA DELLA GDO**  
I brand più efficaci sui social

**091** **COMMENTI**

**UOMINI&DENARI**  
di Alfonso Ruffo

092 **PRIVATE BANKER**  
di Ugo Bertone

093 **MERCATI 1/BOLLA FINANZIARIA**  
Il futuro di Wall Street? Il crollo

094 **MERCATI2/IL DOLLARO RISALE**  
Ma Trump ha un'arma da usare

096 **QUI PARIGI**  
di Giuseppe Corsentino

098 **QUEL CHE RESTA DEL MESE**  
a cura del Sussidiario.net

100 **CI PIACE/NON CI PIACE**  
Affari, i promossi e i bocciati

**103** **STORYLEARNING**

**I GELATI A STELLE E STRISCE**  
La storia di Stefano Versace

105 **IL WELFARE AZIENDALE**  
Tutti i benefit per i lavoratori

106 **LUBRIFICANTI NEL MONDO**  
Syneco conquista l'estero

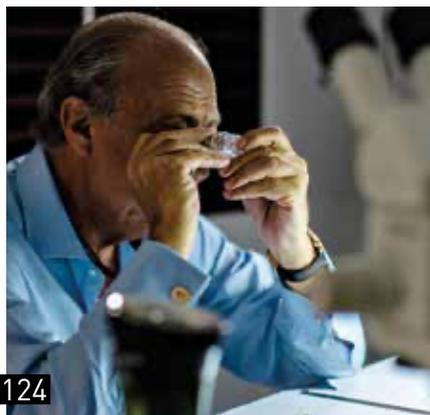
108 **MOBILITÀ DEL FUTURO**  
L'IoT sale a bordo delle auto

110 **LUSSO A QUATTRO ZAMPE**  
Le medagliette di MyFamily

111 **IL PAESE CHE CRESCE...**  
Le news dal mondo produttivo

**113** **START-UP TELLING**

**MENTORSHIP E STARTUP**  
BHeroes e Endeavor



**124**

115 **BUSINESS ANGEL**  
Finanziare le eccellenze

116 **IL NUOVO CHE AVANZA**  
Modelli e case histories in breve

**119** **DOMANDE&OFFERTE**

**IL VALORE DEL CAMBIAMENTO**  
Le nuove sfide per i consulenti

124 **CREDIT CRUNCH**  
I nuovi mediatori per le imprese

126 **MADE IN SICILY**  
Ristrutturazioni chiavi in mano

**129** **VITA DA MANAGER**

**IL "BENDESSERE" IN AZIENDA**  
Vivere meglio per produrre di più

132 **MANAGER ALLO SPECCHIO**  
Capozza, Gualerzi, Bossi

134 **ITALIANI E TECNOLOGIA**  
Il manager tricolore di Fujitsu

**137** **E POI IL PIACERE...**

**PRENOTARE AL RISTORANTE?**  
Con The Fork pensa a tutto l'app

140 **ACQUA PURA ANCHE IN UFFICIO**  
Con i boccioni di Acquaviva

142 **L'HOTEL CHE PIACE ALLE DONNE**  
Il Wordhotel Cristoforo Colombo

144 **SUPER-GIOIELLI SENZA CRISI**  
Il successo di de GRISOGONO

146 **LE RAGIONI DEL GOSSIP**  
I sussurri di Monica Setta

# Economy

Mensile edito  
da Economy Srl

**Direttore responsabile**  
Sergio Luciano

**In redazione**  
Francesco Condoluci  
(caporedattore),  
Marco Scotti, Riccardo Venturi

**Contributors**  
Ugo Bertone,  
Giuseppe Corsentino,  
Corrado Sforza Fogliani  
Franco Tatò

**Hanno collaborato**  
Letizia Ayros, Alessio Beltrami,  
Flavio Ceravolo, Gilda Ciaruffoli,  
Angelo Curiosi, Pietro Del  
Giudice, Lorenzo Dornetti  
Giordano Fatali, Oreste Ferrari,  
Marco Gemelli, Ettore Grassano,  
Alessandro Luongo, Valerio  
Malvezzi, Marina Marinetti,  
Susanna Messaggio, Franco  
Oppedisano, Luigi Orescano,  
Rita Palumbo, Alfonso Ruffo,  
Monica Setta, Elisa Stefanati,  
Gianluca Zaponini

**Grafica e impaginazione**  
Raffaella Jada Gobbi  
Liliana Nori

**Segreteria di redazione**  
Monia Manzoni  
m.manzoni@economymag.it

**Dominio web**  
www.economymag.it

**Comitato scientifico**  
Marco Gay, Anna Gervasoni,  
Fernando Napolitano,  
Giulio Sapelli, Antonio Uricchio

**Amministratore unico**  
Giuseppe Caroccia

**Editore incaricato**  
Domenico Marasco

**Partnership editoriali**  
Aifi - Assocamerestero  
- Confprofessioni -  
Federmanager - Università  
Carlo Cattaneo Liuc -  
HRCommunity - ilsussidiario.net

**Casa editrice Economy s.r.l.**  
Piazza Borromeo 1, 20123 Milano  
Tel. 02/89767777  
Registrazione Tribunale di Milano  
n. 101 del 14/03/2017

**Economy** è un marchio registrato da  
Arnoldo Mondadori Editore Spa.  
Tutti i diritti riservati.  
Pubblicato da Economy Srl su licenza di  
Arnoldo Mondadori Editore Spa

**Concessionaria di pubblicità**  
Opq - Organizzazione Pubblicità  
Quotidiani S. R. L.  
Amministratore delegato: Stefano Fraschetti  
02/66992526

**Distribuzione**  
Pressdi - Via Mondadori, 1 - Segrate  
02 7542097

**Stampa**  
Stampa Rotolito, S.p.a  
20063 - Cernusco sul Naviglio (MI)

# I consulenti per il successo che dagli Usa guardano l'Italia

**Uno studio di commercialisti newyorkesi cerca alleanze strategiche con il nostro paese per aiutare le imprese che vogliono sbarcare negli Stati Uniti**

di *Letizia Airos\**

**QUESTO MESE METTIAMO A CONFRONTO I DUE ARTEFICI DI UNA NASCENTE PARTNERSHIP: PAOLO SINISCALCO, FONDATORE DELLO STUDIO DI COMMERCIALISTI CHE PORTA IL SUO NOME, CON SEDE A ROMA E MILANO, E ROCCO TOTINO, SENIOR PARTNER DELLO STUDIO GRASSI & CO. DI NEW YORK.** Un italiano

e un americano (anzi, un italo-americano, e orgoglioso di esserlo) insieme per assistere le aziende italiane che sbarcano negli USA e si trovano davanti a difficili, e a volte pericolosi intrecci giuridici e finanziari.

Qualche mese fa Paolo Siniscalco è riuscito a far incontrare i colleghi americani con una folta delegazione del Consiglio Nazionale dei Dottori Commercialisti e degli Esperti Contabili (CNDCEC) un meeting tenutosi nel grande ufficio di Grassi & Co, due interi piani in un grattacielo di Madison Avenue, con vista sulla famosa St. Patrick Cathedral. Cominciamo quindi a parlare con Rocco Totino di questo aspetto.

**ROCCO TOTINO, cosa vuol dire per Grassi & Co. ampliare la propria rete anche in Italia, incontrare colleghi italiani?**

In questo studio siamo quasi tutti di origine italiana, a cominciare dal fondatore Lou Grassi, ed abbiamo tanti clienti interessati a lavorare sulle due sponde dell'Oceano. Per svolgere



questo tipo di lavoro è molto importante che il nostro nome sia ben conosciuto in Italia. Spero che i nostri colleghi italiani ci aiuteranno sempre più a promuoverlo. Non è che ci aspettiamo un incremento immediato della nostra attività, ci vorrà del tempo ma si comincia così.

**Cosa pensa della realtà italiana nel suo ambito professionale?**

I commercialisti italiani sono bravissimi, ma sono dispersi in tante, troppe, piccole realtà. Il nostro è un modello che guarda al futuro e tende ad espandersi, ad ingrandirsi per essere in grado di fornire più servizi in modo integrato. La professione di commercialista sta cambiando. Oggi è particolarmente importante la consulenza.

**Infatti il payoff di Grassi & Co. è "success consultants" (consulenti per il successo).**

Certo. E per fare questo occorre assumere persone specializzate e per farlo bisogna espandersi. Per convincere i migliori professionisti a lavorare per te devi diventare sempre più grande. Questo è quello che vogliamo. Non penso che sia molto diverso in Italia.

Ad esempio se del centinaio di commercialisti

italiani che hanno visitato la nostra sede, venti di loro unissero le forze, le cose gli andrebbero molto, ma molto meglio.

**L'Italia però è un Paese pieno di piccole/medie imprese.**

Capisco la realtà italiana, ma so anche che il mondo sta diventando molto più globalizzato e questa è la trasformazione a cui bisogna adattarsi nella nostra professione. Anche l'Italia ha bisogno di questo. Ogni paese ne ha bisogno, non solo gli Stati Uniti.

Qui a Grassi & Co. siamo oltre 300 persone. Abbiamo capito che è necessario operare su scala globale e abbiamo

bisogno di questa dimensione per poter servire meglio i nostri clienti. Anche negli Stati Uniti ci sono piccoli studi di commercialisti. Si prendono cura di piccoli negozi e di piccole imprese. Va bene. C'è bisogno di questo. Ma alla fine, è necessario crescere perché le aziende stanno crescendo. Anche le aziende italiane vogliono crescere. E per operare negli Stati Uniti o in qualsiasi altro paese devono comprendere gli aspetti internazionali del loro lavoro. I fatturati arriveranno se sapranno lavorare al di là dei confini, non all'interno. Ed hanno bisogno di

studi come il nostro per seguire questo tipo di operazioni.

### **Nel suo lavoro c'è anche una componente personale. Le sue radici. Perché l'Italia è così importante per lei?**

Beh, è il mio paese d'origine. È la mia "patria". Sono nato in Calabria e sono venuto qui quando avevo dieci anni. Quindi, sì, ne sono appassionato. Se un italiano ha bisogno del nostro aiuto, o del mio aiuto, sarò più che felice di offrirlo, comunicare e dare consigli. Ovviamente è un tipo di cortesia professionale che facciamo sempre, ma se un cliente è italiano, ha un'attenzione particolare qui!

### **PAOLO SINISCALCO è a New York ormai da cinque anni. Perché?**

Lo scopo principale che mi ha spinto a trasferirmi qui è stato il forte desiderio di voler "internazionalizzare" il mio studio, Siniscalco & Partners, rendendolo davvero competitivo e al passo coi tempi. L'incontro, dopo due anni di presenza a New York, con Grassi & Co. che, dal canto loro, puntavano ad avere una presenza più forte in Italia, ha accelerato l'intero processo. Insieme, abbiamo lavorato sull'idea di una partnership: il piano prevede la creazione di una struttura di circa 150 professionisti italiani distribuiti sul territorio nazionale che, con Grassi & Co., sostengano i clienti in operazioni transfrontaliere tra i due paesi. In poche parole, stiamo sviluppando una struttura di professionisti altamente qualificati tra Italia e America.

### **Tra i due paesi ci sono forti differenze di legislazione e di strumenti finanziari. Succede spesso che si commettano seri**

### **errori, anche inconsapevolmente?**

Purtroppo, i commercialisti americani si basano soltanto sul sistema e sulle regole del loro paese e sono completamente all'oscuro non soltanto del sistema normativo, ma anche delle esigenze e delle aspettative dei clienti italiani che si rivolgono a loro per entrare nel mercato americano. Lo stesso vale per i professionisti italiani, che troppo spesso non conoscono le regole su cui si fondano i rapporti commerciali e fiscali negli USA. Invece, quando un'azienda è italiana e lavora negli Stati Uniti - o viceversa - è indispensabile conoscere a fondo, in ogni tecnicismo, entrambi i sistemi, per evitare errori che possano pregiudicarne il successo. Ecco perché è nata la partnership tra gli studi, quello italiano e quello d'oltreoceano: consapevoli delle

### **UNO DEGLI ERRORI CHE GLI ITALIANI COMMITTONO È QUELLO DI APRIRE UNA SOCIETÀ IN USA RIMANENDO IN ITALIA E NOMINARSI AMMINISTRATORI**

marcate differenze tra i due sistemi, abbiamo voluto sviluppare la collaborazione tra Siniscalco & Partners e Grassi & Co. per offrire ai clienti un supporto a 360 gradi.

### **Potrebbe darci un esempio?**

Uno degli errori più comuni che gli italiani commettono quando arrivano negli Stati Uniti è quello di aprire una società e nominarsi amministratori, mantenendo tuttavia la residenza italiana e gestendo la società dall'Italia. Tale fattispecie potrebbe configurare il presupposto per la cosiddetta esterovestizione (relocation abroad), istituto giuridico che attribuisce al soggetto estero la soggettività passiva ai fini delle imposte dirette anche in Italia, imponendo quindi la presentazione della dichiarazione fiscale e il pagamento delle

imposte, pena l'applicazione di sanzioni penali e pene pecuniarie anche pesanti. I commercialisti americani, non conoscendo la normativa italiana, non informano i clienti italiani dei possibili risvolti nel loro paese di scelte prese nel territorio americano. Viceversa, non tutti i professionisti italiani sono a conoscenza del fatto che i cittadini americani o i titolari di carta verde che vivono in Italia sono, secondo la normativa statunitense e il trattato contro le doppie imposizioni Italia-Usa, considerati soggetti passivi anche negli USA, anche se solo a livello federale, e pertanto sono tenuti alla presentazione della dichiarazione dei redditi negli Stati Uniti, pena, anche in questo caso, l'applicazione di sanzioni sia penali che amministrative importanti. Ecco questi sono esempi classici, ma poco conosciuti anche dagli addetti ai lavori.

### **Dopo i suoi primi anni di esperienza a New York, qui quali sono le differenze tra il modo di lavorare dei commercialisti italiani e quello dei loro colleghi americani? Che cosa li accomuna e cosa li differenzia?**

Sono mondi completamente diversi! Ciò che ho notato nei commercialisti americani è la loro difficoltà a comunicare con i clienti italiani, a causa dei differenti approcci tra i due sistemi professionali - il cliente italiano è abituato a chiedere che il commercialista si occupi di tutti i suoi bisogni come consulente generale, una cosa che non si usa nell'ambiente americano. Come dico sempre: con i clienti italiani devi parlare italiano, non solo per motivi linguistici, ma anche per la sensibilità culturale. È richiesta un'attenta mediazione culturale. Per questo alleanze tra realtà come Siniscalco & Partners e quella di Grassi & Co. sono assolutamente necessarie. Solo così si può offrire un servizio di alta qualità ai clienti di entrambi i paesi.

\*DIRETTORE RESPONSABILE DI I-ITALY NETWORK, NEW YORK. NATO NEL 2008 CON SEDE A NEW YORK, I-ITALY NETWORK COMPRENDE TRE TESTATE: IL QUOTIDIANO ONLINE "I-ITAY.ORG", LA RIVISTA BIMESTRALE "I-ITALY MAGAZINE", E IL ROTOCALCO TELEVISIVO "I-ITALYNY", IN ONDA OGNI DOMENICA ALLE 13 SU NYC LIFE, LA STAZIONE TELEVISIVA PUBBLICA DELLA CITTÀ DI NEW YORK.

