



NEWS

Euroconference

Edizione di lunedì 19 Febbraio 2024

CASI OPERATIVI

Esenzione Imu in caso di coniuge assegnatario della casa coniugale
di Euroconference Centro Studi Tributari

GUIDA AGLI ADEMPIMENTI

Adesione al regime agevolato Inps
di Laura Mazzola

LA LENTE SULLA RIFORMA

Consultazione semplificata alla prova dell'intelligenza artificiale
di Angelo Ginex

IMPOSTE SUL REDDITO

Indennità sostitutive dei servizi di mensa
di Sandro Cerato - Direttore Scientifico del Centro Studi Tributari

PENALE TRIBUTARIO

No al sequestro 231 se manca il pericolo di dispersione dei beni
di Luigi Ferrajoli

PROFESSIONISTI

Tendenze Marketing 2024 per Studi Professionali
di Greta Contardi – Marketing Specialist per BDM Associati SRL



CASI OPERATIVI

Esenzione Imu in caso di coniuge assegnatario della casa coniugale

di Euroconference Centro Studi Tributari



The banner features the Euroconference logo at the top left, followed by the text "La professionalità va riconosciuta". In the center, it says "100 BEST IN CLASS" with "2024 Edition" below it. At the bottom, it shows "Euroconference" next to the Forbes logo, and "sponsored by TeamSystem". To the right is a circular portrait of a man and a woman.

Mario Rossi e Lucia Bianchi sono proprietari di un appartamento censito in categoria catastale A/2 di proprietà al 50% ciascuno; detto immobile era utilizzato dalla coppia come residenza della famiglia.

I rapporti matrimoniali si sono deteriorati e la coppia si è separata; in occasione della separazione il giudice ha deciso che l'immobile utilizzato dalla coppia fosse assegnato in uso alla moglie Lucia Bianchi. Lucia Bianchi ha mantenuto la dimora e la residenza in tale immobile, mentre Mario Rossi si è trasferito altrove.

Successivamente alla separazione, chi deve corrispondere l'Imu dovuta in relazione a tale immobile, considerando che la normativa fa riferimento all'affidamento dei figli e la coppia non ha avuto figli?

[**LEGGI LA RISPOSTA DI CENTRO STUDI TRIBUTARI SU FISCOPRACTICO...**](#)



FiscoPratico



GUIDA AGLI ADEMPIMENTI

Adesione al regime agevolato Inps

di Laura Mazzola

Convegno di aggiornamento

Novità della dichiarazione dei redditi delle persone fisiche

Scopri di più

I contribuenti iscritti alla gestione previdenziale Inps degli artigiani e degli esercenti attività commerciali, che si avvalgono del regime forfettario previsto dalla L. 190/2014 e successive modifiche e integrazioni, possono richiedere, entro il prossimo 28.2.2024, l'adesione al regime agevolato Inps.

Tale richiesta ha carattere opzionale ed è accessibile esclusivamente a seguito di domanda da presentare all'interno del cassetto previdenziale.

Il regime agevolato Inps consiste, come indicato nella [circolare Inps n. 35/2016](#), in una riduzione della contribuzione dovuta del 35%, sia quella sul reddito entro il minima sia quella sul reddito eventualmente eccedente.

L'accesso al regime previdenziale agevolato avviene sulla base di apposita dichiarazione che il contribuente ha l'onere di presentare all'Istituto entro il 28 febbraio dell'anno per il quale il contribuente intende usufruire del regime agevolato Inps.

Decorso tale termine non è consentita l'adesione al regime agevolato per l'anno in corso; di conseguenza, deve essere presentata una nuova domanda entro il 28 febbraio dell'anno successivo, ai fini del beneficio della riduzione contributiva dal 1° gennaio del relativo anno.

Diversamente, i contribuenti che intraprendono una nuova attività d'impresa dall'1.1.2024 e presumono di essere in possesso dei requisiti richiesti, sono tenuti a presentare apposita domanda di adesione con la massima tempestività rispetto alla data di ricezione della delibera di avvenuta iscrizione alla gestione previdenziale.

Ai fini della presentazione della domanda occorre:

- accedere al **portale Inps**;
- entrare in **MyINPS con Spid, Cie o Cns**;
- cercare, tra i servizi, "Cassetto previdenziale (**Artigiani e Commercianti**)";
- nel menù di sinistra scegliere "**Domande telematizzate**";



- si apre una nuova schermata dalla quale scegliere “**Adesione Regime Agevolato**”;
- si visualizzano i **principali dati del richiedente** e la sua posizione attiva;
- occorre poi **procedere alla richiesta** e cliccare sul tasto “Salva”.

Immediatamente la domanda viene protocollata e lavorata in automatico; è possibile visualizzarla **all'interno del menù**, cliccando su “**Esito Domande**”.

La domanda riporta i **dati dell'intermediario, i dati del richiedente e la richiesta**.

In particolare, con tale domanda il richiedente **“dichiara di essere consapevole”**:

- **che l'agevolazione avrà effetto dalla data d'inizio attività**, qualora trattasi di nuova iscrizione;
- **che l'agevolazione avrà effetto dal mese di gennaio dell'anno di presentazione della presente domanda**, qualora trattasi di soggetto titolare di posizione già attiva presso la gestione previdenziale, purché la presente richiesta venga presentata, a pena di decadenza, entro il 28 febbraio dello stesso anno;
- che, qualora la domanda sia presentata oltre il predetto termine, l'accesso non sarà consentito per l'anno in corso, ma dovrà essere **ripresentata una nuova domanda entro il termine del 28 febbraio del relativo anno**;
- che, ai sensi dell'art. 1 comma 80 e 81 legge n. 190/2014 e s.m.i., a coloro che scelgono di usufruire dell'agevolazione non si applicano le disposizioni di cui all'art. 59, comma 15 della legge 27 dicembre 1997, n. 449, né si applica la riduzione contributiva di tre punti percentuali, prevista dall'art. 1, comma 2 della legge 2 agosto 1990, n. 233;
- **che, qualora venissero meno i requisiti previsti per usufruire dell'agevolazione, dovrà dare immediata comunicazione a codesto Istituto attraverso apposito modello”**.

Di seguito il richiedente dichiara, **consapevole delle responsabilità penali** e degli effetti amministrativi derivanti dalla falsità in atti e dalle dichiarazioni mendaci, che i dati e le informazioni riportate nella richiesta **rispondono a verità**.

Si evidenzia che **non occorre rinnovare di anno in anno l'opzione**: il regime agevolato si applica nel 2024, infatti, ai soggetti già beneficiari, **ove permangano i requisiti di agevolazione fiscale**.

Infine, si rileva che nell'ipotesi di rinuncia occorre procedere come sopra riportato e selezionare, invece di “Adesione Regime Agevolato”, “**Rinuncia Regime Agevolato**”.



LA LENTE SULLA RIFORMA

Consultazione semplificata alla prova dell'intelligenza artificiale

di Angelo Ginex

Seminario di specializzazione

Novità introdotte dalla riforma fiscale allo statuto del contribuente

[Scopri di più](#)

Con l'entrata in vigore lo scorso 18.1.2024 dell'[articolo 10-octies](#) e dell'[articolo 10-novies](#), introdotti nell'impianto normativo dello **Statuto del contribuente** (L. 212/2000) ad opera del **D.Lgs. 219/2023**, attuativo della legge delega per la **riforma fiscale** (L. **111/2023**), hanno debuttato nel nostro ordinamento giuridico due nuovi istituti: si tratta, rispettivamente, della **consulenza giuridica** e della **consultazione semplificata**.

L'[articolo 10-octies](#), L. **212/2000**, si pone la finalità di introdurre nel nostro ordinamento giuridico la disciplina della **consulenza giuridica**, ovvero dell'**attività interpretativa** svolta dall'**Amministrazione finanziaria** e finalizzata all'individuazione del **corretto trattamento fiscale** di fattispecie riferite a **problematiche di carattere generale**, che **non** riguardano **singoli contribuenti**.

Ciò significa che l'istituto della **consulenza giuridica non** può mai tradursi in un **interpello generalizzato**. Infatti, al **comma 1**, della disposizione citata, è espressamente previsto che i **soggetti legittimi** alla presentazione di **istanze di consulenza giuridica** sono:

- le **associazioni sindacali e di categoria**;
- gli **ordini professionali**;
- gli **enti pubblici o privati**;
- gli **enti territoriali e locali**;
- le **amministrazioni dello Stato**.

Ne deriva che occorre una **specifica richiesta** da parte di tali soggetti, a fronte della quale l'Amministrazione finanziaria fornisce **chiarimenti interpretativi di disposizioni tributarie su casi di rilevanza generale**.

La **competenza** a trattare le istanze di consulenza giuridica è attribuita alle **Direzioni regionali** e alla **Divisione Contribuenti**, in ragione della **rilevanza territoriale** del soggetto richiedente (regionale o nazionale).

Inoltre, l'**istanza** di consulenza giuridica è **redatta in carta libera** e non è soggetta al



pagamento dell'imposta di bollo; è presentata a mano o mediante spedizione in plico raccomandato con avviso di ricevimento, alle Direzioni regionali o alla Divisione Contribuenti in base al rispettivo ambito di competenza ([circolare n. 42/E/2011](#)).

Al **comma 2**, è altresì stabilito che la **presentazione** delle istanze di consulenza giuridica **non ha effetto** sulle **scadenze** previste dalle **norme tributarie**, né sulla decorrenza dei **termini di decadenza** e **non** comporta **interruzione o sospensione** dei termini di **prescrizione**.

Infine, il **comma 3** prevede che, con **decreto del Ministro dell'economia e delle finanze**, saranno stabilite le **regole applicative** concernenti la **procedura, i presupposti, le modalità di presentazione** delle istanze e tutti gli **aspetti concreti** funzionali al corretto funzionamento dell'istituto.

Invece, l'[articolo 10-novies, L. 212/2000](#), inaugura la nuova stagione dell'**attività consulenziale** prestata dalla stessa **Amministrazione finanziaria**. Tale disposizione, infatti, prevede un servizio di **consultazione rapida** destinato ai **contribuenti meno strutturati e di minori dimensioni**, come:

- le **persone fisiche, anche non residenti**;
- le **società di persone (società semplici, in nome collettivo, in accomandita semplice ed enti equiparati ex [articolo 5, Tuir](#))**, che adottano il **regime di contabilità semplificata**.

Nello specifico, tale **servizio, fruibile gratuitamente** avvalendosi dei **servizi telematici** messi a disposizione dall'Agenzia delle entrate, previa **richiesta** del contribuente che sia specificamente riferita ad un **caso concreto**, si sostanzia nella possibilità di **interrogazione di una apposita banca dati** di nuova costituzione, che raccoglierà, debitamente classificati e categorizzati, tutti i **documenti di prassi** che esprimono **indirizzi interpretativi** (ad esempio, **risposte a istanze di interpello, risoluzioni, principi di diritto, ecc.**).

Attraverso questo **servizio di consultazione gratuita**, che sfrutterà i vantaggi dell'**intelligenza artificiale**, il contribuente è supportato nella ricerca della soluzione del **quesito interpretativo o applicativo** esposto nella sua richiesta; nella ipotesi in cui **manchi** un **precedente** conforme al problema rappresentato o **non** sia possibile individuare una **risposta univoca**, la banca dati informa l'istante in modalità automatizzata che, in relazione alla specifica questione prospettata, può presentare un'**istanza di interpello** secondo la disciplina propria di quest'ultimo istituto.

È altresì precisato che la **risposta fornita** dalla banca dati produce gli **effetti previsti** dall'[articolo 10, comma 2, L. 212/2000](#), soltanto nei confronti del **contribuente istante** (tutela dell'affidamento e della buona fede), quindi costituisce causa di **disapplicazione** delle **sanzioni e non debenza** degli **interessi moratori** per il contribuente che vi si sia adeguato.

Il **comma 4** ha poi disposto che l'utilizzazione del **servizio di consultazione semplificata** costituisce **condizione di ammissibilità** ai fini della presentazione delle **istanze di interpello**.



Infine, la novella ha precisato che all'**attuazione** dell'[articolo 10-octies](#) e dell'[articolo 10-novies, L. 212/2000](#), dovrà provvedersi **nei limiti** delle **risorse umane, strumentali e finanziarie disponibili a legislazione vigente** e, comunque, senza nuovi o maggiori oneri a carico della finanza pubblica. Quindi la **disciplina di dettaglio** e le relative **modalità di funzionamento** restano affidate a **futuri interventi normativi**.



IMPOSTE SUL REDDITO

Indennità sostitutive dei servizi di mensa

di Sandro Cerato - Direttore Scientifico del Centro Studi Tributari

Convegno di aggiornamento

Novità della dichiarazione dei redditi delle società di capitali

[Scopri di più](#)

A norma dell'[articolo 51, comma 1, Tuir](#), costituiscono **reddito di lavoro dipendente** tutte le somme e i valori che il dipendente percepisce nel periodo d'imposta, a qualunque titolo, anche sotto forma di erogazioni liberali, in relazione al **rapporto di lavoro** (c.d. principio di onnicomprensività).

Tale principio è mitigato dalla lettera c), del successivo comma 2, che prevede **un'elencazione tassativa** delle somme e dei valori, percepiti in relazione al rapporto di lavoro dipendente che, in deroga al richiamato comma 1, non concorrono a **formare il reddito**. Si tratta delle somme afferenti:

- le **somministrazioni di vitto** da parte del datore di lavoro e quelle in **mense organizzate** direttamente dal datore di lavoro (o gestite da terzi);
- le **prestazioni sostitutive delle somministrazioni** di vitto, fino all'importo complessivo giornaliero di 4 euro (c.d. buoni pasto "cartacei"), ovvero di 8 euro nel caso in cui le stesse sono rese in forma elettronica (c.d. buoni pasto "elettronici");
- le indennità sostitutive delle somministrazioni di vitto, corrisposte agli **addetti ai cantieri edili**, ad altre strutture lavorative a carattere temporaneo o ad unità produttive ubicate in zone dove manchino strutture o servizi di ristorazione, **fino all'importo** complessivo giornaliero di **euro 5,29**.

Ai sensi dell'[articolo 51, comma 2, lett. c\), Tuir](#), sono totalmente **escluse dal reddito di lavoro dipendente**, le somministrazioni di vitto in **mense organizzate dal datore di lavoro** o gestite da terzi, ivi incluse quelle sottostanti a convenzioni stipulate dal datore di lavoro con i ristoranti, ovvero con **esercizi pubblici convenzionati** ([risoluzione n. 63/E/2005](#)), nonché la **fornitura di cestini preconfezionati** contenenti il pasto dei dipendenti ([circolare n. 326/E/1997](#)). Lo stesso [articolo 51, comma 2, lett. c\), Tuir](#), esclude dal **reddito di lavoro dipendente** le prestazioni sostitutive di mensa **sotto forma di "buoni pasto"**:

- fino all'importo complessivo giornaliero **di 4 euro** (in luogo del precedente limite di 5,29 euro), per i buoni pasto "cartacei", ovvero;
- fino all'importo complessivo giornaliero **di 8 euro** (in luogo del precedente limite di 7



euro), per i buoni pasto “elettronici”.

L'importo dei buoni pasto che eccede il suddetto limite concorre a formare il **reddito di lavoro dipendente**, non potendo essere considerato assorbibile dalla **soglia di esenzione** prevista dall'[articolo 51, comma 3, Tuir](#) che, per il periodo d'imposta in corso (2024) ammonta ad euro 1.000 per tutti i dipendenti, ovvero 2.000 euro per i soli lavoratori dipendenti con figli fiscalmente a carico, come previsto dall'[articolo 1, comma 16-17, L. 213/2023](#).

Secondo l'Agenzia delle entrate ([principio di diritto n. 6/E/2019](#)), i **suddetti limiti di esenzione** (4 euro per i buoni pasto cartacei e 8 euro per quelli elettronici) devono essere verificati sulla base del **valore nominale dei buoni erogati** e prescindono dal **numero di buoni utilizzati**, che potrebbe essere anche superiore al limite di 8 previsto dall'articolo 4, comma 1, lett. d), D.M. 7.6.2017.

L'indennità sostitutiva di mensa, il cui importo può essere **deciso discrezionalmente dalle società** che la eroga, è un **corrispettivo in denaro** integrato nella retribuzione ordinaria, attribuibile sia ai **collaboratori part-time** che a quelli a **tempo pieno**: la citata indennità è di regola interamente **soggetta a tassazione** e concorre alla **determinazione dell'imponibile fiscale e contributivo** del dipendente a cui la stessa è destinata. Tuttavia, ai sensi del citato [articolo 51, comma 2, lett. c\), Tuir](#), sono escluse dalla formazione del reddito di lavoro dipendente, fino **all'importo complessivo giornaliero di euro 5,29**, le indennità sostitutive delle somministrazioni di vitto, corrisposte **agli addetti ai cantieri edili**, ad altre strutture lavorative a carattere temporaneo o ad unità produttive ubicate in zone dove manchino strutture o servizi di ristorazione. La parte eccedente tale importo concorre **integralmente alla determinazione del reddito**, secondo le regole ordinarie di cui all'[articolo 51, comma 1, Tuir](#).

Per verificare se si rientra o meno nella **fattispecie di esclusione** contemplata dalla norma, occorre effettuare una valutazione dei **singoli casi concreti**, atteso che la disposizione non consente di individuare criteri di carattere generale per stabilire la **sussistenza delle predette unità produttive**. A questo proposito, la **risoluzione n. 41/E/2000** ha chiarito che l'esclusione dal concorso alla determinazione del reddito riguarda solo quelle categorie di lavoratori per le quali ricorrono contemporaneamente le seguenti condizioni:

- è richiesto **un orario di lavoro** che comporti la pausa per il vitto, con esclusione, quindi, di tutti i dipendenti ai quali viene attribuita una **indennità sostitutiva di mensa**, in funzione della particolare articolazione dell'orario di lavoro che non consente a costoro di **fruire della pausa pranzo**;
- il dipendente sia addetto ad **una unità produttiva**, con esclusione di coloro che non sono stabilmente assegnati ad una “unità” intesa **come sede di lavoro**;
- la suddetta unità sia **ubicata in un luogo che**, in relazione al periodo di pausa concesso per il pasto, **non consenta di recarsi**, senza l'utilizzo di mezzi di trasporto, al più vicino luogo di ristorazione, per **l'utilizzo di buoni pasto**.



PENALE TRIBUTARIO

No al sequestro 231 se manca il pericolo di dispersione dei beni

di Luigi Ferrajoli

Seminario di specializzazione

Riforma fiscale: le novità del contenzioso

Gestire il nuovo contenzioso, come delineato dal D.Lgs. 220/2023

Scopri di più

La Corte di cassazione, Seconda Sezione Penale, con la [sentenza n. 47640/2023](#) è tornata a pronunciarsi in materia di **sequestro preventivo**, disposto dal Giudice per le Indagini Preliminari, del **profitto diretto del reato**, anche nella forma **per equivalente**, in caso di sottoposizione ad indagine di persone per delitti contro il patrimonio e per l'**illecito amministrativo** di cui all'[articolo 24, D.Lgs. 231/2001](#).

Nel caso di specie, il Tribunale del riesame aveva **accolto parzialmente** il ricorso avanzato dalla società di capitali e dalla persona sottoposta ad indagini avverso il **decreto di sequestro preventivo**, nella parte in cui il provvedimento aveva disposto **il sequestro finalizzato alla confisca per equivalente**, confermando nel resto il provvedimento impugnato.

Contro questa decisione proponeva impugnazione la società di capitali, deducendo un difetto di motivazione in ordine al **periculum in mora**, in mancanza delle ragioni per cui, nel caso concreto, sarebbe sussistita una **carenza delle garanzie patrimoniali** o un pericolo che le stesse siano disperse, nonché violazione di legge per difetto di motivazione, con riguardo ai **principi di proporzionalità, adeguatezza e gradualità**.

La Corte di Cassazione ha ritenuto **il secondo motivo infondato**, perché attinente al profilo della sussistenza del reato contestato, più che al vizio di motivazione del provvedimento impugnato. La quantificazione delle somme oggetto di sequestro è stata, infatti, valutata come una conseguenza diretta delle modalità della condotta e, correttamente, **non è stata** dunque **limitata ad una sola parte o ad una particolare frazione**.

Diversamente, il Giudice di legittimità ha ritenuto **fondato il primo motivo** di dogliananza, alla stregua delle seguenti considerazioni.

Le **Sezioni Unite della Suprema Corte** hanno affermato che, poiché il **criterio** su cui plasmare l'**onere motivazionale del provvedimento di sequestro** deve essere rapportato alla **natura anticipatrice della misura cautelare**, deve ritenersi **corretto**, con riferimento al sequestro che abbia ad oggetto cose **profitto del reato**, l'indirizzo che afferma **la necessità** che il provvedimento si soffermi sulle **ragioni** per le quali il bene potrebbe, **nelle more del giudizio**,



essere modificato, disperso, deteriorato, utilizzato od alienato. Una esigenza, questa, rapportata alla **ratio** della misura cautelare e volta a preservarne, **anticipandone** i tempi, gli effetti, sul presupposto che, ove si attendesse l'esito del processo, gli stessi potrebbero essere **vanificati** dal trascorrere del tempo. Vi è un parallelismo con il sequestro conservativo di cui all'[articolo 316 c.p.p.](#) che presenta le stesse caratteristiche di preservazione della operatività delle statuzioni, anch'esse condizionate alla definitività della pronuncia cui accedono.

E proprio in relazione al **sequestro conservativo**, le **Sezioni Unite** della Corte di Cassazione hanno evidenziato che, per l'adozione del medesimo, è sufficiente che vi sia il **fondato motivo** per ritenere che **manchino le garanzie del credito**. In particolare, è stato spiegato che è il **parametro** della **"esigenza anticipatoria"** della **confisca** a dovere fungere da **criterio generale** cui rapportare il contenuto motivazionale del provvedimento, con la conseguenza che, ogniqualvolta la confisca sia dalla legge condizionata alla sentenza di condanna o di applicazione della pena, **il Giudice dovrà spiegare** le ragioni della **impossibilità** di attendere il **provvedimento definitorio** del giudizio.

Venendo al caso di specie, l'ordinanza del Tribunale del riesame ha affermato che la possibilità di dispersione conseguente al normale esercizio dell'attività è facilmente esperibile anche ove **la società sia in bonis** e non in condizioni di **decozione** perché i cespiti, oggetto di aggressione, potrebbero essere **dispersi** sia in relazione alla normale attività economica, sia alle possibili incertezze gestionali conseguenti anche al provvedimento di apprensione e all'indagine in corso.

Tuttavia, la **motivazione** deve dare conto di sufficienti elementi di plausibile indicazione del **periculum**, in particolare delle ragioni della **impossibilità**, nel caso concreto, di **attendere** il provvedimento definitorio del giudizio, ragioni che non possono essere individuate in **generici principi in tema di esercizio di attività commerciale**, come avvenuto nel caso di specie.

Il Tribunale ha **contravvenuto** alla necessità di spiegare le **ragioni** della necessità, nel caso concreto, di adozione **dell'ablazione** provvisoria **prima della pronuncia di condanna** e, con essa, della statuzione di **confisca**, così incorrendo nel vizio di **violazione di legge** denunciato.

La Corte di cassazione ha, dunque, annullato l'ordinanza, con rinvio al Tribunale, sezione del riesame, per nuovo giudizio sul punto.



PROFESSIONISTI

Tendenze Marketing 2024 per Studi Professionali

di Greta Contardi – Marketing Specialist per BDM Associati SRL

The banner has a blue background with a grid pattern. On the left, there's a vertical bar with four colored squares (blue, red, pink, orange). The text 'La professionalità va riconosciuta' is in white, bold, sans-serif font. To its right is a large '100' in white, with 'BEST IN CLASS' and '2024 Edition' in smaller white text below it. At the bottom, it says 'sponsored by TeamSystem'. The circular portrait on the right shows a man and a woman in professional attire standing with their arms crossed.

Questo periodo storico rappresenta un momento spartiacque, un punto di svolta cruciale per gli studi professionali che si trovano di fronte a un panorama digitale in continua evoluzione.

Il vero trend del 2024 consiste nell'adozione strategica di tutti gli strumenti messi a disposizione dal marketing moderno e nell'abilità degli studi professionali di cogliere le nuove sfide.

La tua principale opportunità: anticipare i concorrenti

Un aspetto fondamentale che i professionisti non devono sottovalutare risiede nel fatto che molti concorrenti sono ancora piuttosto arretrati in termini di adozione di strategie di *marketing* per la propria attività.

Questo ritardo offre un terreno fertile per chi è disposto ad abbracciare il cambiamento in modo proattivo.

Il divario tra chi si adatta rapidamente alle nuove tendenze e chi, invece, ancora esita è una *chance* unica per guadagnare visibilità, acquisire nuovi clienti (o sostituire quelli attuali non particolarmente remunerativi) e consolidare una posizione di *leadership*, divenire pionieri nel proprio campo sfruttando appieno le opportunità offerte da un mercato ancora in fase di transizione.

La consapevolezza di questo divario e la capacità di agire in modo tempestivo costituiscono elementi chiave per il successo dello studio professionale nel panorama del *marketing* dei prossimi anni.

Perché dovresti fare *marketing* per il tuo studio professionale



Quali sono gli *step* che compie un cliente prima di scegliere il tuo supporto professionale? Molto probabilmente ti cerca su internet. Non sarebbe la stessa cosa che faresti anche tu? Tuttavia, a un numero significativo di studi professionali manca un sito *web* o comunque non è reperibile *online*.

Ai restanti studi manca la differenziazione. Cosa significa?

Solitamente lo studio professionale si presenta al pubblico, spiega tutte le cose che sa fare e tutti i possibili clienti che può seguire. Nessun riferimento al problema che possono risolvere al cliente e nessuna intercettazione dei suoi bisogni; solo un elenco autoreferenziale.

L'immagine che restituisce al potenziale cliente risulta, quindi, molto indifferenziata e generalista.

In che modo il tuo servizio può migliorare la vita dei tuoi clienti?
Comunicalo.

Il cliente che legge le pagine del sito *web* del tuo studio professionale deve avere chiaro perché ciò che offri è perfetto per le sue esigenze.

Se il cliente non riesce a distinguere i fornitori, si baserà su un altro criterio di differenziazione: il prezzo.

Di conseguenza, chiederà preventivi qua e là a diversi professionisti, li confronterà dando per scontato che la sostanza offerta sia la medesima e sceglierà il più economico.

Se non vuoi combattere la guerra dei prezzi, devi uscire dalla massa e differenziarti.

Se, al contrario, ignori le potenzialità di una comunicazione strategica e affidi la comunicazione esclusivamente al passaparola tradizionale, corri due grandi rischi: il primo è non avere una visione effettiva del tuo parco clienti, quindi non saprai chi di loro non ti sta pagando. È fondamentale individuare e lavorare con quei clienti che comprendono la qualità dei servizi proposti dallo studio e il valore del vostro supporto. Il secondo riguarda il passaparola lasciato in mano ai clienti insolventi, i quali potrebbero consigliarti ai colleghi con cattive abitudini molto simili.

Vediamo nel dettaglio tutte le caratteristiche di una presenza *online* ben studiata.

Focus su contenuti educativi e di valore

Gli studi professionali devono andare oltre la semplice promozione dei propri servizi, concentrandosi invece sulla creazione di contenuti educativi e di valore, ovvero la condivisione di informazioni utili e pertinenti attraverso *blog*, *podcast*, *webinar* e altri canali.

Fornendo risorse educative, gli studi possono dimostrare la propria esperienza nel settore e guadagnarsi la fiducia dei clienti, posizionandosi come fonte autorevole e affidabile e presentare in modo accattivante, oltre che strategico, il proprio servizio.

Se non sei timido, valuta di registrare e condividere video in cui parli delle tue competenze o



in cui approfondisci alcune tematiche, dinamiche o problemi che possano interessare il cliente o il potenziale cliente. In questo modo potrai accorciare le distanze e creare un clima più familiare che stimolerà il potenziale cliente a contattarti e a rivolgersi a te.

Utilizzo strategico delle tecnologie emergenti

I canali *social* sono imprescindibili per coinvolgere il pubblico attraverso sondaggi, *feedback* e interazioni dirette per comprendere meglio le esigenze e migliorare continuamente i propri servizi.

Anche strumenti di uso quotidiano possono rivelarsi un valido alleato all'efficienza della tua comunicazione. Lo sapevi che è possibile pianificare e-mail e addirittura flussi di e-mail per comunicazioni ad hoc e verticali su un segmento preciso dei tuoi clienti? Pensa a come si sentirebbero rassicurati ad avere un professionista che ha a cuore la personalizzazione della comunicazione in base al servizio di cui usufruisce.

Anche le recensioni sono una forma di passaparola digitale molto potente: la fiducia che potenziali clienti accordano alle opinioni ed esperienze di altri colleghi può influenzare comportamenti indurre a rivolgerti a te.

Analisi dei dati

A differenza di quanto si possa credere, il *marketing* è fatto di dati e analisi, in un'ottica di miglioramento progressivo sulla base di informazioni oggettive come i numeri.

La raccolta e l'interpretazione dei dati consentono di comprendere meglio la reazione e il comportamento dei clienti, valutare l'efficacia delle strategie e apportare azioni correttive per migliorare continuamente i risultati.

Cosa non devi sottovalutare

Molti professionisti sono restii ad approcciarsi al *marketing* per timore di svendersi, di violare il codice etico e di porsi in modo sleale rispetto alla concorrenza. Tuttavia, è possibile superare questi ostacoli e creare una comunicazione efficace mantenendo un approccio professionale e una buona reputazione.

Se sei consapevole del valore dei tuoi servizi e di quanto possano semplificare la vita dei tuoi potenziali clienti, avrai tutte le carte in regola per comunicarlo senza timori servendoti di tutti gli strumenti di cui abbiamo parlato in questo articolo.



L'utilizzo sinergico delle nuove tecnologie, la personalizzazione delle interazioni, la creazione di contenuti di valore sono solo alcune delle vie che possono essere esplorate.

Il vero *trend* di quest'anno sta nell'audace decisione di **abbracciare il cambiamento**, integrando in modo intelligente tutte le risorse a disposizione.

Il 2024 inteso come futuro a partire da oggi, offre agli studi professionali l'opportunità di abbracciare un approccio più strategico e integrato al marketing. Una sinergia tra ciò che hai fatto fino ad oggi, che è ottimo, e quello che puoi fare per difenderlo e soprattutto diffonderlo.