

Edizione di giovedì 7 Maggio 2020

CASI OPERATIVI

Diritto di avere copia della denuncia
di **EVOLUTION**

ADEMPIMENTI

Decreto Cura Italia e Decreto Liquidità: nuove risposte dalle Entrate
di **Lucia Recchioni**

AGEVOLAZIONI

Credito d'imposta locazioni anche per le pertinenze
di **Fabio Garrini**

IVA

Differimento adempimenti e versamenti: nuovi chiarimenti dalle Entrate
di **Sandro Cerato**

ADEMPIMENTI

L'evoluzione della normativa privacy per l'applicazione del "Contact tracing"
di **Andrea Onori**

ORGANIZZAZIONE STUDI E M&A

Tre errori da non fare per promuovere il tuo studio professionale sul web
di **Salvatore Maniglio – di MPO & Partners e Consulente Digital & Marketing - Digital Studio Pro**

CASI OPERATIVI

Diritto di avere copia della denuncia

di **EVOLUTION**

DIGITAL

Seminario di specializzazione

TIPOLOGIE COMUNI DI ACCERTAMENTO

Scopri di più >

Qualora all'esito di una verifica fiscale venga inoltrata denuncia alla Procura della Repubblica, il contribuente è legittimato, mediante istanza di accesso agli atti, ad avere copia della stessa?

Come noto, al contribuente sottoposto a verifica fiscale sono riconosciuti i diritti e le garanzie previsti dall'articolo 12 L. 212/2000, quale, ad esempio, il diritto di essere informato delle ragioni che l'abbiano giustificata, dell'oggetto che la riguarda, della facoltà di farsi assistere da un professionista abilitato alla difesa dinanzi agli organi di giustizia tributaria e dei suoi diritti e obblighi.

Tra questi, così come previsto dall'articolo 24, comma 1, lett. b), L. 241/1990, non vi è il diritto di accesso agli atti amministrativi, che pur costituendo un principio fondamentale dell'ordinamento giuridico, risulta escluso nel procedimento tributario (quindi anche nel corso della verifica fiscale), per il quale restano ferme le particolari norme che lo regolano.



[CONTINUA A LEGGERE SU EVOLUTION](#)

ADEMPIMENTI

Decreto Cura Italia e Decreto Liquidità: nuove risposte dalle Entrate

di Lucia Recchioni

DIGITAL

Seminario di specializzazione

CRISI DI IMPRESA: I COMPITI E LE RESPONSABILITÀ DELL'ORGANO DI CONTROLLO E DEI REVISORI

Scopri di più >

Con la [circolare 11/E/2020](#), pubblicata ieri, **6 maggio**, l'Agenzia delle entrate ha fornito nuove risposte ai **quesiti**, pervenuti da **associazioni di categoria e professionisti**, relativi all'applicazione delle **disposizioni fiscali previste dal Decreto Cura Italia** (recentemente convertito, con modificazioni, in Legge) e dal **Decreto Liquidità**.

Nella prima parte la circolare chiarisce che **rientrano tra gli adempimenti tributari sospesi fino al 31 maggio** (da effettuare entro il **30 giugno**), tra gli altri, i seguenti:

- la presentazione della **dichiarazione annuale Iva**;
- la presentazione del **modello TR** relativo al primo trimestre 2020;
- la presentazione della comunicazione liquidazione periodica (**Lipe**) del primo trimestre 2020;
- la presentazione dell'**esterometro** del primo trimestre 2020;
- la presentazione del **modello EAS**;
- la presentazione del **modello Intra12** (dichiarazione mensile relativa agli acquisti di beni/servizi da enti non soggetti passivi d'imposta e da agricoltori esonerati);
- la denuncia di **eventi successivi alla registrazione dell'atto (avveramento della condizione sospensiva**, esecuzione dell'atto prima dell'avveramento della stessa o il verificarsi di eventi idonei a modificare gli effetti giuridici che impongono una **ulteriore liquidazione dell'imposta di registro**).

Viene inoltre chiarito che la **sospensione degli adempimenti**, disposta dall'[articolo 62 del Decreto Cura Italia](#), che, letteralmente, è riservata ai soggetti che hanno il domicilio fiscale, la sede legale o la sede operativa nel **territorio dello Stato**, si applica anche nei confronti delle **stabili organizzazioni in Italia di soggetti esteri**, dei **soggetti non residenti** che operano in Italia mediante **identificazione diretta** o un **rappresentante fiscale**.

Si espongono di seguito, in sintesi, alcuni degli ulteriori **chiarimenti offerti** con la richiamata circolare.

DOMANDE

Le spese sostenute per l'acquisto di mascherine sono detraibili?

RISPOSTE

Sì, se costituiscono **dispositivi medici**.

È quindi necessario controllare che nello scontrino/fattura di acquisto sia riportato il **codice AD "spese relative all'acquisto o affitto di dispositivi medici con marcatura CE"**.

In mancanza, è necessario conservare la **documentazione dalla quale risulti la marcatura CE** per i dispositivi compresi nella "Banca dati dei dispositivi medici" pubblicato sul sito del Ministero della Salute, mentre per quelli non compresi nell'elenco dovrà essere conservata anche l'**attestazione di conformità alla normativa europea**.

Il soggetto che vende il dispositivo medico può tuttavia indicare sullo scontrino/fattura la dicitura **"prodotto con marcatura CE"** e, per i dispositivi diversi da quelli di uso comune, il numero della direttiva comunitaria di riferimento: in questo caso, il **contribuente non deve conservare anche la documentazione comprovante la conformità alle direttive europee** del dispositivo medico acquistato.

Le spese sono detraibili anche se gli acquisti **non sono effettuati in farmacia**.

In caso di **fusione per incorporazione** di più società come va verificato il **calo del fatturato** ai fini della **sospensione dei versamenti tributari**?

Il calcolo della riduzione del fatturato va eseguito **confrontando il fatturato** di marzo e aprile 2020 della **società incorporante, con la somma dei fatturati delle singole società** (incorporante e incorporate) relativi, rispettivamente, ai mesi di marzo e aprile 2019.

Gli **accordi di conciliazione fuori udienza** possono essere sottoscritti a distanza?

Sì. Trovano applicazione le procedure dettate dalla **circolare 6/E/2020** per la gestione a distanza del procedimento di accertamento con adesione.

In caso di **liquidazione dell'Iva di gruppo** necessario verificare le **riduzione del fatturato** per la società controllante o per tutte le società ricavi dell'attività dallo stesso svolta siano partecipanti alla procedura?

È sufficiente che **anche uno solo dei soggetti** abbia subito una diminuzione del fatturato, purché **prevalenti rispetto a quelli totali a livello di gruppo**.

Se la **condizione di prevalenza non è realizzata**, la

singola società può essere esclusa dalla liquidazione periodica di gruppo.

È possibile **sospendere l'Iva della singola società** anche nel caso in cui la sospensione sia prevista in considerazione dell'**attività svolta dalla stessa** (e, quindi, non solo a fronte della riduzione del fatturato).

I chiarimenti valgono anche con riferimento alla liquidazione periodica eseguita dal **Gruppo Iva**.

Ai fini del **credito d'imposta per negozi e botteghe** **Sì**, se sono state pattuite come **voce unitaria del canone di locazione** e tale circostanza risulti da contratto.

rilevano anche le **spese condominiali**?

Il **contratto di locazione comprende un negozi** **Il credito di imposta spetta sull'intero canone**, in **(C/1) e una pertinenza (C/3)**. Il canone di quanto la pertinenza rappresenta un **accessorio** locazione è **unitario**. Come va calcolato il **credito** **rispetto al bene principale**, purché tale pertinenza **d'imposta?** sia utilizzata per lo **svolgimento dell'attività**.

I premi delle **polizze stipulate dal datore di lavoro** **No**, ai sensi dell'**articolo 51, comma 2, lettera f-** a copertura del **rischio di contrarre il Covid-19**, **quater**), **Tuir**.

concorrono alla **formazione del reddito di lavoro**

dipendente?

L'ulteriore proroga, concessa fino al 30 aprile, per **No**, in considerazione del mancato richiamo la trasmissione delle **Certificazioni Uniche**, può **normativo**. Le comunicazioni, pertanto, dovevano essere applicata anche alla **comunicazione degli** **essere effettuate entro il 31 marzo**.

oneri detraibili per il 730 precompilato?

La **sospensione dei termini riconosciuta agli Uffici** **No**, tale sospensione determina lo **spostamento in** per le attività alle attività di liquidazione, **diavanti del decorso dei termini per la stessa durata** controllo, di accertamento, di riscossione e **di della sospensione** (84 giorni), anche se il termine contenzioso, riguarda soltanto le **attività scadenti** di prescrizione o decadenza sospeso **non scade** **tra l'8 marzo e il 31 maggio?** **entro il 2020**.

Come devono essere **computati i giorni** per la **In caso di adesione presentata su istanza di parte** si applicano **cumulativamente** sia la **sospensione del termine di impugnazione** per un periodo di 90 giorni dalla data di presentazione dell'istanza, sia la **sospensione prevista dall'articolo 83 del Decreto Cura Italia**, così prorogata dal Decreto Liquidità. Può inoltre trovare applicazione anche la **sospensione feriale**, se nel computo dei termini ricade anche il periodo compreso tra il **1° e il 31 agosto 2020**.

conclusione del procedimento di adesione?

Le scadenze delle rate degli **atti di transazione** **Sì**, le richiamate disposizioni si applicano anche ai **fiscali** beneficiano della proroga prevista per gli **crediti tributari oggetto di transazione fiscale** ai adempimenti nell'ambito dei **concordati preventivi** **sensi dell'articolo 182-ter L.F.**

e degli **accordi di ristrutturazione dei debiti?**

Non beneficiano invece della proroga di sei mesi i pagamenti derivanti da **rottamazioni bis e ter**

(anche se richieste nell'ambito delle suddette procedure).

AGEVOLAZIONI

Credito d'imposta locazioni anche per le pertinenze

di **Fabio Garrini**

DIGITAL

Seminario di specializzazione

**DAI DECRETI LEGGE PER AFFRONTARE L'EMERGENZA:
VALIDI INPUT PER UNA RIPARTENZA ECONOMICA**

Scopri di più >

Il **credito d'imposta del 60%** spettante ai locatari di immobili di categoria **C/1** spetta non solo per il negozio, ma **anche per la pertinenza** di questo: con la [circolare 11/E/2020](#) pubblicata ieri, 6 maggio 2020, l'Agenzia chiarisce che anche gli immobili asserviti ai negozi danno diritto a fruire del **bonus**.

Nel medesimo documento viene anche chiarito che le **spese condominiali** pattuite come voce unitaria con il canone di locazione danno diritto a fruire del **credito d'imposta**.

Credito d'imposta sulle pertinenze

L'[articolo 65 D.L. 18/2020](#) ha introdotto un bonus specifico per il settore del commercio, consistente in un **credito d'imposta pari al 60%** del **canone di locazione del mese di marzo** (da utilizzare nel modello F24 a partire dallo scorso 25 marzo, indicando il **codice tributo 6419**); tale agevolazione non viene riconosciuta alle **imprese indicate negli allegati 1 e 2 del D.P.C.M. 11.3.2020**, ossia quelle che **hanno potuto continuare l'attività** in deroga alla chiusura imposta dal richiamato decreto.

Il beneficio viene concesso esclusivamente con riferimento ai **contratti che hanno per oggetto fabbricati censiti catastalmente in categoria C/1**, ossia immobili destinati ad essere utilizzati quali **"negozi e botteghe"**.

Con la **precedente circolare 8/E/2020** l'Agenzia ha avuto modo di chiarire che, per il riconoscimento del bonus, occorre dare risalto all'aspetto formale della categoria catastale, per cui il bonus **non spetta** sulla locazione di immobili censiti in **altre categorie catastali**, benché essi siano destinati allo svolgimento di attività commerciali.

Inoltre, un secondo chiarimento andava nella direzione di limitare il calcolo del credito

d'imposta al solo caso in cui il **canone** fosse anche stato **pagato**, giustificando tale conclusione con la considerazione che il bonus dovesse essere diretto a **ristorare i contribuenti di una determinata spesa sostenuta**.

Con la [circolare 11/E/2020](#), pubblicata ieri, l'Agenzia torna sul punto per fornire **due ulteriori chiarimenti in merito al credito d'imposta in commento**.

Il primo riguarda le **pertinenze dei fabbricati di categoria C/1** che vengono ammesse al calcolo del bonus: anche sul canone relativo a queste può essere calcolato il **credito d'imposta**.

Nel caso esaminato è stato prospettato il caso di **fabbricato C/3 pertinenziale** ad un **fabbricato di categoria C/1**, con **canone unitario**.

L'Agenzia ha chiarito che il credito di imposta **spetta sull'intero canone**, in quanto la pertinenza rappresenta un **accessorio rispetto al bene principale**, purché **tale pertinenza sia utilizzata per lo svolgimento dell'attività**.

Malgrado sia stato esaminato il caso di **canone indistinto per C/1 e pertinenza** (ipotesi che, a dire il vero, risulta anche la fattispecie più diffusa), pare che le conclusioni possano essere le medesime **anche nel caso in cui il canone sia individuato distintamente** per i due immobili. Ovviamente a patto che vi sia un **dimostrabile ed effettivo utilizzo pertinenziale** del secondo sul primo.

Nessun chiarimento invece è stato fornito con riferimento al **contratto che comprende più immobili**, dove solo uno di questi possa beneficiare del bonus in quanto gli altri **sono immobili non pertinenziali al C/1**. Pare comunque di poter confermare la tesi che stabilisce l'individuazione del canone agevolabile sulla base della **proporzione delle relative rendite catastali**.

Il secondo chiarimento è stato fornito in relazione alle **spese condominiali addebitate dal locatore**; nel quesito viene chiesto se, ai fini del calcolo dell'ammontare del credito d'imposta spettante, si debba tenere conto anche di tali spese, **a prescindere dalle modalità di addebito** (in forma separata o unitaria rispetto al canone).

Secondo l'Agenzia, nel caso in cui le spese condominiali siano state **pattuite come voce unitaria** con il canone di locazione e tale circostanza risulti dal contratto, vi è la **possibilità di considerarle nel calcolo del credito d'imposta**.

Conseguentemente, occorre concludere che, quando l'importo delle spese condominiali sia individuabile e **separabile** dal canone, in quanto oggetto di una analitica quantificazione, il bonus dovrebbe essere calcolato **solo sul canone**.

IVA

Differimento adempimenti e versamenti: nuovi chiarimenti dalle Entrate

di **Sandro Cerato**



Rientrano nella **sospensione dei termini degli adempimenti fiscali**, di cui all'[articolo 62 D.L. 18/2020](#) (Decreto Cura Italia) anche il **modello EAS** degli enti associativi e il **modello Intra 12**, mentre nessuno “sconto” è previsto per la **memorizzazione e la trasmissione telematica dei corrispettivi**.

È quanto emerge dalla lettura della [circolare 11/E/2020](#), pubblicata nel pomeriggio di ieri da parte dell'Agenzia delle entrate, in cui, in attesa di conoscere le novità che saranno inserite nel prossimo **Decreto Maggio**, sono contenute **ulteriori risposte** a quesiti relativi alle disposizioni contenute nel **D.L. 18/2020** (Decreto Cura Italia) e nel successivo **D.L. 23/2020** (Decreto Liquidità).

Rinviando agli altri contributi per l'esame degli ulteriori chiarimenti, nel presente articolo si illustrano alcuni **chiarimenti forniti dall'Agenzia in merito al rinvio di adempimenti** ([articolo 62 D.L. 18/2020](#)) e di alcuni **versamenti** ([articolo 18 D.L. 23/2020](#)).

Per quanto riguarda gli **adempimenti**, nel confermare che rientrano nella proroga al 30 giugno 2020 **tutti gli adempimenti scadenti tra l'8 marzo ed il 31 maggio 2020**, l'Agenzia ricorda che ricadono in tale ambito la **dichiarazione annuale Iva**, il **modello TR del primo trimestre 2020**, la **presentazione della LI.PE.** del primo trimestre 2020 e il cd. “**esterometro**” per lo stesso periodo temporale (ricordando che tale adempimento è divenuto trimestrale a partire dal 2020).

Correttamente, l'Agenzia precisa che **avvalersi del differimento del termine di presentazione del modello Iva 2020 e del modello TR per il primo trimestre 2020** comporta automaticamente lo **slittamento del momento in cui il contribuente potrà richiedere il rimborso dell'Iva** o la compensazione per importi eccedenti la soglia di euro 5.000 (per la quale è necessario attendere il **decimo giorno successivo** a quello di presentazione del

modello).

In aggiunta agli adempimenti descritti, la [circolare 11/E/2020](#) precisa che fruiscono degli **slittamenti al 30 giugno 2020** la presentazione del **modello EAS** e del **modello Intra12 per gli enti non commerciali**. Sono anche differiti tutta una serie di adempimenti legati alle verifiche e ai controlli dei misuratori fiscali e dei registratori telematici, ma è confermato che **non fruisce di alcuna sospensione l'obbligo di memorizzazione ed invio telematico dei corrispettivi**.

Di particolare interesse è il chiarimento che consente anche ai **soggetti non residenti, ma identificati ai fini Iva in Italia tramite rappresentante fiscale o direttamente**, di differire al 30 giugno il termine di presentazione del modello Iva 2020, nonostante la norma dell'[articolo 62 D.L. 18/2020](#) si riferisca espressamente ai soli **soggetti che abbiano il domicilio fiscale, la sede legale o la sede operativa nel territorio dello Stato**.

Del pari, sono comprese le **stabili organizzazioni in Italia di soggetti non residenti**, le quali, a maggior ragione, sono considerati ai fini Iva soggetti stabiliti nel territorio dello Stato.

Lo spirito del differimento è infatti quello di non gravare gli operatori, residenti e non residenti, di **adempimenti tributari di difficile espletamento** a causa dell'emergenza sanitaria.

Per quanto riguarda il **differimento dei termini di scadenza dei versamenti tributari** (Iva e ritenute) e contributivi previsto dall'[articolo 18 D.L. 23/2020](#) in presenza di riduzioni del fatturato nei mesi di marzo ed aprile 2020 (del 33% o del 50%, a seconda delle dimensioni del soggetto) rispetto agli stessi mesi del 2019, l'Agenzia precisa che, in caso di **fusione per incorporazione**, il calcolo della riduzione del fatturato va eseguito confrontando il fatturato di marzo ed aprile 2020 della società incorporante con la somma dei fatturati delle singole società (incorporante e incorporata) relativi ai mesi di marzo ed aprile 2019. La risposta è condivisibile e può ritenersi applicabile a tutte quelle operazioni in cui l'avente causa **subentra nelle posizioni del soggetto dante causa** (*in primis*, **scissioni e conferimenti d'azienda**).

ADEMPIMENTI

L'evoluzione della normativa privacy per l'applicazione del "Contact tracing"

di Andrea Onori



È stato pubblicato sulla **Gazzetta Ufficiale n. 111 del 30.04.2020** il **D.L. 28/2020**, in vigore dal **1° maggio 2020**, il quale interviene con carattere di urgenza in materia di **tutela di trattamento dei dati personali nel monitoraggio delle persone affette da Coronavirus** per la **prevenzione e il contenimento** della diffusione del contagio.

Con il Decreto in parola, si è posto un primo, necessario, **tassello legislativo** per procedere con il **"Contact Tracing"**, mediante l'applicazione **"Immunì"**, che effettuerà tale **tipologia di trattamento del dato** (il monitoraggio).

Il **Decreto**, all'[articolo 6, comma 1](#), interviene in materia di prevenzione dei contagi da Covid-19 stabilendo che, al solo fine di **"allertare le persone che siano entrate in contatto con soggetti risultati positivi al nuovo coronavirus e tutelarne la salute attraverso le previste misure di profilassi legate all'emergenza sanitaria"**, sia istituita una **piattaforma unica nazionale per la gestione del sistema d'allerta**.

Il **Ministero della Salute**, quale **titolare del trattamento**, **"per gli ulteriori adempimenti necessari alla gestione del sistema di allerta e per l'adozione di correlate misure di sanità pubblica e di cura"** dovrà coordinarsi con le **autorità nazionali e regionali**, pubbliche e private, **coinvolte nel Servizio sanitario di sicurezza nazionale**.

L'applicazione (**"Immunì"**) potrà essere **installata volontariamente e non obbligatoriamente** e sarà possibile utilizzarla **a partire dal mese di maggio** come ha annunciato il 28.04.2020 il **Commissario Arcuri durante una conferenza stampa**. A parere di chi scrive è più probabile una piena partenza da giugno, in considerazione delle attività ancora da attuare, sia di carattere **regolamentare** che **tecnico**.

Inoltre, così come previsto dal **Gdpr**, il Ministero della Salute, previa effettuazione di idonea ed

apposita **valutazione di impatto**, oltre che previa consultazione con il Garante della Privacy, adotterà “**misure tecniche e organizzative idonee a garantire un livello di sicurezza adeguato ai rischi elevati per i diritti e le libertà degli interessati**”.

Tali misure assicureranno che:

- gli utenti ricevano, prima dell'attivazione dell'applicazione, **informazioni** chiare e trasparenti al fine di raggiungere una piena consapevolezza, in particolare, **sulle finalità e sulle operazioni di trattamento**, sulle **tecniche di pseudonimizzazione** utilizzate e sui tempi di conservazione dei dati;
- per impostazione predefinita, **i dati personali raccolti** dall'applicazione **siano esclusivamente quelli necessari** ad avvisare gli utenti dell'applicazione di rientrare tra i contatti stretti di altri utenti accertati positivi al Covid- 19, nonché ad agevolare l'eventuale **adozione di misure di assistenza sanitaria** in favore degli stessi soggetti (**principio di minimizzazione del dato**);
- il trattamento effettuato sia basato sui **dati di prossimità dei dispositivi, resi anonimi**, oppure, ove ciò non sia possibile, pseudonimizzati. **È esclusa in ogni caso la geo-localizzazione dei singoli utenti**;
- **siano garantite su base permanente la riservatezza, l'integrità, la disponibilità e la resilienza dei sistemi e dei servizi di trattamento**, nonché misure adeguate ad evitare il rischio di reidentificazione degli interessati cui si riferiscono i dati pseudonimizzati oggetto di trattamento;
- **i dati relativi ai contatti stretti siano conservati**, anche nei dispositivi mobili degli utenti, **per il periodo strettamente necessario al trattamento**, la cui durata è stabilita dal Ministero della salute. I dati sono cancellati in modo automatico alla scadenza del termine;
- **i diritti degli interessati** di cui agli [articoli da 15 a 22 del Regolamento \(UE\) 2016/679](#) possano essere esercitati anche con **modalità semplificate**.

Viene, inoltre, previsto che:

- **i dati raccolti non possano essere trattati per finalità diverse da quella specificate**, salva la possibilità di utilizzo in forma aggregata o comunque anonima, per soli fini di sanità pubblica, profilassi, finalità statistiche o di ricerca scientifica;
- il mancato utilizzo dell'applicazione non comporti alcuna limitazione o conseguenza in ordine all'esercizio dei **diritti fondamentali dei soggetti interessati**;
- la **piattaforma sia realizzata esclusivamente con infrastrutture localizzate sul territorio nazionale** e gestite da **amministrazioni o enti pubblici** o società a totale partecipazione pubblica e i programmi informatici sviluppati per la realizzazione della piattaforma siano di **titolarità pubblica**;
- **l'utilizzo dell'applicazione e della piattaforma**, nonché ogni trattamento di dati personali **siano interrotti alla data di cessazione dello stato di emergenza** disposto con delibera del Consiglio dei Ministri del 31 gennaio 2020, e comunque non oltre il 31 dicembre 2020. Entro la medesima data tutti i dati personali trattati siano cancellati o

resi definitivamente anonimi.

Inquadrando l'intervento legislativo all'interno delle previsioni del **Regolamento Generale sulla protezione dei dati (GDPR) 679/2016**, risultano rispettati i seguenti principi:

1. rispetto del diritto ad essere informato da parte dell'interessato ([articoli 12, 13 e 14 GDPR](#)). Previsione di **apposita informativa** chiara e trasparente, prima dell'attivazione dell'applicazione:

- **titolare del trattamento:** Ministero della Salute;
- **indicazione delle finalità** e delle operazioni di trattamento (ancora da definire), ma con divieto di utilizzo dei dati per finalità diverse;
- **indicazione del periodo di conservazione** da stabilire a cura del Ministero della Salute (*"i dati relativi ai contatti stretti siano conservati, anche nei dispositivi mobili degli utenti, per il periodo strettamente necessario al trattamento". "Entro il 31.12.2020 tutti i dati saranno cancellati o resi definitivamente anonimi"*);
- **modalità di trattamento:** *"Trattamento basato su dati di prossimità"*; è escluso il ricorso alla geolocalizzazione
- **localizzazione del trattamento del dato:** *"piattaforma realizzata esclusivamente con infrastrutture localizzate sul territorio nazionale"*;

2. rispetto dei principi di *Privacy By Design* e *Privacy By Default* ([articolo 25 GDPR](#)) (utilizzo di dati pseudonimizzati e minimizzazione degli stessi);

3. effettuazione della Valutazione di Impatto (DPIA) alla luce della tipologia dei dati trattati e dei rischi potenziali di danno ai diritti e alle libertà fondamentali dell'individuo, **previa consultazione con il Garante ([articoli 35 e 36](#))**;

4. sicurezza del trattamento del dato ([articolo 32, GDPR](#)):

- pseudonimizzazione dei dati;
- devono essere garantite su base permanente la riservatezza, l'integrità, la disponibilità e la resilienza dei sistemi e dei servizi di trattamento;

5. utilizzo dei dati per fini diversi da quelli per i quali sono stati raccolti: utilizzo in forma aggregata o comunque anonima, per soli fini di sanità pubblica, profilassi, finalità statistiche o di ricerca scientifica (**articolo 9, paragrafo 2, lettere i e j e Considerando 50 e 162**).

ORGANIZZAZIONE STUDI E M&A

Tre errori da non fare per promuovere il tuo studio professionale sul web

di **Salvatore Maniglio** – di **MPO & Partners** e Consulente Digital & Marketing - Digital Studio Pro



“Ho deciso di cedere il mio studio professionale con MpO”

*MpO è il partner autorevole, riservato e certificato nelle operazioni di cessione e aggregazione di studi professionali:
Commercialisti, Consulenti del lavoro, Avvocati, Dentisti e Farmacisti.*

1° – Non investire nella produzione di contenuti

Sempre più professionisti decidono di investire nello sviluppo di un sito web nella speranza di acquisire maggiore visibilità e di conseguenza nuovi clienti. Sono sempre meno però i professionisti che decidono di investire, tempo e denaro, nella produzione editoriale.

“Content is king!” diceva Bill Gates già nel lontano 1996, ed è ancora così! Bill Gates aveva ragione: negli ultimi 20 anni siamo stati spettatori inconsapevoli di una rivoluzione che ha stravolto il mondo del marketing, portando i contenuti al centro di ogni strategia di marketing online.

Siamo passati dall’ Outbound Marketing, ovvero messaggi promozionali inviati dalle aziende ad un pubblico più o meno definito, al fine di promuovere determinati prodotti o servizi, (conosciuto anche come interrupting marketing), all’Inbound Marketing, termine che indica la capacità di un brand di avere visibilità agli occhi dei suoi potenziali clienti, ogni qual volta questi ricercano prodotti e servizi correlati.

Bene, elemento imprescindibile di ogni attività di Inbound Marketing sono proprio i contenuti.

Per avere visibilità in relazione a query di ricerca, correlate ai servizi offerti, il professionista ha davanti a sé due possibilità, ed in entrambi i casi i contenuti rappresentano un elemento imprescindibile per il raggiungimento di questo obiettivo.

Non si può avere visibilità organica (ovvero senza investire in pubblicità a pagamento sulla rete di ricerca o sui Social Media) in relazione ad un determinato servizio, se non si parla di questo servizio sul proprio sito, trattando l’argomento, e le tematiche ad esso correlate, in

maniera approfondita.

Per avere visibilità organica, quindi essere tra i risultati di Google per una determinata ricerca, bisogna necessariamente investire nella produzione editoriale in quanto sono proprio i contenuti di testo, i contenuti web che si posizionano meglio nelle pagine di risultati dei motori di ricerca.

Se invece si decide di optare per una strada più breve ma più onerosa, ovvero la pubblicità a pagamento sulla rete di ricerca, non bisogna fare lo sbaglio di pensare che gli annunci della nostra campagna porteranno clienti al nostro studio.

Tali annunci ci aiuteranno ad acquisire nuovi visitatori, ma è il nostro sito (in particolare la pagina di atterraggio del nostro sito, in gergo landing page) che ha l'arduo compito di convertire questi visitatori in contatti (tramite una call-to-action come ad esempio 'Compila il form per richiedere maggiori informazioni'), e quale modo migliore per farlo se non approfondendo l'argomento di cui si parlava nel nostro annuncio, comunicando al tempo stesso la propria preparazione e professionalità?

Infine, particolare da non sottovalutare, ogni qual volta il nostro cervello trova una risposta alle nostre domande, produce dopamina, sostanza che infonde un senso di gratificazione e che ovviamente genera dipendenza, portandoci così a preferire un sito rispetto ad un altro, consentendo così al professionista di iniziare a costruire quell'indispensabile rapporto di fiducia che ci deve essere con la propria clientela.

2° – Non avere delle adeguate call-to-action sul proprio sito web

Con il termine call-to-action si intende quell'insieme di azioni che vogliamo gli utenti portino a compimento, come ad esempio la compilazione di un contact form per richiedere informazioni, l'iscrizione alla newsletter dello studio, l'iscrizione ad un webinar, l'invio di un'email, ecc.

Per monetizzare l'investimento fatto, in termini di tempo e risorse, per produrre contenuti di interesse per il proprio pubblico, è necessario avere su ogni pagina del proprio sito, una call-to-action in linea con il contenuto della pagina.

Per farlo è necessario avere un'idea di quali sono le proprie landing-page, ovvero la prima pagina che visualizzano i nostri utenti. Per farlo è necessario utilizzare quello che, senza ombra di dubbio, è lo strumento di analisi (per siti web) più diffuso: Google Analytics. Questa piattaforma è in grado di tracciare la provenienza ed il percorso degli utenti sul nostro sito, il che ci è di grande aiuto in quanto ci permette di capire quali sono le sorgenti di traffico e le prime pagine che visualizzano i nostri utenti.

Se hai un sito web ed una pagina Facebook, probabilmente avrai 2 sorgenti di traffico: traffico organico e social. La differenza è fondamentale: nel primo caso c'è un intento di ricerca,

ovvero gli utenti hanno effettuato una ricerca correlata ai contenuti delle pagine del nostro sito, e di conseguenza possiamo presumere siano alla ricerca di informazioni riguardo i servizi professionali dello studio; nel secondo, possiamo presumere che i nostri visitatori abbiano visto uno dei nostri post ed abbiano deciso di leggere il contenuto della pagina condivisa. In questo secondo caso non c'è alcun intento di ricerca, di conseguenza possiamo ipotizzare che non siano particolarmente interessati a richiedere maggiori informazioni.

Nel primo caso quindi potremmo avere una call-to-action riguardante la richiesta di informazioni, nel secondo invece, dovremmo predisporre una call-to-action diversa, riguardante la produzione editoriale (ricordate? l'utente è arrivato sul nostro sito per leggere un articolo, è arrivato da una piattaforma social quindi non è in una fase di ricerca attiva) come ad esempio la sottoscrizione della nostra newsletter.

Attenzione, non parliamo di mostrare sulla stessa pagina una diversa call-to-action a seconda della provenienza dell'utente (cosa possibile ma attualmente molto onerosa), ma di produrre contenuti diversi, con diverse call-to-action, per i diversi usi che si intende fare di questi.

Quindi, ritornando all'esempio del professionista che ha un sito web ed una pagina facebook, sarebbe opportuno produrre dei contenuti medio-lunghi per la ricerca organica, contenuti quindi 'ottimizzati' per una determinata parola chiave correlata ad un servizio dello studio, con una call-to-action inerente alla richiesta di informazioni, e dei contenuti brevi, meno tecnici e più informativi, per la nostra pagina facebook, con una call-to-action diversa che potrebbe essere l'iscrizione alla newsletter, in quanto l'utente che è arrivato su questa pagina ha mostrato interesse per il nostro articolo e potrebbe essere interessato a leggere i prossimi.

Per sintetizzare è necessario produrre contenuti diversi a seconda dell'utilizzo che si intende farne, con call-to-action diverse in base a quelli che possiamo immaginare siano gli intenti degli utenti. Quindi in un primo tempo immaginare, fare quelle che in gergo vengono definite delle educated-guess, per prendere poi delle decisioni data-driven, ovvero basarsi sui dati raccolti, non appena disponibili.

3° – Non utilizzare una Piattaforma CRM

Una volta avviata una produzione editoriale ed implementato le proprie pagine con le adeguate call-to-action, diventa necessario dotarsi di una piattaforma CRM. L'acronimo sta per Customer Relationship Management, che tradotto vuol dire Gestione delle Relazioni con i Clienti.

Perché è necessario? Proprio per gestire al meglio le relazioni dello studio con i clienti e potenziali tali. Utilizzando un CRM è possibile avere una pagina dedicata per ogni contatto o cliente, con tutte le informazioni chiave in evidenza, le interazioni intercorse tra dipendenti o professionisti dello studio ed il cliente/contatto in modo da coinvolgere i propri collaboratori senza dover inoltrare le lunghe conversazioni avute via email (correndo il rischio di dimenticare qualcosa!).

Inoltre, sarà semplicissimo ricercare un contatto/cliente e clusterizzarli per fatturato, tipologia di attività, numero di dipendenti, così da inviare comunicazioni mirate. Adottare una piattaforma CRM significa rendere fruibili, a tutti i collaboratori dello studio, tutte le informazioni a disposizione sulla propria clientela, così da consentire a tutti di gestire al meglio qualsiasi richiesta, ed evitare che due richieste, provenienti dallo stesso contatto, (che si rivolge allo studio utilizzando 2 metodi di comunicazione diversi, es. email e telefono) vengano gestite in contemporanea da due diversi collaboratori/dipendenti.