

E-fattura, sui commercialisti pesano costi fissi e straordinari

A cura di Valeria Uva

Il primo impatto. Nelle settimane iniziali la maggior parte dei consulenti fiscali «travolti» da mail e telefonate dei clienti - Ora il dilemma è come ammortizzare le spese per software e formazione. Al primo vero banco di prova della fattura elettronica mancano poco più di 15 giorni. Fino a metà febbraio, alla scadenza della prima liquidazione Iva, per i commercialisti non c'è tregua. Lavoro straordinario, riposi saltati, attese snervanti di fronte a clessidre immobili, riempiranno ancora le giornate in studio. Sui social, nei gruppi di discussione creati tra colleghi, non si parla d'altro che della temuta Fe (ormai solo i non addetti ai lavori si ostinano a chiamarla per esteso). C'è chi sintetizza così le giornate: «Il lavoro di studio è tutto paralizzato: solo assistenza telefonica su Fe». E chi - caso raro - si dichiara fortunato «perché con poche lezioni sul posto i clienti hanno imparato ad emettere fatture» con il risultato, che ammette il professionista, «esco e vado a fare due passi molto più spesso di prima». I ritmi di lavoro La gestione del tempo è uno dei primi problemi che i consulenti fiscali stanno affrontando a seguito della fatturazione elettronica. «Inutile negarlo: i clienti meno attrezzati stanno vivendo un trauma e hanno bisogno di assistenza continua. Per cui ogni telefonata dura almeno 45 minuti» racconta Marziano Francesco Lavizzari, studio a Milano e antenne su tutta la Lombardia nel suo ruolo di presidente della Fondazione commercialisti del capoluogo lombardo. Anche le minuzie tecniche possono far perdere molto tempo: ad esempio per capire il linguaggio dello Sdi o dei diversi programmi: «Molti non leggono le lettere accentate, o i caratteri particolari come la &» la lamentela più diffusa. Di fatto in questi giorni il lavoro più impegnativo è quello di formare e informare il cliente, soprattutto quello che ha rimandato l'aggiornamento, confidando in una proroga che non è arrivata. Ma c'è anche chi sta già facendo tesoro dell'esperienza. Come Edoardo Ginevra, commercialista a capo di Aidc milano. «Certo è stato un periodo complicato - premette- ma ci ha portato di nuovo a lavorare fianco a fianco con il cliente e alla fine ne ha guadagnato il rapporto diretto



con il cliente che ha percepito il nostro valore aggiunto». Proprio l' associazione dei dottori commercialisti di Milano peraltro aveva lanciato per tempo un' iniziativa pilota mettendo a disposizione degli iscritti delle mini-clip sulla fattura elettronica destinate ai clienti. Il ribaltamento dei costi Ora i professionisti si interrogano su come integrare questo adempimento nei contratti già firmati. Del resto non sono poche le segnalazioni di esercizi pubblici o benzinai che stanno già chiedendo un sovrapprezzo a chi esige la e-fattura (si vedano le foto a fianco). Su Twitter la discussione si accende intorno al caso di un collega che chiede 14 euro a fattura; in alternativa, qualcuno propone la tariffa oraria perché «compilare fatture è data entry» e dunque il prezzo giusto suggerito «è 5 o 6 euro l' ora». Del resto le spese finora sostenute sono state ingenti: «Soltanto per le licenze software prevediamo 5-6mila euro di canone annuo» calcola Roberto Turati socio dell' omonimo studio milanese con un portafoglio clienti che comprende sia la singola partita Iva che le Pmi. Alle spese fisse poi si aggiungono le tante ore di formazione dello staff (e dei clienti, appunto). «Prevedo un minimo adeguamento - conclude - tenendo conto delle dimensioni del cliente, anche se il costo maggiore, quello dell' **accreditamento**, è stato uguale per tutti. Cogliamo questa occasione per fidelizzare la clientela». Fare accettare maggiorazioni non è facile. Perché, al di là delle spese fisse e una volta superati gli scogli iniziali, la compilazione della e-fattura potrebbe persino far risparmiare tempo allo stesso commercialista. «I più scaltri mi hanno già detto che, visto che ora ho meno da fare, dovrei rivedere al ribasso la mia parcella» commenta Lavizzari. Che aggiunge: «In realtà ora dobbiamo impegnarci a far percepire il nostro valore aggiunto perché ormai possiamo accompagnare i clienti in tutte le scelte imprenditoriali». Per molti, soprattutto per i più attrezzati tecnologicamente, le paure della prima ora di venire scavalcati dalla digitalizzazione stanno lasciando il posto alla scoperta di un nuovo ruolo. «Anche per i più piccoli - sostengono in molti - monitorare subito costi e ricavi e dedicarci alla consulenza direzionale». © RIPRODUZIONE RISERVATA.