Euroconference NEWS
L'INFORMAZIONE QUOTIDIANA DA PROFESSIONISTA A PROFESSIONISTA
Direttori: Sergio Pellegrino e Luigi Scappini

Edizione di mercoledì 7 Settembre 2022

CASI OPERATIVI

Partecipazioni in società estere, finanziamenti e Ivafe
di **EVOLUTION**

IVA

Operazioni con minimi e forfettari esteri
di **Roberto Curcu**

CRISI D'IMPRESA

Il nuovo giudizio di omologazione del concordato
di **Francesca Dal Porto**

FISCALITÀ INTERNAZIONALE

Come individuare la natura paradisiaca del dividendo estero - seconda parte
di **Ennio Vial**

PROFESSIONISTI

Il cliente percepisce davvero il valore dello studio professionale?
di **Stefano Renzi – Consulente BDM Associati SRL**

CASI OPERATIVI

Partecipazioni in società estere, finanziamenti e Ivafe

di **EVOLUTION**

Tizio detiene alcune partecipazioni estere in società operative ed immobiliari.

Egli ha inoltre erogato ad esse dei finanziamenti.

Si chiede di conoscere se al monitoraggio fiscale di dette attività finanziarie si accompagni il pagamento dell'Ivafe.

Va innanzitutto premesso come, in base all'articolo 19, comma 18, D.L. 201/2011, a decorrere dal 2012 è istituita un'imposta sul valore dei prodotti finanziari, dei conti correnti e dei libretti di risparmio detenuti all'estero da soggetti residenti nel territorio dello Stato.

La lettera della norma è inequivocabile nel prevedere che l'Ivafe è dovuta sui **prodotti** finanziari e non in generale sulle attività finanziarie.

Si pone, a questo punto, il problema da valutare se le partecipazioni e i finanziamenti ad esse erogati, che sono considerati per certo attività finanziarie, possono essere annoverati anche tra i prodotti finanziari.

CONTINUA A LEGGERE SU EVOLUTION...

EVOLUTION Euroconference

IVA

Operazioni con minimi e forfettari esteri

di **Roberto Curcu**

La Direttiva Iva concede agli Stati Membri di applicare dei **regimi semplificati per le piccole imprese**.

Da uno studio commissionato dalle autorità comunitarie nel 2017, emerse che **quasi tutti gli Stati Membri adottano un regime di esenzione da Iva per le loro piccole imprese** (con l'eccezione di Paesi Bassi e Spagna), e di tanto in tanto può capitare di intrattenere rapporti con "piccole imprese" di altri Paesi comunitari.

Piccole imprese che in genere non sono identificate ai fini Iva nei rispettivi Paesi, e quindi vengono di fatto equiparate ai "privati".

Tuttavia, una minoranza dei Paesi che hanno istituito un **regime delle "piccole imprese"** (dei Paesi della cosiddetta "Europa a 15" solo il Belgio, la Grecia il Lussemburgo ed il Portogallo) obbliga tali soggetti alla registrazione ai fini Iva ed all'emissione di una "fattura".

In Italia, abituati a fare le cose complicate**, abbiamo in essere due regimi fiscali forfettari per le piccole imprese**, obbligati a registrarsi ai fini Iva ed all'emissione di fatture (ora a determinate condizioni anche elettroniche): **quello dei minimi, e quello dei forfettari**.

Il regime dei **minimi**, oramai, dovrebbe essere in via di estinzione, posto che era applicabile fino al 2015. Dopo tale anno potevano permanere in tale regime i soggetti che **già lo applicavano in precedenza**, fino al quinto anno, oppure fino al 35° anno di età.

Tale regime è stato sostituito di fatto da quello dei **forfettari**, che dal punto di vista Iva presenta delle analogie e delle differenze.

Partiamo analizzando come devono essere disciplinate, secondo l'Agenzia delle Entrate, **le operazioni che i soggetti minimi ed i soggetti forfettari italiano pongono in essere con soggetti esteri**, per derivarne, a contrario, quello che dovrebbe essere il regime delle operazioni che gli

operatori nazionali in regime ordinario intrattengono con tali soggetti.

Partiamo con le **operazioni che vengono poste in essere dai soggetti minimi**, illustrate *in primis* dalla circolare 36/E/2010, **smentita successivamente dalla** risoluzione 75/2015.

Secondo questi documenti di prassi, il soggetto minimo **non fa cessioni comunitarie di beni** (cioè applica il regime dei minimi), mentre **fa sempre acquisti intracomunitari di beni**, con la conseguenza che se acquista beni da fornitori comunitari soggetti passivi, deve **assolvere l'Iva italiana integrando la fattura ricevuta**. Non potendo detrarre l'Iva sugli acquisti, deve poi andare a versare l'Iva entro il 16 del mese successivo.

Quanto alle prestazioni di servizi, la circolare 36/E/2010 precisò che **per quelle ricevute, ricadenti in regola generale e quindi con territorialità italiana, il soggetto minimo deve applicare l'Iva italiana** con *reverse charge* e versare quindi tale imposta, mentre per quelle rese l'operazione non doveva considerarsi comunitaria ma interna.

Tale risposta fu poi smentita dalla risoluzione 75/2015, con la quale l'Agenzia delle Entrate, fornendo risposta ad un caso particolare, diede dimostrazione di aver capito che il fatto che una prestazione sia resa da un soggetto minimo, **non può cambiare le regole di territorialità dell'imposta**, con la conseguenza che se questa è individuata all'estero, **Iva estera deve essere applicata**, vuoi con identificazione all'estero del soggetto minimo, con OSS, o con *reverse charge* da parte del cliente soggetto passivo identificato nello Stato in cui il servizio si considera effettuato.

La risposta fornita dalla **risoluzione** era in linea con quanto prevede la **Direttiva**, la quale concede sì agli Stati membri la possibilità di applicare un regime forfettario o di franchigia alle piccole imprese, precludendo loro il diritto alla detrazione dell'Iva sugli acquisti, ma prevede anche, all'articolo 283, che **il regime non è applicabile alle cessioni di beni e le prestazioni di servizi che si considerano effettuate in un altro Stato**.

La logica della norma è chiara. Lo **Stato italiano**, ad esempio, ha scelto di non incassare l'Iva per le operazioni effettuate da soggetti minimi e forfettari. Ma se questi **rendono una prestazione di servizi che si considera effettuata in Francia**, la **scelta dello Stato italiano non può influire sulla riscossione dell'Iva nel Paese transalpino**.

Conseguentemente, **se un soggetto minimo rende una prestazione di servizi a privato francese**, deve assolvere la Tva (Iva francese) **identificandosi in Francia o con OSS**, mentre **se la rende verso soggetto passivo francese** deve mettere quest'ultimo nella condizione di assolvere la Tva con reverse charge, e quindi emettendogli una fattura (in articolo 7-ter) e dichiarando l'operazione nel modello Intrastat.

Il **regime delle operazioni effettuate dai soggetti forfettari**, riassunto nella circolare 10/E/2016, non differisce poi di molto da quello dei soggetti **minimi**, in quanto tali soggetti, analogamente ai minimi, **non fanno cessioni intracomunitarie di beni e rendono e ricevono**

prestazioni intracomunitarie di servizi.

Unica differenza è che secondo l'interpretazione dell'Agenzia delle Entrate, di dubbia compatibilità con la Direttiva comunitaria**, il soggetto forfettario non fa acquisti intracomunitari fino all'importo di euro 10.000 all'anno**.

Ciò chiarito, nella circolare 36/E/2010 l'Agenzia tentò di illustrare il **comportamento che il soggetto passivo italiano deve porre in essere quando ha a che fare con un soggetto estero** che applica il regime delle piccole imprese nel suo Paese (ad esempio uno "**Small Business**", "**Kleinunternehmer**", o un soggetto francese in franchigia ai sensi dell'articolo 293 B del codice generale delle imposte – CGI).

In particolare, precisò che **il soggetto italiano non fa acquisti intracomunitari di beni da fornitori piccole imprese**, e quindi nel caso in cui la piccola impresa comunitaria venda beni che vengono spediti dal suo Paese in Italia, il cessionario italiano deve limitarsi a **registrare il costo, e comunicare l'operazione in esterometro come un fuori campo** (interpretazione da ritenersi corretta e confermata dalla risposta ad Interpello 431/2022).

Quanto chiarito dalla circolare 36/E/2010 relativamente all'**acquisto di prestazioni generiche**, invece, deve ritenersi errato (e superato).

In base alle regole del sistema delineate, **il committente italiano che acquisti un servizio generico dalla piccola impresa comunitaria deve assolvere l'Iva in Italia con *reverse charge*, comunicare l'acquisto in esterometro e – se è obbligato all'obbligo – comunicare l'operazione nel modello Intrastat**; con le nuove regole, non essendo più necessario inserire il numero di partita Iva del fornitore, l'adempimento è anche tecnicamente realizzabile.

CRISI D'IMPRESA

Il nuovo giudizio di omologazione del concordato

di **Francesca Dal Porto**

Il D.Lgs. 83/2022, pubblicato in G.U. (serie generale n. 152 del 01.07.2022) è intervenuto apportando **svariate modifiche alla disciplina del concordato preventivo**, nell'ambito del codice della crisi di impresa e dell'insolvenza entrato in vigore il 15 luglio scorso, anche in relazione alla fase di **omologazione**.

Oltre alle importanti novità in materia di **contratti pendenti**, nei concordati in continuità aziendale e di maggioranze per l'approvazione del concordato, il D.Lgs. 83/2022 è intervenuto sul **giudizio di omologazione del concordato,** di fatto riscrivendo l'articolo 112 del CCII.

Il **tribunale omologa il concordato** preventivo, dopo aver verificato:

a) la regolarità della procedura;

b) l'esito della votazione;

c) l'ammissibilità della proposta;

d) la corretta formazione delle classi;

e) la parità di trattamento dei creditori all'interno di ciascuna classe;

f) in caso di concordato in continuità aziendale, che tutte le classi abbiano votato favorevolmente, che il piano non sia privo di ragionevoli prospettive di impedire o superare l'insolvenza e che eventuali nuovi finanziamenti siano necessari per l'attuazione del piano e non pregiudichino ingiustamente gli interessi dei creditori;

g) in ogni altro caso, la fattibilità del piano, intesa come non manifesta inattitudine a raggiungere gli obiettivi prefissati.

La nuova formulazione prevede un **controllo del tribunale differenziato a seconda che il concordato sia liquidatorio o in continuità aziendale**, in ogni caso, per entrambe le tipologie di concordato è richiesta da parte del tribunale una verifica sulla regolarità della procedura; sull'esito della votazione; sull'ammissibilità della proposta; sulla corretta formazione delle classi; sulla parità di trattamento dei creditori all'interno di ciascuna classe.

La differenziazione attiene alla **verifica di fattibilità della proposta**: nel caso di concordato in continuità si chiede al tribunale di accertare "***che il piano non sia privo di ragionevoli prospettive di impedire o superare l'insolvenza***"; nel caso di concordato liquidatorio che **la proposta non sia manifestamente inadatta a raggiungere gli obiettivi prefissati.**

In entrambi i casi, trattasi di verifiche *a contrario,* quasi il legislatore avesse voluto presupporre, per ogni piano presentato, l'esistenza di **ragionevoli prospettive di risanamento** (nel caso di continuità) e di perseguimento degli **obiettivi** prefissati, negli altri casi.

Il comma 2 dell'articolo 112 precisa che, **nel concordato in continuità aziendale**, **nel caso in cui una o più classi siano dissenzienti**, il tribunale, su richiesta del debitore o con il consenso del debitore in caso di proposte concorrenti, deve effettuare ulteriori verifiche.

In particolare, è richiesto che lo stesso **omologhi il concordato se ricorrono congiuntamente le seguenti condizioni:**

a) il valore di liquidazione è distribuito nel rispetto della graduazione delle cause legittime di **prelazione**;

b) il **valore eccedente** quello di liquidazione è distribuito in modo tale che i crediti inclusi nelle classi dissenzienti ricevano complessivamente un trattamento almeno pari a quello delle classi dello stesso grado e più favorevole rispetto a quello delle classi di grado inferiore, fermo restando quanto previsto dall'articolo 84, comma 7;

c) **nessun creditore riceve più dell'importo del proprio credito**;

d) **la proposta è approvata dalla maggioranza delle classi**, purché almeno una sia formata da creditori titolari di diritti di prelazione, oppure, in mancanza, la proposta è approvata da almeno una classe di creditori che sarebbero almeno parzialmente soddisfatti rispettando la graduazione delle cause legittime di prelazione anche sul valore eccedente quello di liquidazione.

Il comma 3 dell'articolo 112 CCII stabilisce che, nel **concordato in continuità aziendale**, se con l'opposizione **un creditore dissenziente eccepisce il difetto di convenienza della proposta**, il tribunale, per procedere con l'omologazione, è tenuto a verificare che la proposta e il piano prevedano la soddisfazione del credito in misura non inferiore rispetto alla liquidazione giudiziale.

Il comma 5 dello stesso articolo 112 prevede che, nel caso di **concordato che prevede la liquidazione del patrimonio oppure l'attribuzione delle attività a un assuntore** o in qualsiasi altra forma, se un creditore dissenziente appartenente a una classe dissenziente ovvero, nell'ipotesi di mancata formazione delle classi, i creditori dissenzienti che rappresentano il 20 per cento dei crediti ammessi al voto, **contestano la convenienza della proposta**, il tribunale può **omologare ugualmente il concordato** qualora ritenga che il credito possa risultare soddisfatto in **misura non inferiore rispetto alla liquidazione giudiziale**.

In ogni caso, le somme spettanti ai **creditori contestati, condizionali o irreperibili** sono **depositate** nei modi stabiliti dal tribunale, che fissa altresì le condizioni e le modalità per lo svincolo.

FISCALITÀ INTERNAZIONALE

Come individuare la natura paradisiaca del dividendo estero - seconda parte

di **Ennio Vial**

Nel **precedente intervento** abbiamo esaminato i test che devono essere implementati per valutare se un **dividendo** va considerato come **paradisiaco** o come **non paradisiaco**.

Abbiamo, quindi, illustrato come, in alcuni casi, si debba valutare la natura "**paradisiaca"** del **paese estero** al momento della **maturazione** dell'utile o, in altri casi, al momento della **percezione**.

In questo intervento, invece, illustriamo quelle che sono le regole che, nelle varie **annualità**, sono state utilizzate dal legislatore per individuare la **natura paradisiaca della società estera che paga i dividendi**.

L'evoluzione normativa è riportata nella seguente **tabella** che propone un quadro di sintesi distinto per annualità.

Fino al 2014	**2015 Regime ordinario**	**Regime speciale**	**2016**	**2017 e 2018**	**Dal 2019 Partecipazione di controllo**	**Assenza di controllo**
Società estera localizzata in Paesi elencati nel D.M.21.11.2001	Livello impositivo nel Paese estero inferiore al 50% di quello italiano		Livello impositivo nominale estero inferiore al 15.7%	Livello impositivo nominale estero inferiore al 13.95%	Livello impositivo **effettivo** estero inferiore al 50% di quello italiano (ragionevolmente solo Ires)	Livello impositivo **nominale** estero inferiore al 50% di quello italiano (ragionevolmente solo Ires)

È opportuno fornire alcuni **commenti** alla tabella precedente.

Annualità fino al 2014

Fino al **2014** un Paese è considerato **paradisiaco** se **incluso nella *black list* di cui al D.M. 21.11.2001**. La mancata inclusione rende il Paese *white*.

Anno 2015

Per il 2015, la regola vigente fino al 2014 trova applicazione anche per il 2015, **ma solo se la società estera è soggetta nel proprio Paese ad un regime fiscale ordinario.**

Diversamente, se la società è soggetta ad un regime fiscale *speciale*, la ***black list* viene abbandonata a favore di un criterio che considera paradisiaco il paese che presenta un regime impositivo inferiore al 50% di quello italiano**.

Anno 2016

Dal 2016 la *black list* viene abbandonata e, sia per i regimi ordinari che per quelli speciali, si considera la soglia del **50% del livello impositivo domestico**.

La circolare 35/E/2016 ha chiarito che si deve considerare sia l'Ires che l'Irap nelle **misure ordinarie**. L'aliquota di riferimento è quindi il 15.7% ossia la metà della somma di Ires (27.5%) ed Irap (3.9%).

Anno 2017 e 2018

Per il **biennio 2017 e 2018 vale la medesima regola del 2016** solo che la riduzione dell'Ires dal 27.5% al 24% fa **scendere la soglia di riferimento al 13.95%**.

Anni dal 2019

Dal 2019 le regole **cambiano nuovamente e sono differenziate a seconda che sussista o meno un rapporto di controllo**. Va, innanzitutto, segnalato come il **controllo** sia quello definito dal comma 2 dell'articolo 167 Tuir.

La norma prevede che "*si considerano **soggetti controllati non residenti** le imprese, le società e gli enti non residenti nel territorio dello Stato, per i quali si verifica almeno una delle seguenti*

condizioni:

*a) sono **controllati direttamente o indirettamente**, anche tramite società fiduciaria o interposta persona, ai sensi dell'articolo 2359 cod. civ., da parte di un soggetto di cui al comma 1;*

*b) **oltre il 50 per cento della partecipazione ai loro utili è detenuto, direttamente o indirettamente, mediante una o più società controllate** ai sensi dell'articolo 2359 cod. civ. o tramite società fiduciaria o interposta persona, da un soggetto di cui al comma 1*".

In presenza di controllo si deve considerare il livello **effettivo** della tassazione del Paese estero, mentre in assenza di controllo si considera il livello **nominale** di tassazione. Ragionevolmente l'imposta da considerare sarà solamente l'Ires.

PROFESSIONISTI

Il cliente percepisce davvero il valore dello studio professionale?

di **Stefano Renzi – Consulente BDM Associati SRL**

Lo studio professionale che si muove nel mercato di oggi sa perfettamente che non può fare affidamento sul suo attuale **parco clienti**.

È molto consapevole che, oltre a perdere clienti a causa dell'**elevato tasso di mortalità delle aziende**, deve preoccuparsi anche **dell'elevato rischio competitivo** che mai come oggi mette facilmente sotto gli occhi di tutti gli imprenditori servizi che possono essere percepiti come comparabili, a tariffe molto più vantaggiose.

Certamente l'offerta di servizi professionali su portali online indifferenziati non ha nulla a che vedere con quella dello studio tradizionale; tuttavia, l'imprenditore medio non essendo esperto della materia non ha sempre modo di cogliere queste differenze. In fin dei conti, l'imprenditore scruta il mercato alla ricerca della **soddisfazione di un bisogno**, e il suo **dialogo mentale** è semplice:
"Voglio avviare un'attività e per farlo sono costretto ad affidarmi a figure professionali che mi garantiscano di non commettere gravi errori su temi che non comprendo e di cui non posso occuparmi direttamente."

Questo porta inevitabilmente a vivere la parcella dello studio come un costo fisso obbligatoriamente presente sul loro bilancio. Un costo quindi che si cercherà di ridurre quanto più possibile.

Se a questo aggiungiamo che è ormai diventata prassi essere investiti da offerte di servizi professionali a **tariffe altamente competitive,** risulta chiaro che il **legame** che unisce il professionista al cliente-imprenditore non sia mai stato così **messo alla prova**.

Come può quindi lo studio **rafforzare il legame** con i suoi clienti e ridurre al minimo il rischio che questi si rivolgano a competitor più economici?

La modalità più semplice che è possibile adottare per affrontare questa problematica è quella di condurre una semplice **analisi dei bisogni** dei propri clienti.

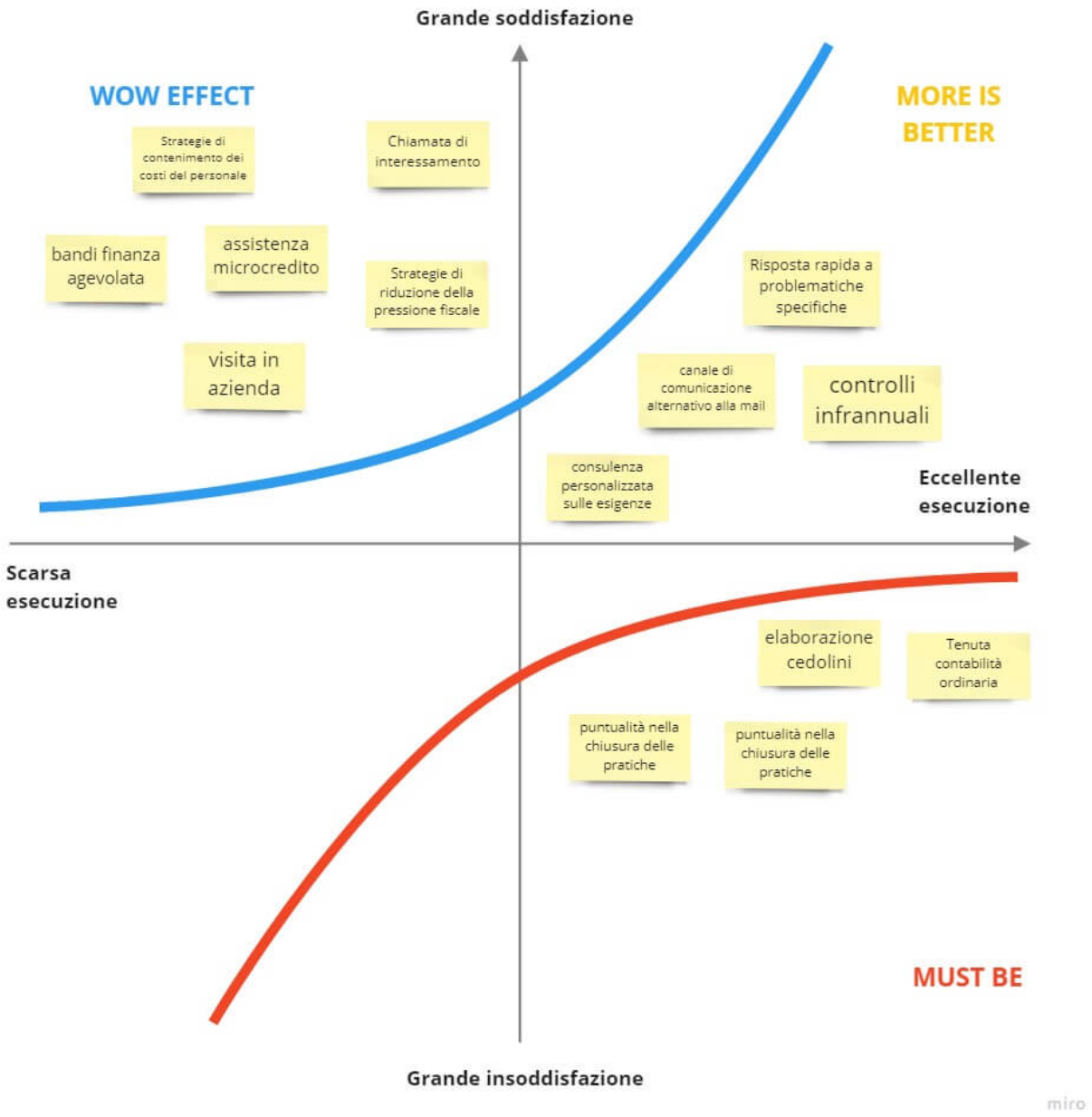
L'analisi dei bisogni rappresenta la base di partenza per ogni **azione di miglioramento** e permette da un lato di lavorare sul **rapporto** che si ha con i clienti, dando loro modo di sentirsi presi in considerazione, ascoltati e capiti nelle loro preoccupazioni, mentre dall'altro fa emergere aspetti chiave del lavoro che spesso **si sottovalutano**, ma che possono diventare nuove **opportunità di business** per lo studio.

Vediamo quali sono i 4 semplici step per raccogliere i dati utili a questa analisi.

1. **COSA SI STA CERCANDO?**
   Per prima cosa deve essere chiaro **cosa si vuole ottenere** da questa analisi. Nel caso specifico della riduzione del rischio di ricevere **disdette** da parte dei clienti, il quesito rivolto all'imprenditore potrebbe essere "Quali sono i **fattori determinanti** nella scelta dello studio professionale?".
2. **NON TUTTI I CLIENTI SONO UGUALI**
   Si individuano i **clienti più importanti** per lo studio, quelli che si vogliono tutelare dal **rischio competitivo**. Per individuarli è opportuno valutare ognuno di essi secondo criteri alla base del proprio modello di business (Es. agilità nella gestione del lavoro ordinario, pagatore puntuale, ottima marginalità, comunicazione rapida, prospettive di sviluppo per il futuro, storicità, ecc.). I 5-10 clienti che raccolgono i punteggi più alti entreranno all'interno del perimetro di analisi.
3. **INTERVISTA AI CLIENTI SCELTI**
   Questa è senza dubbio la parte più *time consuming* dell'iniziativa, ma è anche quella che, se correttamente gestita, sarà percepita come a **maggior valore aggiunto** dagli intervistati, per cui di grandissima importanza.
   Il processo prevede successivamente di contattare i clienti prescelti per fissare un **appuntamento di gruppo** in cui fare un *brainstorming* alla ricerca delle risposte al quesito di cui al punto 1.
   In questa fase si dovrà porre particolare attenzione ad alcuni aspetti cruciali:

   - È suggerita la **massima trasparenza** sulle finalità dell'iniziativa, proprio per comunicare al cliente l'importanza che ha per noi la sua opinione, evidenziando poi anche i **benefici** che ne deriveranno anche per lui.
   - Ricordare che il tempo rappresenta una risorsa scarsa per tutti e in questa sede sono i clienti stessi ad aiutare lo studio, non viceversa. L'idea è quella di **offrire qualcosa di valore** in cambio della loro presenza e partecipazione attiva in questa iniziativa.
   - Durante il *brainstorming* possono emergere punti deboli della propria gestione, errori e malcontenti che si sono generati. Qui occorre resistere al desiderio di giustificarci e trovare le scuse più appropriate per preservare l'immagine di perfezione che si ritiene debba avere lo studio. Alla base di questa iniziativa sta il **desiderio di migliorare**, di andare più vicino ai **bisogni** e alle **esigenze** dei **nostri clienti**: giustificarsi non solo risulterebbe fuori luogo, ma comprometterebbe l'esito dell'analisi.
     I clienti devono sentirsi liberi di esprimere la propria opinione e fare emergere **le esperienze migliori** e **peggiori** che hanno avuto con il nostro o con altri studi professionali.
     Si annoterà con interesse ogni evidenza al fine di individuare quelle **esigenze ancora non coperte** e che potrebbero essere soddisfatte da un ampiamento dell'offerta attuale (up-selling).
4. **DIAGRAMMA DI KANO**

Una volta raccolti tutti gli elementi di interesse è poi possibile disporli in un diagramma che aiuti a **chiarire le idee** e dare un **ordine di priorità di intervento**.



Iniziando dal quadrante **in basso a destra** troveremo tutti gli aspetti che devono necessariamente caratterizzare il proprio servizio (**Must be**): il cliente deve infatti poterne beneficiare senza compromessi.
Procedendo poi nel quadrante **in alto a destra** avremo quegli aspetti che più sono presenti, più i clienti ne saranno felici (**More is better**).
Infine in alto a sinistra saranno localizzati tutti gli attributi che, qualora percepiti dal cliente, determinerebbero il cosiddetto "effetto wow" (**Wow effect**). Fattori tanto positivi quanto inattesi che possono portare alla **fidelizzazione immediata del cliente** nonché alla

stimolazione del passa-parola.

Sarebbe opportuno anche seguire un ordine nella disposizione sul diagramma da sinistra verso destra, in funzione di quanto lo studio riesce già a far percepire nel suo servizio quel determinato attributo e dal basso verso l'alto per indicare la soddisfazione crescente del cliente alla percezione di quel fattore.

Al termine di questo percorso sarà chiaro **dove non ci si può, per nessun motivo, permettere di sbagliare**. In aggiunta, si avrà visibilità degli aspetti sui quali agire per **impattare positivamente nella relazione** che si instaura con i propri clienti.
Per concludere, ci si rende conto di quanto il lavoro dello studio professionale inizi davvero solamente al concludersi della **pratica ordinaria,** poiché è solamente a quel punto che si apre la possibilità di **distinguersi davvero dai propri competitor e creare valore aggiunto** per **soddisfare e fidelizzare pienamente i clienti**.