

# e-KONomy

RACCONTARE L'IMPRESA PER CRESCERE



*Gruppo Bonaldi*  
*Un universo cucito a misura d'auto*  
*Lo sguardo rivolto al futuro*

Pagina 4

*Mazars Insights*

*I costi di pubblicità e di ricerca*

Pagina 15

**Editoriale**

**Imprese:  
Competitività,  
produttività e  
felicità.**

pagina 2

**move.ON**

**Aumento di capitale  
per BiovelocITA**

Pagina 9

**Doing Business In  
Austria**

**L'impresa in Austria -  
Aspetti Legali  
(seconda parte)**

Pagina 10

Newsletter di informazione in distribuzione gratuita. Anno IV Aprile 2017

REDAZIONE

Via Masaccio, 191  
50132 Firenze  
Tel. 055 5535405  
Fax. 055 4089908  
[info@kon.eu](mailto:info@kon.eu)

I dati relativi ai destinatari della Newsletter vengono utilizzati esclusivamente per l'invio della pubblicazione e non vengono ceduti a terzi per nessun motivo. Resta ferma la possibilità per l'interessato di esercitare i diritti di cui all'articolo 13 della legge 675/96.



@kongroup



[linkedin.com/company/kon-spa](https://www.linkedin.com/company/kon-spa)



[www.kon.eu](http://www.kon.eu)  
[www.lamerchant.it](http://www.lamerchant.it)

Editoriale\_



Imprese: Competitività,  
produttività e felicità.

di Vezio Manneschi

Proviamo a fare un percorso virtuoso

per l'azienda, che gli permetta un nuovo atteggiamento, verso l'interno e l'esterno, ed una nuova educazione, potremmo dire un nuovo *understatement*. Parliamo quindi di competitività, di produttività e perché no anche di felicità, all'interno dell'impresa.

Partendo dalla **competitività** e dal presupposto che una azienda debba sempre conseguire risultati positivi, per la propria sostenibilità, oltre ad operare sempre all'interno dei grandi valori socialmente riconosciuti, la competitività va ricondotta alle sue radici latine *cum petere* vale a dire andare insieme verso un obiettivo. Nelle migliori aziende ciò vuol dire sostenibilità, condizioni ottimali di collaborazione e condivisione, in sintesi viene instaurata una economia circolare al proprio interno.

Competitività vuol dire anche fare la differenza tra aziende, ed il comportamento dei dipendenti influisce molto nel fare la differenza. Spesso il tentativo di restringere il «fare la differenza» a grafici e diagrammi non funziona: solo il vero valore del lavoro, che viene dalla cultura e dalla applicazione delle proprie conoscenze, rende grande l'azienda. L'equazione tempo/qualità del lavoro deve permettere all'azienda di crescere e migliorare ogni giorno, lavori e strumenti agili da essere sempre rivisti e migliorabili, ci dobbiamo

sentire a nostro agio con l'incompiuto: cosa c'è oggi di più incompiuto della tecnologia? Ma allo stesso tempo cosa c'è di più evoluto della tecnologia? L'azienda deve esercitarsi a provare qualcosa di nuovo, i dipendenti devono capire cosa li motiva, cosa gli interessa e cosa sanno fare.

Per concludere, la competitività moderna è molto collegata alle esigenze di autorealizzazione del personale, quindi ai percorsi professionali tesi a fidelizzare le nuove generazioni, e la ricetta? offrire sempre opportunità di apprendimento e di crescita in un ambiente di lavoro collaborativo, dinamico e supportivo.

La maggiore **Produttività**, sogno di qualsiasi impresa, si raggiunge più velocemente quando si trova il modo di portare valore anche agli altri. L'esempio di una società di consulenza come Kon è calzante in materia, la produttività non ruota intorno a lei, ma intorno ai suoi clienti, ed il suo lavoro è produttivo quando riesce a toccare gli altri. Quindi l'azienda si deve concentrare su ciò che è più importante per lei, i dipendenti devono dimenticare le proprie debolezze in quanto le grandi idee diventano fruibili o vengono realizzate giocando molto sui propri punti di forza. Tocca infatti ai manager, in presenza di dipendenti con talento, ricercare le aree lavorative dove possono impiegare al meglio le loro capacità, e devono comunque permettere loro di inseguire le proprie passioni, in quanto migliorano senza dubbio la

produttività e la professionalità.

Anche usando un linguaggio appropriato, «usare parole», permette di fare parte di una azienda, crea identità, rinforza la condivisione, evidenzia i valori, aiuta a raccogliere nuove sfide, fa aumentare la produttività. Una buona immagine esterna accompagnata da una buona comunicazione interna esprime energia ed aiuta a costruire la propria storia, ed in ultimo facilitano il duro lavoro che è sempre fatto per qualcosa di importante.

Ed infine parliamo di tempo per vivere, ed anche tutti coloro che sono assorbiti da impegni devono trovare **felicità** nelle piccole cose di ogni giorno. L'impresa deve favorire ciò in quanto il lavoro è condivisione, si deve permettere di lavorare con gioia. Ciò non ha nulla a che vedere con le condizioni economico/sociali dei dipendenti, ma solo con il calore e l'ambiente che permetta la «magia dell'ordinario» (lo *hygge* danese di fine secolo). In breve l'ambiente di lavoro, come quello familiare, deve essere al centro della vita di una persona in quanto entrambi facilitano il *self-improvement*, le eccellenze e le libertà di un individuo.

 @kongroup

 [linkedin.com/company/kon-spa](https://www.linkedin.com/company/kon-spa)

 [www.kon.eu](http://www.kon.eu)  
[www.lamerchant.it](http://www.lamerchant.it)



# Gruppo Bonaldi

Un universo cucito a misura d'auto. Lo sguardo rivolto al futuro.

Di Vincenzo Ferragina

Il Gruppo Bonaldi è oggi una delle più importanti realtà nel settore automobilistico, sinonimo di motori nel panorama europeo oltre che nazionale. Una leadership confermata dai numeri: un fatturato consolidato che supera i 300 milioni di Euro, la vendita di oltre 250.000 automobili in quasi 60 anni di attività, la collaborazione di più di 300 dipendenti e di 15 rivenditori autorizzati esterni.

Ripercorriamo la storia di questo eccezionale binomio: Bonaldi e i motori. Una straordinaria avventura umana e imprenditoriale.

### I fondatori Lorenzo Bonaldi e Carla Comana



Bonaldi nasce dalla lungimiranza imprenditoriale di **Lorenzo Bonaldi** e **Carla Comana**, classe 1915 lui e 1923 lei, si sposano nel 1946 e danno alla luce cinque figli. Da subito lavorano insieme presso l'officina di vendita e riparazione moto dapprima, quindi concessionaria Moto Guzzi. Una sinergia perfetta: da un lato l'intuito commerciale del Comm. Bonaldi, dall'altro l'operosità nel campo

amministrativo della sig.ra Comana, portano l'azienda a crescere sempre più, fino ad arrivare alla sede attuale. E' il 1959 e il Comm. Bonaldi decide di investire sul marchio Volkswagen. L'intuizione imprenditoriale di Lorenzo Bonaldi da lì via ad una gloriosa collaborazione.

### I marchi rappresentati



Il Gruppo Bonaldi con 12.000 veicoli venduti ogni anno, rappresenta otto marchi distinti con propria struttura organizzativa e commerciale: Audi, Volkswagen, Škoda, Seat, Volkswagen Veicoli Commerciali, Porsche, Lamborghini, oltre a Supernova Car Outlet punto di riferimento nel mercato dell'usato di qualità.

La **divisione Business** del Gruppo Bonaldi promuove una gestione completa di prodotti e servizi a supporto della mobilità aziendale. Un'organizzazione snella e collaudata che utilizza tutti gli strumenti gestionali, operativi e finanziari per soddisfare le esigenze di piccole, medie e grandi imprese, nonché di agenti e professionisti, nella scelta dell'auto su misura con la formula più conveniente.



GRUPPO  
**BONALDI**  
emozioni in movimento

BUSINESS

La completezza dei servizi e delle proposte è una garanzia per i clienti.

Grazie ad una consulenza personalizzata dedicata ai Clienti business, il Cliente valuta con

maggiore consapevolezza le modalità di fornitura della sua auto scegliendo tra l'acquisto diretto, il leasing finanziario o il noleggio a lungo termine.

Il Noleggio a Lungo Termine è l'innovativa soluzione di mobilità professionale che permette di scegliere e utilizzare un veicolo nuovo pianificando tutti i costi

operativi e di manutenzione, liberando l'azienda dalla gestione operativa e burocratica del proprio parco auto. A fronte del pagamento di un canone mensile fisso, Bonaldi mette a disposizione delle aziende auto e veicoli commerciali per un periodo di tempo e un chilometraggio predefiniti, calcolati sulle reali necessità e comprensivi di tutti i servizi utili a soddisfare ogni esigenza. Il canone include, tra i

vari benefit, anche copertura assicurativa, programma di manutenzione e servizi di assistenza.

La divisione Business aiuta il Cliente ad orientarsi nel complesso mondo della fiscalità. Con una consulenza fiscale trasparente ed una preventiva pianificazione dei costi il Cliente trova la soluzione più adatta per beneficiare di una concreta convenienza economica e di un risparmio di tempo e risorse per la gestione della sua auto.

La gamma di veicoli Audi, Volkswagen, Seat, Škoda e Veicoli Commerciali Volkswagen consente ai Clienti business di godere quotidianamente dei valori di sportività, efficienza, comfort ed eleganza, nonché di ridurre notevolmente i costi di esercizio avvalendosi dei più elevati standard in termini di tecnologia e di affidabilità.

L'efficienza dei motori si traduce in un minore consumo di carburante, con un notevole risparmio di costi. Inoltre, il prestigio dei marchi del gruppo Volkswagen rende i prodotti del Gruppo Bonaldi appetibili anche dal punto di vista finanziario: il valore economico residuo della flotta si manterrà elevato nel tempo, così come la sua affidabilità. La tecnologia allo stato dell'arte dei prodotti, infatti, consente di moderare gli interventi in officina ed i costi di manutenzione e di gestione generale.

Una qualità superiore percepibile in ogni dettaglio.

Il Gruppo Bonaldi, a conferma della sua capacità di guidare verso il futuro puntando all'eccellenza, ha ideato anche una innovativa formula di noleggio mensile: **B-mobility**.

Il noleggio a medio termine B-mobility – da uno a 12 mesi di auto esclusive di alto livello, dall'Audi A3 e-tron alla Porsche Panamera Hybrid o 911 – è la risposta al cambiamento del mercato: alternativa alla

proprietà, rappresenta la soluzione ideale per chi ha bisogno di un veicolo per un periodo mediamente lungo. Una formula sempre più utilizzata da chi cerca un servizio «all inclusive».

Il canone mensile include l'assicurazione Kasko e la tassa di proprietà, la manutenzione ordinaria e straordinaria, una franchigia di 1500 chilometri per la gamma Audi e granturismo Porsche e di 1000 chilometri per le vetture sportive Porsche, la localizzazione satellitare, la garanzia del servizio mobilità valido presso tutta la rete di concessionarie e officine autorizzate.

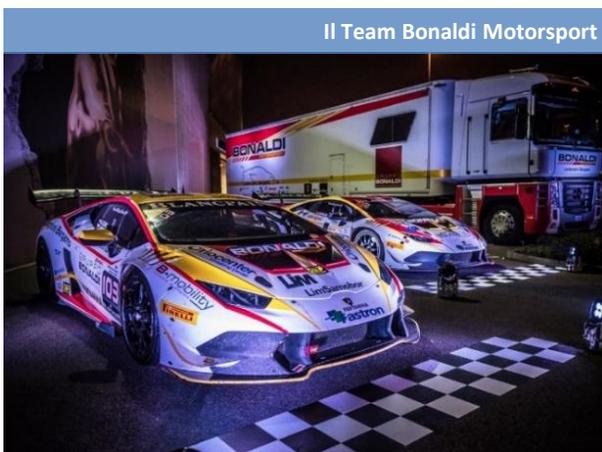
Il Gruppo Bonaldi, oltre alla sede principale di Bergamo, ha filiali ad Azzano San Paolo, a Treviglio, a Lecco, a Sondrio e Milano.

La filiale di Treviglio, concessionaria per i marchi Audi, Volkswagen e VW Veicoli Commerciali, completa l'offerta del Gruppo Bonaldi in ottica di servizio più capillare sul territorio sia in termini di Vendita che di Assistenza.

La filiale di Lecco, concessionaria Vendita, Service e Ricambi Originali Audi situata in Garlate. Una concessionaria completa, in grado di assistere il cliente sempre, prima e dopo l'acquisto.

La filiale di Sondrio, concessionaria Vendita Audi e Volkswagen oltre che Service e Ricambi Originali Audi Volkswagen e VW Veicoli Commerciali situata a Postalesio.

Il Gruppo Bonaldi è impegnato anche nello sport. Da oltre vent'anni, infatti, corre in pista con una sua scuderia, il Team Bonaldi Motorsport.



Il Team Bonaldi Motorsport

**Bonaldi Motorsport** è il reparto corse del Gruppo Bonaldi. Nasce nel 1992 dalla volontà dell'Ing. Giampietro Bonaldi, con l'obiettivo di offrire ai propri clienti l'emozionante opportunità di cimentarsi in gare in pista.



I tecnici del Team Bonaldi al Nurburgring

In controtendenza rispetto alla maggior parte dei concessionari, Bonaldi sceglie dunque di creare una scuderia all'interno della sua organizzazione.

I vent'anni di attività proseguono all'insegna del marchio Porsche e nel 2009 la scelta di scalare le classifiche anche con Lamborghini.

Con la Nuova Officina Corse del Gruppo Bonaldi, realizzata presso il polo di Azzano San Paolo (BG) nel 2015, il Team ha fatto un altro, importante salto

di qualità arrivando a preparare fino a otto vetture, tutte impegnate in campionati di livello internazionale e mondiale. Nel campionato Lamborghini Super Trofeo il team Bonaldi Motorsport ha vinto il titolo mondiale 2014-2015 e 2016.



Una vittoria del Team Bonaldi Motorsport

Bonaldi Motorsport in oltre vent'anni di racing è cresciuto, sia in termini di quantità che, come mostrano i risultati, in qualità e professionalità. Tecnici, meccanici, piloti: una squadra che, nelle stagioni di gara, raggiunge fino ai venti elementi.

Il 2017 vede impegnato il team nel campionato Lamborghini Super Trofeo e nella Porsche Carrera Cup

**La nuova concessionaria Lamborghini a Milano**

Il Gruppo Bonaldi è stato scelto come partner commerciale da Automobili Lamborghini per la nuova concessionaria a Milano, in Viale Renato Serra 61.

L'inaugurazione ufficiale è avvenuta alla presenza del Chairman e Chief Executive Officer di Automobili Lamborghini, Stefano Domenicali, e degli AD del Gruppo Bonaldi, Simona Bonaldi e Gianemilio Brusa, che insieme hanno presentato la nuova Huracán Performante, al suo debutto nazionale.

**Simona Bonaldi e Gianemilio Brusa**, AD Gruppo Bonaldi dichiarano: «Oggi, con grande orgoglio e soddisfazione, inauguriamo la concessionaria Lamborghini Milano, un prestigioso traguardo frutto della condivisione di importanti piani di sviluppo con la Casa automobilistica, simbolo in Italia e nel mondo di artigianalità, innovazione e, insieme a questa città, una delle massime espressioni del Made in Italy».

Simona Bonaldi e Gianemilio Brusa



La nuova concessionaria Lamborghini Milano si sviluppa su una superficie complessiva di 2.500 mq ed è inserita al piano terra di un edificio al civico 61 di Viale Renato Serra, che ospita funzioni direzionali, commerciali e di assistenza post vendita.

Il nuovo show-room di Milano



Lamborghini realizzati con la nuova Corporate Identity sviluppata per la rete dei concessionari mondiali.

Gli spazi interni sono luminosi ed essenziali, caratterizzati da poligoni, forme affilate, superfici

dalle texture grezze.

L'esperienza del cliente è arricchita dalla presenza di elementi digitali, tra cui un videowall di grandi dimensioni, che proietta filmati di brand e prodotto, e dalla saletta Ad Personam con car configurator e un display di campioni di finiture, che i clienti possono toccare fisicamente, abbinare e giocare con colori e materiali. Infine, alla linea di abbigliamento e accessori della Collezione Automobili Lamborghini è dedicata un'area all'ingresso, visibile sia dall'interno sia dalle vetrine dello showroom.

Un momento dell'inaugurazione



Uno spazioso soppalco ospita gli uffici direzionali. Presenti anche un'area destinata alla vendita dell'usato e un'area post vendita, che comprende service e magazzino. Il progetto architettonico è stato curato e sviluppato da Lamborghini in collaborazione con lo studio di architettura Archilinea. Lamborghini Milano è una concessionaria del Gruppo Bonaldi; il team è composto da otto risorse: un responsabile, due sales manager, un'addetta al CRM e quattro addetti post vendita.

Oggi Simona Bonaldi e Gianemilio Brusa guidano il Gruppo verso il futuro. Una tradizione che prosegue con passione, professionalità e competenza.

Per maggiori informazioni: [www.bonaldi.it](http://www.bonaldi.it)

# move.ON

Chi, come e-KONomy, vuole occuparsi dell'economia che cresce, non può assolutamente dimenticare l'economia che nasce ovvero l'idea di riporre fiducia nel futuro con la convinzione che è necessario andare avanti in modo proattivo innovando sempre. Così, all'interno di questa apposita rubrica intitolata "move.ON", ci occuperemo di start up ed incubatori e racconteremo storie e personaggi, sogni ed obiettivi, difficoltà e sfide. Tutto ciò è stato reso possibile dalla collaborazione con importanti incubatori ed acceleratori che, appunto, ci aiuteranno nel racconto delle storie aziendali che animeranno la rubrica.

**Aumento di capitale per BiovelocITA, l'acceleratore italiano di progetti biotech**



**BiovelocITA completa la propria campagna di finanziamento raggiungendo oltre 14 milioni di euro per lo sviluppo della ricerca red biotech. Il nuovo aumento di capitale ammonta a oltre 7,2 milioni di euro.**

Il mese scorso BiovelocITA, il primo acceleratore italiano dedicato alle aziende biotech, ha deliberato un aumento di capitale pari a 7.245.000 euro. La raccolta fondi ha coinvolto un ristretto numero di nuovi investitori privati a cui si sono aggiunti anche alcuni degli attuali soci. Questo secondo aumento di capitale va a sommarsi ai 7,4 milioni di euro già raccolti precedentemente. Complessivamente si tratta di una delle raccolte più consistenti dell'ultimo biennio per una start-up italiana.

Con oltre 14 milioni di euro, BiovelocITA consolida il proprio ruolo strategico di acceleratore e di trait d'union fra il mondo della ricerca e quello dell'industria nel settore del red biotech, settore sempre più trainante nelle dinamiche macro-economiche del Paese con un fatturato complessivo superiore ai 9,4 miliardi di euro.

BiovelocITA è stata fondata a fine 2015 da Silvano Spinelli, Gabriella Camboni e dalla società di Venture Capital

Sofinnova Partners (leader a livello internazionale nel settore delle life sciences). Il primo aumento di capitale, ad inizio 2016, è stato sottoscritto oltre che dai fondatori anche da Atlante Seed e da investitori privati coordinati da BANOR SIM S.p.A.. A poco più di un anno dal suo avvio, BiovelocITA ha già in portafoglio tre importanti progetti in collaborazione con scienziati italiani di primo piano impegnati nella ricerca su malattie genetiche rare, sul diabete e sull'oncologia e invecchiamento cellulare.

Spinelli e Camboni, con il socio Sofinnova Partners, hanno creato EOS, società venduta nel 2013 a Clovis Oncology per 470 milioni di dollari e, precedentemente, Novuspharma, quotata sul Nuovo Mercato nel 2000.

*«La nostra attività di scouting prosegue: sono numerosi i progetti scientifici che stiamo vagliando, alcuni di essi mostrano potenzialità molto interessanti. L'aumento di capitale, che palesa fiducia da parte del mercato, rinforza il nostro impegno a portare i progetti dalle potenzialità più interessanti verso una concreta applicazione clinica».*

dichiara l'amministratore delegato Gabriella Camboni.

BiovelocITA si propone di allargare il proprio portafoglio grazie a nuove collaborazioni con società, istituzioni scientifiche e gruppi di ricerca universitari con l'obiettivo di trasformare le scoperte scientifiche in realtà operative con valenza industriale.

# Doing Business In Austria

*Doing Business In* è la nuova rubrica di e-KONomy che nasce con l'obiettivo di focalizzarsi sulle possibilità/opportunità di business in Paesi che presentano un alto livello di attrattività. Dopo la Cina e la Norvegia, il terzo Paese individuato è l'Austria.

*Doing business in* non vuole essere la solita rubrica informativa sul business in un determinato Paese, ma ha l'obiettivo di indicare in modo operativo e pratico come poter sviluppare un rapporto di lungo periodo ed una presenza importante in un Paese conoscendolo dall'interno. Per questo motivo l'idea è che sui vari Paesi possano scrivere Istituzioni o Enti locali che raccontino usi, costumi, abitudini sociali e di business, nonché modalità di sviluppo dei rapporti economici, caratteristiche culturali che devono essere rispettate, ed altro ancora.

Si ringrazia ABA – Invest in Austria per il contributo alla stesura dell'articolo.

## L'impresa in Austria - Aspetti Legali (seconda parte)



Nel numero scorso abbiamo trattato la forma giuridica delle società di capitali austriache, in questo numero invece tratteremo le società di persone, l'esercizio delle attività lucrative indipendenti, la struttura del contratto di lavoro e le modalità per l'acquisto di un immobile sul territorio austriaco.

### Le società di persone

La legge austriaca conosce vari tipi di società di persone:

La *società semplice di persone* (**Gesellschaft bürgerlichen Rechts**) è regolata dal codice civile (Allgemeines bürgerliches Gesetzbuch). Questo tipo di società può essere costituita con un accordo tra due o più soci (anche oralmente) senza iscrizione al registro imprese. Tale società però non ha personalità giuridica e quindi per la maggior parte delle attività non è adatta.

Poi esistono la *società in nome collettivo* (**Offene Gesellschaft**) e la *società in accomandita semplice* (**Kommanditgesellschaft**), entrambe regolate dal codice degli imprenditori (*Unternehmergesetzbuch*). Per questi due tipi di società è prevista l'iscrizione al registro delle imprese. Queste società possono avere diritti e obblighi nei confronti di terzi a nome della società. In una società a nome collettivo ogni socio ha una responsabilità personale illimitata. In caso della società in accomandita semplice questo vale soltanto per gli

accomandatari, la responsabilità dei soci accomandanti invece è limitata all'ammontare della loro determinata quota di responsabilità.

In Austria esiste anche la possibilità di costituire una società di persone nella quale l'unico socio che risponde illimitatamente è una società di capitale (*società in accomandita semplice con una società a responsabilità limitata come socio accomandatario*). Così si riescono ad abbinare vantaggi fiscali, per i quali a volte si sceglie la società di persone con la responsabilità limitata che spesso è uno dei motivi per scegliere la società di capitali. In questo modo si può creare la cosiddetta «**GmbH & Co KG**» che sarebbe una società in accomandita semplice, nella quale l'unico accomandatario è una GmbH.

Anche una sola persona fisica può sempre iniziare un'attività imprenditoriale quale semplice **imprenditore individuale** sotto il suo proprio nome e conto nonché la sua responsabilità personale illimitata con il patrimonio imprenditoriale e privato. A partire da un fatturato annuale di EUR 1.000.000, oppure di EUR 700.000 in due anni consecutivi, l'imprenditore individuale è tenuto ad iscriversi nel Registro delle Imprese e, in aggiunta alla denominazione, l'indicazione di imprenditore registrato (abbreviato «e.U.»).

L'imprenditore individuale deve richiedere una partita IVA presso l'ufficio delle imposte e la licenza

# Doing Business In Austria

commerciale (*Gewerbeberechtigung*) per il tipo di attività che intende svolgere.

In Austria l'**esercizio delle attività lucrative indipendenti** (*Gewerbe*) è legato ad una licenza (*Gewerbeberechtigung*). Chiunque intenda esercitare un'attività lucrativa indipendente necessita – fatta eccezione per alcuni casi – di una siffatta «licenza commerciale» intestata a suo nome. La fonte primaria di diritto è il codice delle attività lucrative indipendenti (*Gewerbeordnung*) che, per l'esercizio di tali attività, distingue tra i *requisiti generali* e quelli *speciali*.

I *requisiti generali* sono standardizzati per l'esercizio di una qualsiasi attività lucrativa indipendente e sono: maggiore età, cittadinanza austriaca, Spazio Economico Europeo (SEE), Svizzera o altri se la persona ha un permesso di soggiorno, residenza in Austria, in uno stato membro dello SEE o la Svizzera sempre se nel caso concreto la distanza non ostacola l'attività della persona nell'impresa, mancanza di motivi di esclusione, inesistenza di un divieto di esercizio.

Anche una persona fisica avente residenza all'estero p.es. in Italia può esercitare un'attività lucrativa indipendente in Austria. A tal fine deve tuttavia nominare un titolare della licenza con residenza in Austria, in uno stato membro dello SEE o la Svizzera sempre se nel caso concreto la distanza non ostacola l'attività della persona nell'impresa.

I *requisiti speciali* riguardano invece le singole attività lucrative indipendenti elencate dettagliatamente nella legge ed indicate nelle relative disposizioni. Il richiedente deve innanzitutto certificare la sua qualifica per l'attività lucrativa indipendente che intende esercitare. Per sapere quali certificazioni sono

necessarie è consigliato contattare la Camera di Commercio del luogo ove è prevista la sede dell'azienda.

In genere si distingue tra le attività che non necessitano la certificazione di specifiche qualifiche (cosiddette attività libere, per esempio attività commerciali) e quelle che invece richiedono la certificazione di una specifica qualificazione professionale (cosiddette attività regolamentate, per esempio ristoratore o promotore finanziario).

Un cittadino di uno stato membro dello SEE o la Svizzera che possiede una determinata formazione professionale o che ha esercitato un determinato lavoro, deve essere ammesso anche all'esercizio di una professione in Austria senza dover certificare la qualifica richiesta in Austria. Sono quindi riconosciuti i documenti del paese di origine del richiedente che dimostrano la sua qualifica. Per alcune attività esistono tuttavia divieti di indulgenza ed il richiedente straniero deve quindi soddisfare le premesse legali austriache per l'attività che intende esercitare.

Per l'esercizio di un'attività lucrativa indipendente, il codice delle attività lucrative indipendenti prevede che persone giuridiche e società di persone nominino un *amministratore* (ovvero un titolare della licenza – *Gewerberechtlicher Geschäftsführer*) che disponga dei requisiti necessari per l'esercizio dell'attività lucrativa indipendente e sia in grado di svolgere una relativa attività nell'impresa. L'amministratore deve inoltre far parte dell'organo autorizzato alla rappresentanza legale o essere impiegato dalla società per un minimo di 20 ore settimanali. Per quanto riguarda le società di persone – in linea di massima – solo un socio

# Doing Business In Austria

personalmente responsabile può agire quale titolare della licenza. In conseguenza di ciò, in Austria, le persone giuridiche che esercitano un'attività lucrativa indipendente hanno spesso due tipi di amministratori, ossia: l'amministratore commerciale (riportato nel Registro delle Imprese – *Handelsrechtlicher Geschäftsführer*) e l'amministratore ai sensi delle disposizioni del codice delle attività lucrative indipendenti (responsabile della licenza – *Gewerberechtlicher Geschäftsführer*).

In Austria, il clima lavorativo è caratterizzato dalla costante e fruttuosa collaborazione tra le organizzazioni dei datori di lavoro e quelle dei prestatori di lavoro. Ne consegue che arresti della produzione dovuti allo sciopero dei dipendenti costituiscono in Austria degli eventi rarissimi.

Il **contratto di lavoro** si contraddistingue per le seguenti caratteristiche:

*Forma* – Il contratto di lavoro non necessita di una determinata forma e può essere concluso tra il prestatore di lavoro ed il datore di lavoro per iscritto, oralmente o in maniera concludente. Cionondimeno, per evitare eventuali futuri problemi, si consiglia di concludere un contratto di lavoro in forma scritta e di inserirvi tutti gli accordi presi.

*Periodo di prova* – Si raccomanda inoltre di concordare un periodo di prova all'inizio del rapporto lavorativo. La durata massima prevista per il periodo di prova di impiegati è di un mese. Durante il periodo di prova, il rapporto di lavoro può essere risolto in ogni momento con effetto immediato sia dal datore di lavoro che dal prestatore di lavoro, senza fornire una motivazione e senza preavviso.

*Disdetta ordinaria del contratto* – Dopo il periodo di prova, il rapporto di lavoro può essere disdetto (*Kündigung*) da entrambe le parti, osservando tuttavia dei termini di preavviso che dipendono dalla durata del rapporto di lavoro e da chi dichiara la disdetta. Il datore di lavoro ha il diritto di disdire in ogni momento un contratto di lavoro concluso a tempo indeterminato, rispettando il relativo termine di preavviso applicabile. In tal caso non è necessaria nessuna motivazione né tanto meno una giusta causa. Se il datore di lavoro disdice il contratto entro i primi due anni del rapporto di lavoro, il preavviso deve essere – salvo accordi contrari – di almeno sei settimane e la cessazione del rapporto subentra con la fine del trimestre in corso. A seconda della durata del rapporto di lavoro, il termine di preavviso può estendersi fino a 5 mesi.

Nel 2002, con la legge riguardante i provvedimenti per i collaboratori aziendali (*Betriebliches Mitarbeitervorsorgegesetz*) è stato cambiato il sistema previsto per il trattamento di fine rapporto (TFR). I contratti di lavoro conclusi dopo il 2002 non prevedono più il diritto del prestatore di lavoro ad una liquidazione da parte del datore di lavoro, ma da parte di un fondo per il TFR, nel quale il datore di lavoro, durante il rapporto di lavoro, è tenuto a versare una percentuale pari all'1,53% dello stipendio mensile. Gli imprenditori in Austria non sono quindi più costretti ad accantonare una riserva per il TFR dei propri impiegati.

*Risoluzione per giusta causa* – Oltre alla disdetta ordinaria (*Kündigung*) vi è la cosiddetta risoluzione per giusta causa (*Entlassung*) che può avvenire in un qualsiasi momento e senza il rispetto di un termine di preavviso, qualora il prestatore di lavoro abbia

# Doing Business In Austria

compiuto degli atti scorretti nei confronti del datore di lavoro durante le ore di servizio. I motivi che possono condurre ad una risoluzione per giusta causa sono elencati dalla legge. Qualora si sia verificato un evento atto a provocare una risoluzione per giusta causa, tale risoluzione deve avvenire immediatamente e senza alcun indugio.

*Orario legale di lavoro e ferie* – L'orario legale di lavoro è di 40 ore settimanali, tuttavia alcuni gruppi di lavoratori hanno già trovato un accordo con il datore di lavoro per la riduzione a 38 ore settimanali. Come lavoro straordinario si intendono però soltanto le ore che superano le 40 ore settimanali. Per queste ore è pagabile il supplemento per gli straordinari. Per il lavoro in più, ossia per le ore di lavoro in più nel caso di un lavoro part-time (quindi meno di 40 ore settimanali) generalmente non esiste il supplemento per gli straordinari se il lavoro non supera le 40 ore settimanali, ma sono soltanto previsti dei supplementi ridotti per il lavoro che supera l'orario nel contratto di lavoro. Al posto del pagamento di un supplemento può essere prevista una diminuzione delle ore lavorative come compenso per gli straordinari resi. Nel caso della pattuizione di una remunerazione forfetaria per tutti gli straordinari prestati, la giurisprudenza ha stabilito invece dei principi per evitare che un tale accordo sfavorisca la posizione del lavoratore. A ogni dipendente spettano 5 settimane di ferie pagate all'anno (estese a 6 settimane dopo 25 anni di servizio).

Vi sono anche delle norme che garantiscono una flessibilità dell'orario legale di lavoro. In questo contesto, la flessibilità sta a significare che esistono

varie possibilità di regolare l'orario lavorativo giornaliero, settimanale e anche mensile, questo anche per evitare i supplementi per il lavoro straordinario. Per esempio si può superare le 8 ore lavorative al giorno, se in un altro giorno si riduce l'orario lavorativo.

Gli **impiegati stranieri** che non sono cittadini di uno Stato membro dello Spazio Economico Europeo hanno bisogno di un permesso di soggiorno (*Aufenthaltserlaubnis*; *Niederlassungsbewilligung*) nonché di un permesso di lavoro (*Arbeitsbewilligung*) per poter lavorare in Austria. Il permesso di soggiorno deve essere richiesto dal (futuro) impiegato straniero presso l'ufficio di rappresentanza austriaco dello Stato di origine, mentre il permesso di lavoro viene di norma richiesto dal datore di lavoro. Il governo austriaco stabilisce ogni anno una quota per dirigenti specializzati e per altri prestatori di lavoro stranieri, con cui fissa il numero massimo di permessi di lavoro che possono essere emessi in un anno.

Per quanto riguarda il **costo del lavoro**, in Austria, oltre allo stipendio netto, un datore di lavoro deve pagare mensilmente i contributi per la previdenza sociale, la tassa sul reddito, la tassa comunale ed un contributo al fondo per il TFR. In totale i costi ammontano a circa il 30% dello stipendio lordo. L'imprenditore deve corrispondere ai suoi impiegati 14 mensilità all'anno (uno stipendio supplementare il 30.06. e l'altro il 30.11.).

Persone fisiche e giuridiche straniere che intendono **acquistare un immobile** in Austria hanno bisogno dell'autorizzazione delle autorità competenti nei singoli regioni («Land»). Dato che si tratta di leggi regionali, la relativa legislazione differisce tra una regione all'altra.

# Doing Business In Austria

Le nove leggi regionali i cui principi fondamentali sono abbastanza simili stabiliscono che l'acquisto di un immobile da parte di uno straniero non possa avvenire senza la previa autorizzazione dell'autorità competente. Per persone provenienti dallo Spazio Economico Europeo (SEE) del quale fa parte anche l'Italia tale autorizzazione non è necessaria. Alcuni comuni però prevedono limitazioni per l'acquisto di immobili, se l'acquirente non ha la residenza principale in questo luogo, e quindi anche per cittadini di paesi dell'UE non è sempre possibile acquistare liberamente un immobile in Austria.

Il contratto di compravendita per il diritto austriaco è solo il titolo legale per il trasferimento della proprietà. La proprietà immobiliare si acquista però solo con l'iscrizione nel registro immobiliare («*Grundbuch*»); l'iscrizione ha carattere costitutivo. Ciò significa che si diventa proprietario di un bene immobile solo con la registrazione nel registro immobiliare. Vige in Austria il sistema tabolare con i principi di pubblicità e di priorità. Il principio di pubblicità protegge l'acquirente in buona fede; egli può fidarsi delle iscrizioni nel registro immobiliare. Ciò che è iscritto vale, ciò che non è iscritto non vale. Il principio della priorità protegge invece il rango di un'iscrizione. Il registro fondiario è stato informatizzato e si può prendere visione e verificare gli estremi di un determinato immobile come per esempio il nome del proprietario ed eventuali ipoteche che gravano sull'immobile. Comunque, per la complessità della materia immobiliare e per evitare difficoltà legali che possano sorgere dalle azioni affrettate di un non esperto, è consigliabile rivolgersi sin dall' inizio di una trattativa a un avvocato che rediga

il contratto di compravendita e si occupi della procedura di iscrizione.



## ABA Invest in Austria

ABA – Invest in Austria è il punto di riferimento in Austria per le aziende straniere interessate a stabilirsi in questo paese. Si tratta di un ente governativo facente capo al Ministero Federale dell'Economia ed ha il compito di fornire ai potenziali investitori consulenza ed informazioni a titolo gratuito sulle possibilità di costituire insediamenti aziendali, sia industriali che commerciali, sul territorio austriaco, in particolare su problematiche in ordine a:

- normative per la costituzione di società
- normative legali e fiscali
- normativa e costi del lavoro
- scelta dell'ubicazione e ricerca di immobili
- modalità per ottenere finanziamenti e contributi pubblici
- ricerca di partecipazioni e joint venture

L'attuale rapporto «Global Investment Promotion Benchmarking» realizzato dal gruppo World Bank premia ABA – Invest in Austria come una delle migliori tra le 189 agenzie per la promozione degli investimenti esteri.



**Dott.ssa Marion Biber**

Direttore Italia



**Dott.ssa Gerlinde Gahleitner**

Direttore Italia



**Maurizio Bossi-Fedrigotti**

International Advisor

# Mazars Insights

**Il nuovo «volto» del bilancio italiano: I costi di pubblicità e di ricerca.**

di **Silvia Carrara**, Senior Audit Manager Mazars Italia



Tra pochi giorni le Società saranno chiamate a approvare i bilanci d'esercizio chiusi al 31 dicembre 2016, bilanci che, come già indicato nelle precedenti pubblicazioni Mazars Insights, sono stati rivoluzionati a seguito dell'introduzione del D.Lgs. 139/2015.

Oltre alla novità apportata in merito alla valutazione con il criterio del costo ammortizzato dei crediti e dei debiti, di cui abbiamo parlato nello scorso numero, altre significative novità riguardano l'iscrizione dei costi di pubblicità e di ricerca.

Infatti, l'art. 2424 del Codice Civile in vigore dal 1° gennaio 2016, prevede che le immobilizzazioni immateriali iscritte nell'attivo patrimoniale siano classificate in:

- 1) costi di impianto e di ampliamento;
- 2) costi di sviluppo;
- 3) diritti di brevetto industriale e diritti di utilizzazione delle opere dell'ingegno;
- 4) concessioni, licenze, marchi e diritti simili;
- 5) avviamento;
- 6) immobilizzazioni in corso e acconti;
- 7) altre.

Da quanto sopra indicato, risulta evidente che l'attuale norma, diversamente dalla precedente, non prevede più la possibilità di capitalizzare i costi di pubblicità e di ricerca.

Ma è proprio così? Nessun costo di pubblicità e di ricerca può essere rilevato in bilancio tra le immobilizzazioni immateriali?

Per rispondere a questa domanda ci viene in aiuto il principio contabile OIC 24 Immobilizzazioni immateriali, pubblicato il 22 dicembre 2016.

Relativamente alle spese di pubblicità, l'OIC 24 prevede la possibilità di iscrivere le stesse tra i costi di impianto e di ampliamento qualora i costi di pubblicità abbiano la natura di costi di start up, ovvero di:

- costi sostenuti da una Società di nuova costituzione per progettare e rendere operativa la struttura aziendale iniziale;
- costi sostenuti da una società preesistente prima dell'inizio di una nuova attività, quali ad esempio un nuovo ramo d'azienda, un nuovo centro commerciale o un nuovo processo produttivo.

Analogamente a tutti gli altri costi di impianto e di ampliamento, anche i costi di pubblicità sono capitalizzabili solo qualora al momento della rilevazione iniziale sussista e sia dimostrabile il rapporto causa-effetto tra i costi e l'utilità futura attesa dai costi stessi. È inoltre richiesto, ai fini della loro iscrizione nell'attivo patrimoniale, che i costi siano direttamente attribuibili alla nuova attività e siano recuperabili tramite il maggior reddito atteso.

Giova sottolineare che il trattamento previsto dal nuovo OIC 24 per i costi di pubblicità non sembra discostarsi in misura sostanziale da quanto stabilito dal medesimo principio nella formulazione del 2014, secondo cui era possibile capitalizzare i costi di pubblicità a condizione che gli stessi fossero relativi a «operazioni non ricorrenti (ad es. il lancio di una nuova attività produttiva, l'avvio di un nuovo processo produttivo) che sono relative ad azioni dalle quali la società ha la ragionevole aspettativa di importanti e duraturi ritorni economici risultanti da piani di vendita approvati formalmente dalle competenti funzioni aziendali».

Con riferimento ai costi di ricerca, è doveroso premettere che la ricerca si distingue in ricerca di base e ricerca applicata, in particolare:

- la ricerca di base è un'indagine originale e pianificata intrapresa con la prospettiva di conseguire nuove conoscenze, che si svolge in una fase antecedente all'identificazione dello specifico processo o prodotto da sviluppare;
- la ricerca applicata è finalizzata a uno specifico prodotto o processo produttivo ed è costituita dall'insieme degli studi, esperimenti, indagini e ricerche che si riferiscono direttamente alla possibilità ed utilità di realizzare uno specifico progetto e rientrano nella fase di sviluppo.

Ai sensi del nuovo OIC 24 i costi relativi alla ricerca applicata vengono «promossi» a costi di sviluppo e sono pertanto iscrivibili nell'attivo patrimoniale nella categoria «Costi di sviluppo». Di fatto l'OIC 24 attua una continuità di trattamento contabile dei costi di ricerca con quanto previsto dal medesimo principio nella versione del 2014, che già stabiliva:

- l'addebito a conto economico per i costi sostenuti per la ricerca di base; e
- la capitalizzabilità dei costi relativi alla ricerca applicata, ancorché nella categoria «Costi di ricerca» anziché tra i «Costi di sviluppo», come attualmente stabilito.

Ovviamente, al fine della loro capitalizzabilità in bilancio, i costi di ricerca applicata devono presentare i medesimi requisiti richiesti per l'iscrizione nell'attivo patrimoniale dei costi di sviluppo, ovvero è necessario che:

- siano relativi a un progetto/prodotto chiaramente definito;
- siano identificabili e misurabili;

- si riferiscano a un progetto tecnicamente fattibile, con risorse adeguate;
- siano recuperabili.

Da quanto sopra indicato emerge che le Società devono innanzitutto valutare se i costi di pubblicità e di ricerca già iscritti in bilancio al 31 dicembre 2015 presentano i requisiti di capitalizzabilità previsti dal nuovo OIC 24.

In caso affermativo, le Società devono registrare una riclassifica dei costi di pubblicità nella categoria «Costi di impianto e ampliamento» e dei costi di ricerca nella categoria «Costi di sviluppo». I dati del bilancio comparativo 2015 devono essere rideterminati in conformità alla riclassifica operata.

Nel caso, invece, in cui i requisiti richiesti per la relativa capitalizzabilità non siano presenti, le Società devono eliminare dall'attivo del bilancio al 31 dicembre 2016 i costi di pubblicità e di ricerca.

In particolare, secondo le disposizioni dell'OIC 24 gli effetti relativi alla prima applicazione dei nuovi criteri contabili in merito alle immobilizzazioni immateriali vanno riflessi in bilancio retroattivamente ai sensi del nuovo OIC 29, ovvero contabilizzati sul saldo d'apertura del patrimonio netto dell'esercizio interessato, nella riserva «Utili (perdite) portati a nuovo», mentre i dati comparativi dell'esercizio precedente vanno rideterminati come se il nuovo principio contabile fosse stato applicato da sempre.

Pertanto, nel bilancio chiuso al 31 dicembre 2016, i dati comparativi relativi al 2015 evidenzieranno:

- l'effetto cumulato derivante dal cambio di principio alla data di apertura al 1° gennaio 2015 negli utili (perdite) portati a nuovo del patrimonio netto;
- la quota parte relativa agli effetti sorti nel corso del 2015 nel risultato dell'esercizio 2015.

### Industria 4.0, Gruppo Marcegaglia: «Al centro sono i dati e la sicurezza»

**Marcegaglia** – Dati e sicurezza sono al centro dell'Industria 4.0. La quarta rivoluzione industriale, che prevede fabbriche totalmente interconnesse e automatizzate, "vive" di dati, ma questi, oltre a migliorare i processi produttivi, possono anche indirettamente aiutare a incrementare la sicurezza del personale che vi lavora. Ne è convinto Livio Bonatti, Information Technology Network Infrastructure Manager del Gruppo Marcegaglia, azienda che ha intrapreso un percorso verso lo smart manufacturing in collaborazione con Cisco. Il Gruppo Marcegaglia, tra i player mondiali nella trasformazione dell'acciaio, ha avviato dal 2009 un progetto di automazione industriale a fronte dell'ampliamento dei due stabilimenti di Ravenna e Casalmaggiore, per un investimento complessivo di 250 milioni di euro. Dalla collaborazione con Cisco, per Marcegaglia ha preso il via un percorso di evoluzione importante verso la quarta rivoluzione industriale, come afferma Bonatti: "In questo momento la grossa mole dei dati rimane ancora all'interno dello stabilimento, nel perimetro dell'azienda. Ma l'azienda riceve informazioni dalla raccolta di questi dati e può a sua volta programmare attività successive". Nell'ambito dei progetti Industria 4.0 del Gruppo Marcegaglia, Cisco ha fornito la piattaforma tecnologica e le linee guida per proporre e realizzare dei modelli identici per tutti gli stabilimenti.



Fonte: *EconomyUp*, il 31 Marzo 2017.

### Miniconf lancia un sito di e-commerce

**Miniconf** – Azienda aretina per l'abbigliamento da bambini, lancia l'e-commerce del brand iDo 100% bambini: il progetto partirà il 13 marzo in vista della collezione primavera-estate. Il passo successivo sarà il lancio a settembre della piattaforma di vendita online del marchio Sarabanda, che seguirà logiche simili ma sarà adattato al diverso brand. Fondata nel 1973 ad Ortignano Raggiolo, Miniconf ad oggi ha un portfolio di 50 monomarca in Italia, circa 70 negozi e shop in shop all'estero. Quasi 1700 i multibrand serviti in Italia, con il marchio Sarabanda e il marchio iDo. L'azienda ha chiuso il 2015 con un fatturato che si attesta attorno ai 74,5 milioni di euro; la quota export continua a crescere ed ha raggiunto il 16%. Da uno studio di BlogMeter, spiega l'azienda, risulta che il 48% delle persone si informa attraverso blog, giornali online e portali di notizie. Per questo, il lancio del canale e-commerce, sarà affiancato dal debutto del blog iDo 100% bambini con contenuti che spaziano dal lifestyle al food, dall'enjoy al travel. «L'idea e la progettazione del nuovo e-commerce iDo nasce circa due anni fa – commenta Leonardo Basagni, Export Manager e responsabile del progetto – e l'articolazione di questo progetto di integrazione on-off line ha impegnato un team di persone per diversi mesi: l'approfondimento di tutti gli aspetti è stato piuttosto complesso, anche se entusiasmante».



Fonte: *Toscana 24*, il 10 Marzo 2017.

### Estra, due interventi per l'efficientamento energetico

**Estra** - Due progetti presentati dalla multiutility toscana Estra si aggiudicano i contributi della Regione Toscana rivolti alle imprese, per incentivare l'efficientamento energetico degli immobili. Per l'azienda si tratta di un investimento di oltre 500mila euro. I due progetti (che saranno realizzati da Estra Clima) riguardano la sede di Prato di via Ugo Panziera e quella di Arezzo, in via Iginio Cocchi. L'intervento a Prato prevede lo smantellamento delle pompe di calore e dei circolatori attualmente presenti sulla copertura dell'edificio: saranno installate due pompe di calore silenziate, ad alta efficienza e un nuovo sistema di telegestione per il monitoraggio, il controllo e la gestione dei parametri dell'impianto. Estra ha ottenuto un contributo regionale di oltre 111mila euro. Il lavoro si concluderà in 24 mesi e, precisa l'azienda, permetterà il risparmio di oltre 20 tonnellate equivalenti di petrolio all'anno e una riduzione di 51,4 tonnellate di anidride carbonica di emissioni. L'intervento nella sede di Arezzo prevede il rifacimento completo della centrale termica con un generatore a condensazione che produrrà l'energia termica per la climatizzazione invernale della sede. Sulla copertura della centrale sarà installato un impianto solare termico per la produzione di acqua calda sanitaria. Inoltre sarà messo in opera un nuovo sistema di telegestione per il monitoraggio, il controllo e la gestione dei parametri dell'impianto. Un lavoro che dovrà concludersi in due anni e che ha ottenuto un contributo regionale di 17.800 euro a fronte di un investimento di Estra di 89mila euro. Anche in questo caso, numerosi i benefici per l'ambiente con il risparmio di 17, 2 Tep all'anno e una riduzione di 41 tonnellate di anidride carbonica di emissioni.



Fonte: *oscana24.ilsole24ore.com*, il 3 Aprile 2017.