

Edizione di lunedì 20 Febbraio 2023

IVA

Regolarizzazione dello splafonamento nella dichiarazione Iva

di **Clara Pollet, Simone Dimitri**

AGEVOLAZIONI

Comunicazione alle Entrate dei crediti energia e gas entro il 16 marzo

di **Debora Reverberi**

BILANCIO

La copertura di perdite di esercizio per le Srl semplificate e a capitale ridotto

di **Paolo Meneghetti - Comitato Scientifico Master Breve 365**

IMPOSTE INDIRETTE

Circolazione intra-Ue di prodotti energetici, alcole e bevande alcoliche: i recenti cambiamenti

di **Elena Fraternali**

BEST IN CLASS

Al via l'edizione 2023 di "100 Best in Class"

di **TeamSystem**

IMPRENDITORIA E LEADERSHIP

Like, Follower, Commenti: quanto sono importanti per un commercialista su LinkedIn?

di **Luca Bozzato**

IVA

Regolarizzazione dello splafonamento nella dichiarazione Iva

di Clara Pollet, Simone Dimitri



Le fatture abbinate alla presentazione di una dichiarazione di intento sono emesse in **regime di non imponibilità** Iva in base all'[articolo 8, comma 1, lettera c\) D.P.R. 633/1972](#) e **Natura operazione N3.5**.

Il cessionario/committente le riporta **tra gli acquisti, nel rigo VF17** “Acquisti e importazioni senza pagamento d’imposta, con utilizzo del plafond” della Dichiarazione annuale Iva 2023 ([Provvedimento Agenzia delle entrate Prot. n. 11378 del 13.01.2023](#)).

Gli acquisti con dichiarazione di intento possono essere **effettuati** nei limiti del plafond disponibile ed è punito con la **sanzione dal cento al duecento per cento dell’imposta, fermo l’obbligo del pagamento del tributo**, chi beneficia della facoltà di acquistare o importare con dichiarazione di intento **oltre il limite consentito** ([articolo 7, comma 4, D.Lgs. 471/1997](#)).

L’esportatore abituale che ha effettuato acquisti **oltre il limite del plafond disponibile** può **regolarizzare l’operazione** scegliendo di coinvolgere o meno il suo fornitore e riportando di conseguenza l’annullamento dello splafonamento in dichiarazione annuale Iva.

Le procedure utilizzabili sono **tre**:

- richiesta al fornitore di emissione di una **nota di variazione Iva**,
- emissione di un’**autofattura** con versamento dell’Iva in F24,
- emissione di un’**autofattura** con inserimento dell’Iva a debito nella liquidazione Iva.

La prima possibilità di regolarizzazione prevede la richiesta al fornitore di effettuare una **variazione in aumento dell’Iva**, ai sensi dell'[articolo 26 D.P.R. 633/1972](#); l’acquirente resta obbligato al pagamento degli interessi e delle sanzioni eventualmente ridotte in caso di ravvedimento operoso di cui all'[articolo 13 D.Lgs. 472/1997](#).

L’operazione di acquisto (imponibile e imposta) è indicata in dichiarazione annuale Iva, nel

quadro VF degli acquisti, nel rigo corrispondente all'aliquota applicata, ad esempio nel **rigo VF13** per l'aliquota Iva al 22%. Conseguentemente, l'importo della fattura in precedenza emessa dal fornitore in regime di non imponibilità non deve essere indicato nel rigo VF17.

L'esportatore abituale che non vuole coinvolgere il fornitore, in alternativa, può inviare al Sistema di Interscambio **un'autofattura** indicando come Tipo documento **TD21 – Autofattura per splafonamento**.

Sia nei campi del cedente/prestatore che in quelli del cessionario/committente sono riportati i **dati dell'esportatore abituale** che emette l'autofattura; eventuali indicazioni differenti sono segnalate con il messaggio di **Errore 00472**.

L'autofattura contiene gli estremi identificativi di ciascun fornitore, il numero progressivo delle fatture ricevute, l'ammontare eccedente il plafond e l'imposta che avrebbe dovuto essere applicata. Tale imposta è **versata autonomamente dall'esportatore abituale in F24** indicando il codice tributo del periodo in cui erroneamente è stato effettuato l'acquisto senza applicazione dell'Iva. Per il perfezionamento dell'operazione occorre versare anche gli interessi e la sanzione ridotta. Nel **file TD21** nella Compilazione del campo 2.2.1.16.1 **"TipoDato"** della sezione **"Altridatigestionali"** occorre indicare il valore **"F24"**. L'autofattura è annotata nel registro degli acquisti.

In **dichiarazione annuale Iva** l'ammontare dell'imposta così regolarizzata è riportato nel **rigo VE25 – Variazioni e arrotondamenti di imposta con il segno +**; il versamento è indicato nel **rigo VL30, sia nel campo 2 sia nel campo 3**; ai fini della detrazione, l'imponibile e l'imposta risultanti dalla predetta autofattura devono essere indicati **nel quadro VF** nel rigo corrispondente all'aliquota applicata.

Conseguentemente l'importo della fattura del fornitore emessa in regime di non imponibilità non deve essere indicato nel rigo VF17.

Esemplificando, il contribuente Alfa si accorge a febbraio 2023 di aver splafonato per 10.000 euro nel mese di settembre 2022. Non volendo coinvolgere il fornitore decide di emettere un'autofattura TD21 con versamento dell'Iva in F24 con il **codice tributo 6009 anno 2022 per 2.200 euro**, versamento degli interessi con il codice tributo 1991 e versamento della sanzione ridotta da ravvedimento operoso (pari ad 1/8 del 100% dell'Iva) con il codice tributo 8904.

In dichiarazione annuale Iva 2023 riporta i seguenti importi:

- VE25 = + 2.200 euro,
- VF13 = 10.000 imponibile e 2.200 euro Iva,
- VL30 campo 2 e 3 = 2.200 euro.

Si segnala infine una forma alternativa di regolarizzazione, riepilogata nella risoluzione 16/E/2017, che prevede l'emissione dell'autofattura con l'assolvimento dell'Iva **in sede di**

liquidazione periodica.

Tale procedura può essere adottata solo **entro il 31 dicembre dell'anno in cui si è realizzato lo splafonamento** e non oltre.

Se l'assolvimento dell'Iva avviene in sede di liquidazione periodica, il cessionario/committente che emette l'autofattura annota, entro i termini della liquidazione periodica, **la maggiore imposta nel registro Iva delle vendite**, nonché annota l'autofattura anche nel **registro Iva degli acquisti**.

Anche in questo caso, in dichiarazione annuale Iva, l'operazione è **riportata nel quadro VF** con imponibile ed Iva, nei versamenti del **rigo VL30** (l'imposta è stata versata nella liquidazione) e **nel rigo VE25 con segno +**. L'importo della fattura del fornitore emessa in regime di non imponibilità non deve essere indicato nel rigo VF17.

AGEVOLAZIONI

Comunicazione alle Entrate dei crediti energia e gas entro il 16 marzo

di Debora Reverberi



Con [provvedimento n. 44905 del 16 febbraio 2023](#) l'Agenzia delle entrate ha **definito il contenuto e le modalità di presentazione della comunicazione obbligatoria** prevista ai sensi dell'[articolo 1, comma 6, D.L. 176/2022](#) (c.d. Decreto Aiuti-quater) e dell'[articolo 2, comma 5, D.L. 144/2022](#) (c.d. Decreto Aiuti-ter), in relazione ai seguenti **crediti d'imposta maturati nel terzo e quarto trimestre 2022**:

- imprese energivore del terzo trimestre 2022 ([articolo 6, comma 1, D.L. 115/2022](#));
- imprese gasivore del terzo trimestre 2022 ([articolo 6, comma 2, D.L. 115/2022](#));
- imprese non energivore del terzo trimestre 2022 ([articolo 6, comma 3, D.L. 115/2022](#));
- imprese non gasivore del terzo trimestre 2022 ([articolo 6, comma 4, D.L. 115/2022](#));
- imprese energivore di ottobre-novembre 2022 ([articolo 1, comma 1, D.L. 144/2022](#));
- imprese gasivore di ottobre-novembre 2022 ([articolo 1, comma 2, D.L. 144/2022](#));
- imprese non energivore di ottobre-novembre 2022 ([articolo 1, comma 3, D.L. 144/2022](#));
- imprese non gasivore di ottobre-novembre 2022 ([articolo 1, comma 4, D.L. 144/2022](#));
- imprese energivore di dicembre 2022 ([articolo 1, D.L. 176/2022](#));
- imprese gasivore di dicembre 2022 ([articolo 1, D.L. 176/2022](#));
- imprese non energivore di dicembre 2022 ([articolo 1, D.L. 176/2022](#));
- imprese non gasivore di dicembre 2022 ([articolo 1, D.L. 176/2022](#));
- imprese dei settori agricoltura e pesca per acquisto carburanti del quarto trimestre 2022 ([articolo 2, D.L. 144/2022](#)).

Il provvedimento del Direttore delle Entrate contiene alcuni **importanti chiarimenti relativi all'adempimento in questione**.

Fra i soggetti obbligati all'invio del modello figurano esclusivamente i **beneficiari dei crediti sopra elencati, che non abbiano già integralmente compensato gli importi spettanti**.

Il punto 2.6 del Provvedimento recita infatti: **“La comunicazione non deve essere inviata nel caso in cui il beneficiario abbia già interamente utilizzato il credito maturato in compensazione tramite modello F24”**.

Analogamente, ai sensi del punto 2.7, **la comunicazione non può essere trasmessa nel caso in cui l'impresa beneficiaria abbia già comunicato all'Agenzia delle entrate la cessione del credito** *“pena lo scarto della comunicazione stessa, a meno che la comunicazione della cessione non sia stata annullata, oppure il cessionario non abbia rifiutato il credito ai sensi del provvedimento del direttore dell'Agenzia delle entrate prot. n. 253445 del 30 giugno 2022 e successive modificazioni”*.

Il chiarimento più atteso riguarda **le conseguenze previste in caso di inadempimento**: il tenore letterale della disposizione di legge **“a pena di decadenza dal diritto alla fruizione del credito residuo”** lasciava adito a differenti interpretazioni circa il relativo *dies a quo*.

Al punto 3.1 del provvedimento l'Agenzia chiarisce **che il mancato invio di una valida comunicazione entro la scadenza del 16 marzo 2023 comporta l'impossibilità di utilizzare il credito in compensazione a decorrere dal 17 marzo 2023**.

Il contenuto del modello di comunicazione è piuttosto semplice, prevedendo, oltre ai dati anagrafici e alla sottoscrizione di una dichiarazione sostitutiva di atto notorio di sussistenza dei requisiti per beneficiare dei crediti d'imposta maturati, l'inserimento **nel quadro A** dei seguenti dati:

- **il codice identificativo del credito, corrispondente al codice tributo e indicato nella tabella riportata nelle istruzioni;**
- **l'importo della spesa agevolata** (casella “Importo di riferimento”);
- **l'importo del credito maturato, in base alla percentuale spettante e indicata nella tabella riportata nelle istruzioni.**

Il provvedimento precisa, al punto 2.5, che **l'importo del credito maturato nel periodo di riferimento va comunicato al lordo dell'eventuale ammontare già utilizzato in compensazione**, ai sensi dell'[articolo 17, D.Lgs. 241/1997](#), fino alla data della comunicazione stessa.

Mod. n.

QUADRO A - COMUNICAZIONE DEI CREDITI MATURATI
(compilare un solo rigo per ciascuna tipologia di credito)

		Codice fiscale del beneficiario dei crediti	
		<div style="border-bottom: 1px solid black; width: 100%;"></div>	

Codice credito	Descrizione credito maturato	Importo di riferimento	Importo credito maturato
<div style="border-bottom: 1px solid black; width: 100%;"></div>	<div style="border-bottom: 1px solid black; width: 100%;"></div>	<div style="border-bottom: 1px solid black; width: 100%;"></div>	<div style="border-bottom: 1px solid black; width: 100%;"></div>

Il modello di comunicazione è inviato dal beneficiario dei crediti d'imposta, direttamente oppure avvalendosi di un soggetto incaricato della trasmissione delle dichiarazioni di cui all'[articolo 3, comma 3, D.P.R. 322/1998](#), utilizzando esclusivamente i canali telematici dell'Agenzia delle entrate o il servizio web disponibile nell'area **riservata del sito internet dell'Agenzia**.

All'invio viene rilasciata una ricevuta, a disposizione nell'area riservata del sito internet dell'Agenzia delle entrate, attestante la presa in carico ovvero lo scarto, con l'indicazione delle relative motivazioni.

Come previsto al punto 3.2 del provvedimento, **a decorrere dal 17 marzo 2023 l'eventuale compensazione di importi eccedenti il credito comunicato, tenuto conto anche di precedenti fruizioni, comporta lo scarto del modello F24**.

BILANCIO

La copertura di perdite di esercizio per le Srl semplificate e a capitale ridotto

di **Paolo Meneghetti** - Comitato Scientifico Master Breve 365



Sempre in tema di **attività contabili e societarie** derivanti dalla chiusura dell'esercizio 2022, un tema da considerare è **come comportarsi in relazione a perdite rilevanti**, e, in modo particolare, quando tali perdite gravano sui bilanci delle Srl a capitale ridotto ovvero quelle semplificate.

Prima di tutto analizziamo la situazione che si manifesta per tutte le società in relazione alla **proroga della sospensione degli effetti delle perdite di esercizio**, sancita, anche per il **2022**, dall'[articolo 3, comma 9, D.L. 198/2022](#) (cd Milleproroghe).

In base a tale provvedimento la perdita del 2022 si aggiunge a quelle eventualmente generate nel 2020 e 2021 con una copertura da eseguirsi, per quella del 2022, **al più tardi approvando il bilancio dell'esercizio 2027**, quindi di fatto nel mese di aprile 2028.

Nel corso del periodo di **monitoraggio quinquennale** le società saranno tenute a controllare il rispetto del capitale minimo solo considerando le perdite emerse dopo il triennio 2020/2022, quindi **agendo come se le perdite di tali esercizi non esistessero**, come affermato, tra gli altri, dall'Orientamento TA 13 del Notariato Triveneto.

Sul punto si ritiene che le società che non intendano avvalersi di tale norma **non siano obbligate a rinviare gli effetti delle perdite**.

Il caso concreto è, ad esempio, quello della Srl che vorrebbe avviare la **liquidazione per perdite del capitale** ex [articolo 2484, punto 4, cod. civ.](#) senza intervento del notaio, bensì semplicemente prendendo atto che si è manifestata una **causa di scioglimento**.

Dal testo dell'[articolo 6, comma 1, D.L. 23/2020](#) non sembra emergere alcuno spazio di libera scelta di applicare o meno le disposizioni. Tuttavia, sul punto vanno fatte due considerazioni:

- in primo luogo, va detto che una norma di favore emanata per tutelare la società colpita da perdite **non può trasformarsi in una disposizione che esprime un obbligo**, cioè una norma con carattere coercitivo,
- in secondo luogo, vero è che nel comma 1 dell'[articolo 6](#) si parla di “**inapplicabilità e non operatività**” delle norme del codice civile tra cui [articolo 2484, punto 4, cod. civ.](#), ma è altrettanto vero che è pur sempre richiesta, per la disapplicazione, che una **specificata volontà emerga** in tal senso in un verbale di assemblea. Sul punto è chiaro il disposto del comma 3 del citato articolo che, con riferimento alla delibera dell'assemblea, afferma: “*può deliberare di rinviare tali decisioni alla chiusura dell'esercizio di cui al comma 2.*”

Il termine “**può**” deliberare indica chiaramente una **facoltà** che l'assemblea dei soci potrebbe anche decidere di non esercitare.

Ed ancora a sostegno della tesi della possibile operatività ordinaria dell'[articolo 2484 cod. civ.](#) va segnalato un ulteriore passaggio del citato comma 3 quando si sancisce che : “ *..fino alla data di tale assemblea **non opera la causa di scioglimento della società per riduzione o perdita del capitale sociale** di cui agli [articoli 2484, primo comma, numero 4\)](#).*”

Alla luce delle considerazioni sopra svolte sembra di poter dire che l'inoperatività della causa di scioglimento agisce **solo se la società decide di utilizzarla**. Più precisamente, la sospensione delle norme civilistiche opera in senso assoluto **fino a quando l'assemblea dei soci convocata per l'approvazione del bilancio non si esprime**.

La copertura delle perdite per le Srl “alternative”

In ogni caso, a prescindere dalla norma di sospensione della operatività delle perdite di esercizio 2022, è interessante capire come le cosiddette Srl “alternative” devono comportarsi, considerando l'**esiguità** del loro capitale sociale.

È un dato di fatto che ove il capitale di costituzione fosse realmente esiguo sarebbe quasi fisiologico, esattamente al momento della costituzione, trovarsi già in una situazione di perdita che comporta gli adempimenti efficacemente denominati dalla massima 131 del notariato milanese quali “**ricapitalizza, trasforma o liquida**”.

Vero è che molte spese di costituzione potrebbero essere capitalizzate e non gravare interamente sul bilancio di esercizio, ma ciò non di meno se il capitale fosse ad esempio fissato a 1 euro si porrebbe una paradossale situazione in cui, **appena costituita**, la società verserebbe in una **causa di scioglimento**.

Nella prassi operativa la rilevazione della perdita viene spesso **rimandata alla chiusura dell'esercizio**, ma certamente la situazione sopra enunciata sembra avvalorare la tesi di chi

ritiene non applicabili gli [articoli 2482 bis](#) e ss. alle Srl a capitale ridotto e semplificate.

In realtà sembra **maggiormente condivisibile la tesi contraria**.

Infatti, pur valutando come sensate le considerazioni sopra enunciate, la dottrina più autorevole (Cfr. la citata Massima notariato milanese 131/2013) ritiene **non vi siano sufficienti motivazioni per affermare l'inapplicabilità delle norme in materia di monitoraggio delle perdite**.

Porta a tale conclusione anche l'esplicito rinvio alle **norme della Srl ordinaria** che, per le Srl semplificate, è contenuto nell'[articolo 2463 bis, comma 6, cod. civ.](#) e, per le Srl a capitale ridotto, è contenuto nell'[articolo 44, comma 4, D.L. 83/2012](#).

Sempre a sostegno di questa tesi va inoltre segnalato il **Quaderno della Fondazione Italiana del Notariato** a cura del notaio Carlo Alberto Busi, in cui si mette in evidenza come per la Srls il rinvio normativo per disciplinare la perdita "grave" non è l'[articolo 2482 ter cod. civ.](#) (il quale, rifacendosi alla misura minima del capitale di cui all'[articolo 2463, comma 4](#) di fatto si riferisce unicamente alla **soglia "ordinaria" del capitale sociale, cioè euro 10.000**), bensì l'[articolo 2484, punto 4, cod. civ.](#) nel quale emerge come la perdita di esercizio che determina la riduzione del capitale sotto la soglia legale (quindi valevole in genere anche quando il capitale sociale è di 1 euro) comporta l'emersione di una **causa di scioglimento, operante, a questo punto, anche per le Srl alternative**.

IMPOSTE INDIRETTE

Circolazione intra-Ue di prodotti energetici, alcole e bevande alcoliche: i recenti cambiamenti

di **Elena Fraternali**



Con la recente [circolare prot. n. 70294 del 03.02.2023](#) l'Agenzia delle Dogane ha chiarito i passaggi in vista delle modifiche che sono entrate in applicazione dal 13.02.2023 e che riguardano i prodotti soggetti ad accisa già immessi in consumo da/verso un altro Stato membro per ragioni commerciali.

Come noto, con il D.Lgs. 180/2021, che ha recepito la Direttiva (UE) 2020/262 del Consiglio del 19 dicembre 2019 che ha riorganizzato il regime generale delle accise, sono state introdotte all'interno del TUA (Testo Unico Accise – D.Lgs. 504/1995) le figure del **Destinatario certificato** e dello **Speditore certificato**, unici soggetti tra cui può avvenire la circolazione unionale di prodotti ad accisa assolta.

Ai sensi del nuovo [articolo 10 del TUA](#), infatti:

- i prodotti immessi in consumo in un altro Stato membro che vengono trasportati nel territorio nazionale per esservi consegnati per scopi commerciali sono **soggetti ad accisa nel territorio dello Stato**;
- tali prodotti devono essere **spediti da uno Speditore certificato dello Stato membro nel quale sono stati immessi in consumo** e ricevuti da un Destinatario certificato nazionale;
- la circolazione dei prodotti in parola deve aver luogo con l'**e-DAS (Documento Amministrativo Semplificato elettronico, anche detto "e-DAS unionale")** emesso dal sistema informatizzato previo inserimento dei relativi dati da parte dello Speditore certificato dello Stato membro di spedizione.

Alla luce di tale importante modifica, che entrerà in applicazione per tutti gli operatori il prossimo 13 febbraio, i soggetti che intendano ricevere o movimentare prodotti energetici, alcolici e alcole all'interno dell'Unione europea dovranno inevitabilmente **allinearsi ai nuovi requisiti normativi**, richiedendo le idonee autorizzazioni.

Di seguito si passa ad esaminare brevemente le caratteristiche e gli obblighi relativi alle due figure in commento.

Il Destinatario Certificato

Come previsto all'[articolo 8 bis](#) del TUA, il Destinatario Certificato è il soggetto abilitato a ricevere, presso il proprio deposito, i **prodotti sottoposti ad accisa** ed immessi in consumo in un altro Stato membro e, al fine di richiedere tale autorizzazione, deve già poter operare quale **depositario autorizzato o destinatario registrato**.

Al fine di richiedere tale autorizzazione, l'operatore deve presentare, tramite PEC, apposita istanza all'Ufficio delle Dogane territorialmente competente indicando:

- a) gli **estremi identificativi** comprensivi di denominazione della ditta, partita Iva, sede legale ed il proprio indirizzo di PEC;
- b) **ubicazione del deposito di ricezione dei prodotti**;
- c) piantina che riporti l'**area delimitata destinata allo stoccaggio** dei prodotti in argomento;
- d) il **codice accisa** posseduto in qualità di depositario autorizzato o destinatario registrato, associato al deposito di cui alla lettera b);
- e) **codici NC e denominazione commerciale dei prodotti**. I prodotti devono essere ricompresi tra quelli che l'esercente è abilitato a ricevere in qualità di depositario autorizzato o destinatario registrato;
- f) le **modalità di contabilizzazione nei registri**.

In caso di verifica positiva dei dati sopra riportati, la Dogana **autorizzerà l'esercente attribuendo un codice identificativo** (che dovrà essere indicato nell'e-DAS *unionale*), con specificazione della data di decorrenza dell'efficacia. Tale autorizzazione non ha scadenza ed è valida sino a revoca.

Si sottolinea, poi, che il **Destinatario Certificato assume su di sé una serie di obblighi necessari** per la buona riuscita dell'operazione unionale. In particolare, deve:

- prestare **garanzia** per il pagamento dell'imposta prima della spedizione dei prodotti: detta garanzia è pari al 100% del tributo;
- una volta ricevuti i prodotti, **versare l'accisa** entro il giorno successivo a quello di arrivo;
- trasmettere, sempre entro le 24 ore dalla ricezione, la **nota di**

ricevimento all'Amministrazione, che attesta la presa in consegna dei prodotti e la loro registrazione nella contabilità del deposito.

La Dogana, una volta verificato l'avvenuto pagamento dell'accisa, **convalida la nota di ricevimento sul sistema informatizzato** e dispone lo svincolo della garanzia riguardante l'operazione.

Lo Speditore Certificato

Ai sensi dell'[articolo 9 bis](#) del TUA, si intende per Speditore Certificato il **soggetto autorizzato a spedire i prodotti ad accisa assolta verso un altro Stato membro**, nell'esercizio della sua attività economica.

Per diventare Speditore Certificato **non sono richiesti i requisiti** previsti per il Destinatario ma, tuttavia, la richiesta deve pervenire da un soggetto operante nel settore delle accise. Per richiedere l'autorizzazione l'operatore economico deve presentare, a mezzo PEC, apposita istanza all'Ufficio competente indicando i propri estremi identificativi, il codice ditta o la licenza fiscale di esercizio e il codice di accisa (se presente), i dati del deposito da cui partono le spedizioni e i codici di nomenclatura dei prodotti da movimentare.

Una volta ottenuta l'autorizzazione e il relativo codice identificativo, lo Speditore Certificato deve:

- **tenere un apposito registro** in cui sono ripostati gli estremi dell'e-DAS unionale e il luogo di consegna dei beni;
- **fornire al trasportatore il codice univoco di riferimento amministrativo semplificato.**

Lo Speditore può richiedere, **entro due anni dalla movimentazione**, il rimborso dell'accisa gravante sui prodotti oggetto di spedizione e versata nel territorio dello Stato membro di destino.

Alla luce del nuovo impianto normativo, è importante ricordare agli operatori di settore che intendono movimentare tra Paesi dell'Unione europea prodotti ad accisa assolta che **dal 13 febbraio non è più possibile far iniziare la circolazione di tali prodotti con la scorta di DAS cartaceo.**

E invero, nella circolare in commento, l'Amministrazione finanziaria non ha previsto ulteriori "periodi di grazia", consentendo soltanto di **concludere entro il 31 dicembre le operazioni cartacee già iniziate prima del 13 febbraio.**

BEST IN CLASS

Al via l'edizione 2023 di "100 Best in Class"

di TeamSystem



Anche quest'anno si rinnova l'iniziativa di TeamSystem ed Euroconference, in collaborazione con Forbes, "**100 Best in Class**", che si pone l'obiettivo di premiare le 100 migliori eccellenze italiane tra i commercialisti e i consulenti del lavoro.

Nell'ambito dell'attuale **congiuntura economica**, determinata prima dalla graduale uscita dalla pandemia Covid 19 e poi dalla crisi innescatasi da oltre un anno a causa del conflitto russo-ucraino, le aziende, per cercare di **proseguire in un percorso di crescita**, iniziato nel 2021 e successivamente parzialmente interrottosì nel 2022, necessitano del **sostegno di professionisti** che costantemente e sapientemente le consiglino e accompagnino.

È per questo che **Euroconference** e **TeamSystem**, con il supporto di Forbes Italia, hanno deciso di premiare i professionisti che hanno occupato e occuperanno un ruolo di protagonisti in questo importante percorso.

"100 Best in Class" è l'iniziativa volta a promuovere le **100 eccellenze italiane tra commercialisti e consulenti del lavoro**.

*"I professionisti saranno centrali in questa fase di cambiamento, dovendo supportare le aziende e andando, a contempo, a svolgerle un ruolo di **propulsori della ripresa economica**. A questo deve aggiungersi la centralità del **PNRR**, occasione irripetibile che deve essere colta dalle imprese"* conferma **Giuseppe Busacca**, general manager BU professional di TeamSystem. *"L'iniziativa Best in Class ha l'obiettivo di sottolineare ancora una volta la loro **importanza**, valorizzando le eccellenze che possono diventare sempre più un tassello strategico della crescita del Sistema Paese".*

"**100 Best in Class**" rappresenta altresì uno **stimolo** per mettersi sempre più in gioco a supporto al Sistema Paese, a maggior ragione con il **cambio di prospettiva** dovuto dapprima alla crisi pandemica e, successivamente, quando tutto lasciava presagire a una rapida e salda

ripresa, alla crisi russo-ucraina, che ha investito l'economia a livello mondiale e che ha portato a forti e bruschi cambiamenti nel modo di concepire il lavoro, passando da un sistema basato sulla "staticità" a uno incentrato sulla "fluidità" e sulla possibilità di lavorare anche da casa.

E in questo intreccio di novità è giusto premiare chi meglio e più velocemente si è riuscito ad adattare al Mondo che cambia. **"Crediamo sia importante dare visibilità a chi si è distinto nella propria professione"** si legge sul sito ufficiale di TeamSystem, dove si possono visionare le regole per la candidatura e i componenti della giuria.

Le categorie Best in Class

Le categorie "Best in class" all'interno delle quali i commercialisti e i consulenti del lavoro verranno selezionati sono le seguenti:

- **Crescita e Competenze:** verranno selezionati gli Studi che hanno segnato le migliori *performance* in termini di crescita rispetto all'anno della propria costituzione, valutata in ragione degli ambiti disciplinari coperti e delle competenze, nonché quelli che hanno registrato il miglior *trend* in termini di aumento del proprio volume di *business*.
- **Innovazione Digitale:** verranno selezionati gli Studi che hanno interpretato in modo ottimale e completo l'innovazione digitale, sia al loro interno che nella collaborazione con i propri clienti.
- **Valore economico e sviluppo di business:** verranno selezionati gli Studi che hanno creato maggiore valore economico e sviluppo del business per i propri clienti, accompagnandoli nel loro percorso di crescita.

[A questo link, il form per inviare la propria candidatura.](#)

IMPRENDITORIA E LEADERSHIP

Like, Follower, Commenti: quanto sono importanti per un commercialista su LinkedIn?

di **Luca Bozzato**



Like, follower e commenti sono diventati una metrica sempre più importante per valutare l'efficacia della propria attività online. LinkedIn non fa eccezione, e queste metriche sono indicatori fondamentali per valutare l'impatto del proprio lavoro sulla piattaforma.

Ma quanto sono importanti i like, follower e commenti per un commercialista su LinkedIn?

1. Like

I like non sono l'unico indicatore di successo su LinkedIn. Anzi, ci sono molti altri fattori che vanno presi in considerazione, come ad esempio:

- le visualizzazioni,
- i commenti,
- le condivisioni
- e, soprattutto, il coinvolgimento effettivo degli utenti con il proprio contenuto.

Detto questo, i like possono comunque rappresentare un elemento importante per un commercialista su LinkedIn. In particolare, i like sono utili per:

- **Misurare l'interesse degli utenti:** i like sono un modo semplice e immediato per capire se un post sta suscitando interesse tra gli utenti. Se un post riceve molti like, significa che gli utenti lo trovano interessante e rilevante per il loro lavoro o le loro attività. Questo può essere un buon indicatore per capire quali sono i contenuti che funzionano meglio e orientare la propria strategia di comunicazione di conseguenza.
- **Aumentare la visibilità:** LinkedIn utilizza un algoritmo che valuta la rilevanza dei

contenuti in base a diversi fattori, tra cui il numero di like. Se un post riceve molti like, è probabile che l'algoritmo lo consideri più rilevante e lo mostri a un numero maggiore di utenti.

- **Iniziare delle relazioni:** i like sono utili anche per favorire le relazioni con altri utenti su LinkedIn. Se un post riceve like da parte di utenti che siamo interessati a conoscere o con cui vogliamo entrare in contatto, possiamo sfruttare questa occasione per avviare una conversazione e stabilire un primo contatto.

Ci sono però altri indicatori più importanti, quindi è meglio non focalizzarsi esclusivamente sul numero dei like ma soprattutto sulla qualità dei contenuti e delle relazioni che LinkedIn, come piattaforma, permette di creare.

2. Follower

I follower su LinkedIn sono un altro **indicatore fondamentale per valutare l'efficacia delle attività di un commercialista** sulla piattaforma. I follower rappresentano la **base di utenti che seguono il profilo del commercialista** e che potenzialmente possono interagire con i suoi contenuti, condividere le sue informazioni o contattarlo per richiedere i suoi servizi.

È però importante **considerare la qualità dei follower**, più che la quantità, ovvero il fatto che siano **effettivamente interessati ai contenuti del commercialista** e rappresentino un potenziale target di clienti. Avere una rete di follower ampia e curata può servire per:

Aumentare network e net worth: avere un numero elevato di follower può essere un buon segnale per l'algoritmo di LinkedIn, che tende a favorire i profili più seguiti e interattivi. In questo modo, i follower possono contribuire a migliorare la visibilità dei contenuti del commercialista e a farli arrivare a un pubblico più ampio.

Rafforzare la reputazione: avere un numero elevato di follower può essere un buon segnale della reputazione e dell'autorevolezza del commercialista su LinkedIn. Se un profilo ha molti follower, significa che gli utenti lo trovano interessante e utile per il loro lavoro o le loro attività.

Favorire le relazioni: i follower sono anche un buon punto di partenza per stabilire relazioni e contatti professionali su LinkedIn. Se un commercialista ha un grande numero di follower, può utilizzare questa base di utenti per interagire con il proprio pubblico, condividere informazioni utili e stabilire relazioni di lungo termine con i propri follower.

Aumentare il potenziale di business: infine, i follower possono rappresentare un potenziale target di clienti per il commercialista. Se un profilo ha molti follower in linea, questi utenti possono rappresentare una fonte di potenziale business. In questo caso, è importante valutare la qualità dei follower e identificare quelli che rappresentano un potenziale target su cui vale

la pena investire per creare relazioni e appuntamenti.

3. Commenti

I commenti su LinkedIn sono uno dei fattori più importanti per valutare l'efficacia di una comunicazione su LinkedIn. I commenti rappresentano l'interazione più diretta degli utenti con i contenuti del commercialista, e sono un segnale forte della rilevanza e dell'interesse che questi ultimi suscitano.

I commenti sono un indicatore di interazione molto forte su LinkedIn. Quando un utente decide di lasciare un commento sotto un post, significa che ha dedicato del tempo e dell'attenzione a quel contenuto, e ha sentito la necessità di esprimere un'opinione o un pensiero a riguardo. I commenti segnalano l'efficacia dei contenuti del commercialista e possono contribuire a migliorare la sua reputazione e autorità nel proprio settore di riferimento.

Ma i commenti non sono solo un indicatore di interazione. sono anche utili per:

- **Approfondire il pensiero del post e la conversazione di qualità:** i commenti sono un buon modo per avviare una conversazione su LinkedIn. Quando un utente lascia un commento, può essere l'inizio di una discussione o di uno scambio di opinioni che genera contatti di valore. Questo favorisce la costruzione di relazioni, l'acquisizione di nuovi contatti e la creazione di una comunità di utenti interessati ai contenuti del commercialista.
- **Migliorare la visibilità:** i commenti possono anche contribuire a migliorare la visibilità dei contenuti del commercialista su LinkedIn. Quando un post riceve molti commenti, questo può essere un segnale per l'algoritmo di LinkedIn che il contenuto è interessante e merita di essere visto da un pubblico più ampio. In questo modo, i commenti possono contribuire a migliorare la visibilità del commercialista e dei suoi contenuti.
- **Ottenere feedback:** i commenti sono un buon modo per ottenere feedback e opinioni dagli utenti su LinkedIn. Quando un commercialista pubblica un contenuto, può essere interessante sapere cosa ne pensano gli utenti del proprio settore o della propria attività. In questo modo, i commenti possono rappresentare un'occasione per ottenere informazioni utili e per migliorare i propri contenuti e servizi in futuro.
- **Generare potenziale di business:** quando un post riceve molti commenti, questo può essere un segnale che gli utenti sono interessati al settore o ai servizi offerti dal commercialista. In questo caso, è possibile utilizzare i commenti per identificare potenziali clienti e avviare una conversazione con loro.

