MASTER

ACEF
Associazione Culturale
Economia e Finanza
Idee e azioni

2026

Cose da professionisti

Un percorso operativo per ripensare strategia, organizzazione, innovazione e comunicazione dello studio professionale.

UN PUNTO DI FORZA

La quota di iscrizione comprende, oltre al titolare dell'iscrizione, la partecipazione di un secondo componente dello stesso studio, che potrà cambiare da una sessione all'altra. Ogni studio potrà così coinvolgere, per ciascun tema, la persona più vicina alle attività trattate, favorendo l'applicazione concreta degli strumenti e il confronto interno sulle scelte da adottare.

Percorso in

8 sessioni online di 4 ore + laboratorio finale in presenza a Bologna di 4 ore.

Dal 18 settembre al 13 novembre 2026.

Presentazione

Da molti anni ACEF dedica un Master all'evoluzione degli studi professionali. L'edizione 2026 nasce da una domanda concreta: come può uno studio rafforzare il proprio posizionamento, organizzarsi per crescere, integrare tecnologie e AI in modo responsabile e comunicare con coerenza il valore prodotto?

Il percorso mette a sistema competenze maturate nell'organizzazione degli studi, nella consulenza alle imprese, nell'innovazione dei processi, nella sostenibilità e nella comunicazione professionale. Le otto sessioni accompagnano i partecipanti dalla lettura della situazione attuale alla definizione di priorità, strumenti e responsabilità per lo sviluppo dello studio.

Particolare attenzione sarà dedicata alla gestione dei rischi, all'integrazione responsabile dell'AI nei processi e alla costruzione di una comunicazione coerente con identità, competenze e obiettivi dello studio.

Formula

8 sessioni online di 4 ore e un laboratorio finale in presenza di 4 ore, per complessive 36 ore di formazione e lavoro applicativo.

A chi è rivolto

Il Master si rivolge a titolari, partner e associati **degli studi commerciali, legali e del lavoro**, che coordinano organizzazione e persone e ai professionisti o collaboratori coinvolti nei processi di innovazione e comunicazione. La formula con il secondo partecipante consente di coinvolgere, in ogni sessione, la persona più vicina al tema affrontato e di trasferire gli strumenti all'interno dello studio

Obiettivi operativi

- leggere il posizionamento attuale e definire le priorità strategiche dello studio
- valutare modelli societari, aggregazioni, conferimenti e percorsi di passaggio generazionale
- rafforzare processi, ruoli, controlli, assetti e presidi dei rischi
- selezionare i processi da digitalizzare e gli indicatori da governare
- integrare AI, dashboard e strumenti di business intelligence con regole e controlli
- costruire un piano di comunicazione coerente con i servizi da sviluppare
- elaborare una roadmap operativa a 3, 6 e 12 mesi

Criterio didattico

Ogni sessione combina inquadramento, casi, strumenti ed elaborazione di un output operativo. La comunicazione costituisce un filo conduttore trasversale: non promozione generica, ma traduzione chiara, corretta e verificabile del valore prodotto dallo studio.

Agenda

8 sessioni online + laboratorio finale | 18 settembre - 13 novembre 2026 | venerdì, ore 9:00-13:00

18 settembre	Strategia e riposizionamento dello studio
25 settembre	STP, aggregazioni, conferimenti e passaggio generazionale
2 ottobre	Organizzazione, qualità e modello operativo dello studio
9 ottobre	Assetti, rischi, continuità e sostenibilità
16 ottobre	Innovazione: processi, dati e workflow
23 ottobre	AI, Power BI, dashboard e controllo direzionale
30 ottobre	Comunicazione professionale: identità, posizionamento e deontologia
6 novembre	Piano editoriale, contenuti, eventi e sviluppo delle relazioni
13 novembre	Laboratorio finale: piano di sviluppo dello studio - Bologna, ore 9:00-13:00

Strategia

Posizionamento, assetti societari e continuità dello studio.

18 settembre

Strategia e riposizionamento dello studio

Relatori: Gianfranco Barbieri

- evoluzione della domanda delle imprese e impatto sul ruolo e sul modello di studio
- analisi del posizionamento: clientela, competenze distintive, portafoglio servizi e marginalità
- scelta delle aree di specializzazione e dei servizi a valore aggiunto
- rischi strategici, reputazionali e di continuità e opzioni di crescita qualitativa e dimensionale

Focus comunicazione

definire una promessa professionale riconoscibile e tradurla in messaggi fondati su competenze, metodo ed evidenze, evitando autoreferenzialità e formulazioni generiche.

Output operativo

scheda di posizionamento attuale, matrice clienti/servizi, tre priorità strategiche e principali rischi da presidiare.

25 settembre

STP, aggregazioni, conferimenti e passaggio generazionale

Relatori: Beatrice Ingenito e Gianfranco Barbieri

- forme di esercizio della professione: associazioni, società tra professionisti, società tra avvocati e modelli interdisciplinari
- criteri di scelta: governance, responsabilità, ingresso e uscita dei soci, continuità degli incarichi e sostenibilità economica
- profili fiscali di aggregazioni, conferimenti e riorganizzazioni e relative agevolazioni
- passaggio generazionale: valutazione, trasferimento, governance e percorso di transizione

Focus comunicazione

pianificare la comunicazione del cambiamento verso clienti, collaboratori e stakeholder, chiarendo ruoli, responsabilità, continuità dei rapporti e vantaggi attesi.

Output operativo

matrice comparativa delle alternative, criteri di scelta e prima roadmap societaria e generazionale dello studio.

Organizzazione

Modello operativo, assetti e continuità.

2 ottobre

Organizzazione, qualità e modello operativo dello studio

Relatori: Alessandra Damiani

- lo studio come organizzazione: processi, ruoli, responsabilità e carichi di lavoro
- principi della UNI EN ISO 9001 come riferimento metodologico, anche senza finalità certificative
- procedure, deleghe, passaggi di consegne, controlli, scadenze e gestione documentale
- indicatori di qualità, gestione delle non conformità e miglioramento continuo come leve per delega, servizi complessi e crescita

Focus comunicazione

rendere percepibili metodo e affidabilità attraverso standard, evidenze, responsabilità e risultati, senza ridurre la qualità a una dichiarazione promozionale.

Output operativo

autovalutazione organizzativa, matrice ruoli-responsabilità di un processo prioritario e piano delle prime azioni di miglioramento.

9 ottobre

Assetti, rischi, continuità e sostenibilità

Relatori: Alessandra Damiani e Gianfranco Barbieri

- rischi dello studio: operativi, professionali, finanziari, informatici, reputazionali e legati alle persone
- presidi, continuità operativa, sicurezza delle informazioni, coperture e responsabilità
- adeguati assetti nelle imprese clienti: reporting, budget, tesoreria e indicatori per il governo della continuità
- VSME e dati ESG nelle relazioni con filiere e banche: contenuti e struttura dei nuovi incarichi per le PMI

Focus comunicazione

spiegare rischi, assetti e sostenibilità con linguaggio comprensibile, dati verificabili e corretta distinzione tra obblighi, opportunità e scelte volontarie, evitando allarmismo e greenwashing.

Output operativo

mappa dei rischi dello studio, check-list per la verifica degli assetti dell'impresa e schema di due possibili incarichi: organizzazione/continuità e VSME.

Innovazione

Processi, dati, business intelligence e AI.

16 ottobre

Innovazione: processi, dati e workflow

Relatori: Giacomo Barbieri

- autovalutazione della maturità digitale e definizione degli obiettivi di miglioramento
- mappatura dei processi per tempo assorbito, rischio, valore per il cliente e possibilità di standardizzazione
- ridisegno dei processi prima della scelta degli strumenti: workflow, ruoli, controlli e passaggi informativi
- gestione documentale, CRM, integrazione dei dati, indicatori e dashboard per il supporto alle decisioni

Focus comunicazione
descrivere l'innovazione attraverso problemi risolti, processi migliorati, tempi e rischi ridotti e risultati osservabili, evitando il semplice richiamo alla tecnologia.

Output operativo
matrice di priorità dei processi e scheda "as is / to be" di un processo, con indicatori, responsabilità e controlli.

23 ottobre

AI, Power BI, dashboard e controllo direzionale

Relatori: Giacomo Barbieri

- casi d'uso dell'AI e criteri per valutarne utilità, affidabilità e sostenibilità
- integrazione dell'AI nei workflow: ruoli, livelli di autonomia, validazione e supervisione umana
- policy interna: riservatezza, protezione dei dati, qualità delle fonti, tracciabilità, fornitori e gestione degli incidenti
- Power BI come laboratorio per costruire una dashboard direzionale su processi, assetti, ESG o controllo

Focus comunicazione
definire quando e come utilizzare l'AI nella produzione dei contenuti, assicurando controllo umano, tutela della riservatezza, verifica delle fonti e responsabilità sul risultato.

Output operativo
canvas di un caso d'uso AI, bozza di policy interna e prototipo di dashboard direzionale.

Comunicazione

Identità, contenuti e sviluppo delle relazioni.

30 ottobre

Comunicazione professionale: identità, posizionamento e deontologia

Chiara Caleffi e Gianfranco Barbieri

- funzione della comunicazione nella strategia dello studio e nella costruzione della fiducia
- identità, pubblici, posizionamento, proposta di valore e architettura dei messaggi
- comunicazione, informazione, divulgazione e pubblicità: finalità, linguaggi e canali
- principi deontologici, riservatezza, uso dei titoli, correttezza dei contenuti e divieto di promesse o messaggi ingannevoli

Focus comunicazione

definire una struttura di messaggi che renda comprensibili competenze, metodo e utilità per il cliente, mantenendo correttezza, riconoscibilità e coerenza reputazionale.

Output operativo

carta della comunicazione dello studio, matrice pubblici-messaggi e check-list deontologica per la validazione dei contenuti.

6 novembre

Piano editoriale, contenuti, eventi e sviluppo delle relazioni

Chiara Caleffi e Giacomo Barbieri

- individuare temi prioritari a partire dai bisogni delle imprese e dai servizi che lo studio intende sviluppare
- costruire l'architettura editoriale e il calendario trimestrale per newsletter, LinkedIn, video, eventi e sito
- trasformare una singola idea in una filiera coordinata di contenuti e occasioni di confronto
- organizzare contatti, CRM e follow-up e misurare attenzione, interazioni, contatti qualificati, incontri e opportunità professionali

Focus comunicazione

costruire contenuti che partano dai bisogni delle imprese, offrano una chiave di lettura utile e aprano un confronto professionale qualificato.

Output operativo

piano editoriale di 90 giorni, modello di filiera dei contenuti, workflow di follow-up e set essenziale di indicatori.

Laboratorio finale

La sessione finale in presenza

Il laboratorio finale consolida gli output elaborati nelle otto sessioni in una bozza strutturata di piano di sviluppo dello studio. Il lavoro collega strategia, organizzazione, innovazione e comunicazione e traduce le priorità in azioni, responsabilità, tempi e indicatori.

La bozza di piano comprende

- situazione di partenza, obiettivi e scelte di posizionamento
- portafoglio servizi e opzioni societarie o generazionali da approfondire
- priorità organizzative, rischi e presidi
- processi da ridisegnare e strumenti digitali da valutare
- casi d'uso AI e indicatori/dashboard da sviluppare
- temi, pubblici, canali e piano editoriale
- azioni a 3, 6 e 12 mesi, con responsabili, scadenze e indicatori di avanzamento

Metodo di lavoro

I partecipanti lavoreranno sui materiali prodotti durante il Master, individualmente o per studio, con momenti di confronto guidato e restituzione finale.
Prima dell'incontro riceveranno un modello di piano da precompilare.

Focus comunicazione del laboratorio

Il confronto finale verifica la coerenza tra ciò che lo studio intende comunicare e ciò che è effettivamente in grado di organizzare, presidiare e offrire.
Il risultato atteso è una roadmap condivisibile con soci e collaboratori e utilizzabile per orientare decisioni, investimenti, servizi e comunicazione nei mesi successivi.

Relatori

Gianfranco Barbieri

Dottore Commercialista,
Partner Barbieri & Associati

Area: Strategia, riposizionamento e crescita

posizionamento dello studio, servizi a valore aggiunto, gestione dei rischi, continuità e passaggio generazionale.

Alessandra Damiani

Dottore Commercialista,
Managing Partner Barbieri & Associati

Area: Organizzazione, qualità e sostenibilità

processi, ruoli, responsabilità, metodo di lavoro, VSME e nuovi servizi consulenziali per le PMI.

Giacomo Barbieri

Dottore Commercialista,
Partner Barbieri & Associati

Area: Innovazione, dati, Power BI e AI

processi digitali, workflow, dashboard e introduzione responsabile dell'AI nei processi professionali.

Beatrice Ingenito

Dottore Commercialista,
Professionista Barbieri & Associati

Area: STP, aggregazioni e profili fiscali

modelli societari, conferimenti, operazioni straordinarie, novità fiscali e continuità degli incarichi.

Chiara Caleffi

Informatica,
Master marketing e comunicazione

Area: Comunicazione professionale e sviluppo delle relazioni

piano editoriale, contenuti, eventi, follow-up, relazioni qualificate e deontologia.

Approccio didattico

Ogni sessione alterna inquadramento essenziale, casi, strumenti di lavoro e applicazione guidata. Gli output prodotti vengono ripresi nelle giornate successive e confluiscono nel laboratorio finale, così da facilitarne il trasferimento a soci e collaboratori.

Informazioni

Come si svolge

- 8 sessioni online di 4 ore, il venerdì mattina
- laboratorio finale in presenza a Bologna di 4 ore
- alternanza tra inquadramento, casi, strumenti ed esercitazioni
- materiali didattici, modelli e schede operative
- output progressivi utilizzati nel laboratorio finale

Date 2026

- 18 e 25 settembre
- 2, 9, 16, 23 e 30 ottobre
- 6 novembre
- 13 novembre, ore 9:00-13:00, in presenza a Bologna

Crediti formativi

Accreditato per la FPC del Dottore Commercialista e dell'Esperto Contabile.

I codici materia relativi a ogni giornata sono indicati nella pagina dedicata sul sito shop.economiaefinanza.org.

Accreditamento richiesto al CNF per la FPC dell'Avvocato.

Cosa porterai a casa

- una diagnosi del posizionamento e delle priorità dello studio
- matrici e check-list per organizzazione, rischi e opzioni societarie
- una scheda di processo, una bozza di policy AI e un prototipo di dashboard
- una carta della comunicazione e un piano editoriale di 90 giorni
- una roadmap di sviluppo a 3, 6 e 12 mesi

Partecipazione per due Professionisti

Quota di iscrizione: € 1.300 oltre IVA.

La quota comprende la partecipazione del titolare dell'iscrizione e, per ciascuna sessione, di un secondo componente dello stesso studio, con medesimo grado di accesso. Il secondo partecipante può variare tra una sessione e l'altra, previa comunicazione del nominativo alla segreteria.

Iscrizioni: **shop.economiaefinanza.org**

Segreteria organizzativa ACEF Via Riva di Reno, 65 - Bologna

Telefono: 051 231125

E-mail: chiara.caleffi@economiaefinanza.org

Web: www.economiaefinanza.org