WIRE presenta LAVORATORE **INDIPENDENTE PER** SCELTA (ALTRUI)

scritto da Fulvio ReddKaa Romanin sive Ammaestramenti pe' l'educatione della giovinetta œmancypata come pe'l antiano che havvi intento di aperire partita IVA.



L'IVA FUNESTA LAVORATORE INDIPENDENTE PER SCELTA (ALTRUI)

sive Ammaestramenti pe' l'educatione della giovinetta œmancypata come pe'l antiano che havvi intento di aperire partita IVA.

SCRITTO DA FULVIO REDDKAA ROMANIN



PREFAZIONE

01 LA FAME AGUZZA L'INGEGNO

02 WELCOME TO THE JUNGLE

03 LO ZEN E L'ARTE DELLA MANUTENZIONE DEL LAVORATORE INDIPENDENTE

pag.60

04 LA VITA DOPO LA MORTE: COSA SUCCEDE DOPO LA PARTITA IVA

pag.72

Ringraziamenti

Appendice a: fonti Appendice b: prontuario Appendice c: esempi di contratto



UNA PREMESSA ESSENZIALE: NON SONO SCESO DAL SINAI CON LE TAVOLE DELLA LEGGE.

Quello che troverete qui di seguito non è La Verità, e io non ho Ragione.

Questo è solo il frutto delle mie esperienze **PERSONALI** acquisite in quasi quindici anni di lavoro, e di ciò che poche anime pie mi hanno insegnato con pazienza.

Forse a tratti, per alcuni, potrò sembrare un po' duro verso i clienti, ma sono solo un grande assertore del proverbio "*litigare prima per essere amici dopo*".

Fornire un buon lavoro significa anche saper dire sì e no rispettando e facendosi rispettare dalla persona di fronte a te e che vuole lavorare e crescere professionalmente insieme a te.

Persone con più esperienza di me potranno confutare le mie tesi; mi limito a spiegare quel poco che ho imparato a suon di musate, con un umile sorriso.

Prima che andiate oltre nella lettura: è evidente che mi sono permesso di parlare di ciò che conosco meglio, ovvero del tipo di mercato che può avere un creativo; quindi stiamo parlando di **TERZIARIO**. A volte troverete dei discorsi specifici sul web, ma potrete facilmente applicare le medesime regole di buonsenso un po' a tutto.

Novità: Ci sono delle parti di testo con il fondino grigio come questa. Sono quelle un po' più tecniche: magari approfonditele ad una seconda lettura, se volete. Per chi avesse già letto la prima edizione, le parti già presenti sono state rieditate ed integrate.

Nota bene: aliquote indicate e caratteristiche del regime dei minimi potrebbero essere soggette ad ulteriori variazioni essendo ancora oggetto di discussione nel momento in cui scrivo.

PREFAZIONE ALLA SECONDA EDIZIONE:

CAUGHT SOMEWHERE IN TIME

PRIMO APRILE 2014

sono nell'elegante salone di un notaio.

Di fronte a me ci sono il mio nuovo commercialista, il notaio, che è una bella signora raffinata, e Giulio. Io e Giulio stiamo aprendo una SAS. Non ho chiuso la partita IVA, ma sta iniziando la fase successiva della mia vita professionale e non. Sorrido, ma mi tremano le ginocchia. C'è vita dopo la morte? Non lo so. C'è vita dopo la partita iva? Apparentemente sì. Lo scoprirò insieme a voi.

Giulio ha diciannove anni: due anni prima mi ha contattato via Facebook per ragioni musicali e ho cominciato ad "insegnargli un mestiere" come sviluppatore web. Ora, a diciannove anni, a modo suo, inizia la sua carriera da "imprenditore". Credo tremino le ginocchia anche a lui, ma ha una buona faccia da poker, migliore della mia. A diciannove anni, dove io ho iniziato a trenta, senza nessuno ad indicarmi la strada.

FLASHBACK

esce l'Iva Funesta su Rolling Stone Italia.

Il mio manualetto scritto in una settimana di ferie nella campagna senese fa il giro dei social in ventiquattro ore, tutto da solo. Incredulo, mi trovo una serie di mail a base di "sei un grande, sto morendo dal ridere, grazie" nella posta elettronica, bordate di richieste di amicizia su Facebook e di nuovi follower su Twitter. Il Santo Mistero dei social: il solito muro di indifferenza e gattini che "bucato" diventa un vulcano di attenzione e consenso. Per due giorni. Cosa lo ha bucato? Il fatto che - evidentemente - era un argomento sentito e del quale nessuno fino ad allora aveva parlato: il "popolo delle partite iva".

FLASH FORWARD

Enzo mi scrive una mail dall'Afghanistan:

"ho letto il tuo libro, sto facendo sei mesi qui con le forze di pace perché ho avuto un'occasione, ma leggendo mi è venuta voglia di rimettermi in gioco". Una delle tante storie che mi raccontano, una delle tante voci che mi dicono "mi sento meno solo dopo avere letto le tue storie" "mi sono riconosciuto nelle tue parole". Incontro Enzo di persona al suo ritorno in Italia, è educatissimo e determinato, ora se la sta cavando bene.

SMETTIAMOLA DI PARLARE DI "CRISI", PER PIACERE

Sei anni di recessione non sono "una crisi", sono uno status quo che è cambiato: un matrimonio in crisi da sei anni è un matrimonio che non funziona, e le ragioni per le quali molte persone sono costrette loro malgrado ad aprire Partita Iva dovendosi improvvisare controvoglia indipendenti o a emigrare sono aumentate da quando ho scritto la prima versione del libro. E' inutile continuare a far finta che vada tutto bene, che se tapperemo il naso ancora un po' questo o quel governo ci riporterà in carreggiata e tutto tornerà come prima. Come prima non c'è più, e non solo in Italia. Questa non è più una crisi, è una spirale di recessione: sta a noi per primi rimboccarci le maniche, nel privato, e cambiare in meglio la nostra vita personale e professionale da soli, per quanto al di sopra delle nostre forze possa sembrare. Non è una questione di scelte, stavolta.

Da bravo bicchiermezzopienista voglio cercarne i lati positivi: in una situazione come quella attuale mantenere il cervello in movimento è un dovere ed una benedizione per adeguarci ad un mondo che fuori dai patri confini, spesso abituato ad una vita nella media ben più dura della nostra, ha continuato a correre, mentre noi, forse, inconsciamente pensavamo ad un posto fisso come i nostri padri.

E' brutto, eh: il lavoro non è la ragione di vita di tutti, e a volte può sembrare come fare breakdance in un campo minato. Ma la notizia reale è che non è più una scelta, quindi meglio ingegnarsi ed imparare in fretta.

Forza. Rimbocchiamoci le maniche.

PARTE 1: LA FAME AGUZZA L'INGEGNO



Ho iniziato a lavorare a trent'anni, al termine di un percorso universitario frustrante quanto interminabile e mi sono messo in proprio più per caso che per scelta consapevole: mettersi in proprio nel 2000, nel mercato dei siti internet, senza nessuna educazione formale se non l'essere uno smanettone a cui un vicino ha dato "due milioni di lire per fare il sito Internet del suo mobilificio" è un bel salto nel vuoto. Senza avere un'idea non dico di economia, profitti, business plan e marketing, ma anche solo di metodo di lavoro, mi butto: niente, avanti Savoia e cuore oltre l'ostacolo.

Molto di quanto so l'ho imparato da solo, a forza di sonore pedate nel sedere, con pochissimi maestri che mi hanno spiegato cose che oramai mi sembrano ora ovvie, ma probabilmente non lo sono affatto.

Vorrei evitare un po' di quelle pedate a voi, dove possibile.

02. "PARTITA IVA? I0??"

Insomma: il mercato del lavoro fa schifo.

Mi correggo: non esiste un mercato del lavoro, esistono le **MACERIE** di un mercato del lavoro. Da un lato, per le aziende, assumere un dipendente è infilarsi nella gola la canna di un Kalashnikov carico. Dall'altro, non a tutti va a genio inventarsi imprenditori: qualcuno pensa, a ragione, che la vita sia più che guadagnare soldi e fare nottate, e non ha voglia di farsi venire mal di pancia a rincorrere i clienti e le fatture. C'è un mondo bellissimo, là fuori, dicono.

E' terribile dover aprire partita IVA per scelta altrui: doverla aprire perché l'azienda XYZ non ti dà lavoro se non con quello che è - di fatto - un contratto di lavoro mascherato, penalmente pericoloso per entrambi. Certe volte non è più una scelta, per indole e desiderio, ma semplicemente una necessità se non l'unico strumento possibile.

Cercare un lavoro stabile in questi tempi di crisi è difficile; per chi se la senta, per chi riesca a viverne il lato stimolante e - perché no - creativo, è meglio CREARSI un lavoro.

Lavorare da dipendente o da indipendente è una cosa che ti cambia la vita, almeno quanto fare un figlio: certe persone sono nate e non vedono l'ora di essere *faber fortunae suae*, mentre altre hanno gli svenioli al sol pensiero.

DOMANDA: E' UNA COSA CHE POSSO IMPARARE? TIPO SE MI TROVO SENZA LAVORO A QUARANT'ANNI?

> RISPOSTA: SI, MA TI COSTERÀ MOLTA, MOLTA, MOLTA, MOLTA FATICA, E METODO.

E un minimo di due anni di lavoro per guadagnarci qualche euro. Mettitela via: se non hai un colpo di genio, o di fortuna, dovrai necessariamente cambiare mentalità. Tranquillo, ce l'ha fatta gente più tonta di me e di te.

Volendo fare un paragone nemmeno troppo blasfemo, è un po' la differenza che c'è tra fare le superiori e l'università: alle superiori sei incanalato, fai (più o meno) ciò che ti dicono, più o meno te la scavi e passi all'anno successivo; in genere il risultato è abbastanza garantito, e dopotutto spesso un po' mediocre. All'università o ti sbatti o ti sbatti. Puoi trovare dei compagni di cordata che ti incitino, ma il risultato dipende solo e solamente da te, e a meno che papino non si chiami Silvio Berlusconi il risultato è, parafrasando un proverbio friulano, "o bere o annegare".

Se l'università, a mio avviso, ha un senso, è quello di insegnare a svegliarti da solo: io ho una laurea in Scienze Naturali (*sic*) la cui maggiore incombenza, al momento, è coprire bene la vernice scrostata sulla parete quanto il poster dei Flaming Lips che gli sta accanto. Ma non voglio svilirla: l'università, che mi piaceva talmente tanto che ci sono andato (*che non è come dire "ho fatto"*, *nb*) per dieci anni, mi ha insegnato a darmi una mossa e a tenere la testa spalancata, e, in quello è stata sicuramente preziosissima. Parlando di lavoro, ho la mia esperienza in materia, e temo che il mio punto di vista trasparirà in maniera molto netta da queste pagine. Ma nessuno vi ha detto che dovete fare questa o quella scelta; **chiunque vi dica "questo è il bene e questo è il male" vi sta dicendo solo il proprio punto di vista.**

In un pianeta complesso come il nostro, dove ognuno fa un po' il cazzo che gli pare, non esiste una regola: **esistono solo il buonsenso e lo stare bene**. É una questione di scelte.

03. METTERSI IN PROPRIO PER PISQUANI

[atto secondo: la scena si sposta nella primavera del 1999: il mio vicino di casa suona il campanello: è un quarantenne sportivo con un mobilificio piuttosto avviato. Gentilissimo, sorride, mi dà la mano, e dopo qualche convenevole parte con l'incipit che ogni nerd teme]

"TU CHE NE SAI DI COMPUTER".

[Deglutisco, temendo che mi chieda di installargli Norton Antivirus.] "Sapresti farmi un sito internet?"
[Espiro profondamente, distendo le labbra in un sorriso]

Si, lo saprei fare, gli dico. Ho fatto il sito per il mio gruppo crossover, gli Slavestar, e ne ho fatti altri minori. "Siti internet": pagine statiche con sfondi sgargianti, contenuti a caso, e gif animate. E' il 1999, dài.

In un mese, armandomi di un calibrato mix di buona volontà, tenacia ed incoscienza gli faccio un sito dove i concetti di tempo, spazio, gusto ed impaginazione vengono sospesi. Usando programmi rudimentali (NO, non Frontpage) con la stessa ferocia primitiva della scimmia di 2001 odissea nello spazio costruisco un florilegio di lens flare, effetti dozzinali di Photoshop e testi illeggibili. Robe da mandarmi a casa dei picchiatori in passamontagna. Ma tant'è: al mio cliente piace eccome.



E qui subito imparo: a volte i nostri clienti hanno meno gusto di noi, per quanto poco possiamo averne, e la loro felicità non è necessariamente legata a quanti supponenti libri di designer abbiamo sfogliato per darci delle arie. Del resto, se pagano noi, è perché pensano che ne abbiamo letti al posto loro.

Un milione ed ottocentomila lire, questa la cifra concordata, e lui è talmente felice che si presenta a casa dei miei (*dove ancora vivevo, nb*) con due milioni. Incredibile ma vero: ho guadagnato denaro da una cosa che facevo per ingannare il tempo tra una partita di Civilization e l'altra. Wow.

Pochi mesi dopo inciamperò mio malgrado sulla laurea, e, di fronte alla possibilità di murarmi a vita in qualche scantinato a fare il tecnico di laboratorio, decido: ci provo. Internet è un business in rapida crescita, in quei giorni, e per quanto ignorante abbestia di grafica e comunicazione ho già dieci anni di esperienza pratica non professionale di infor-

matica: quantomeno, a differenza di altri, almeno so di cosa si parla. Nel mese di luglio mi laureo, e a ottobre apro partita IVA.

ERRORE ROSSO: LA PARTITA IVA SI APRE A GENNAIO O NEI PRIMI MESI DELL'ANNO, NON OLTRE APRILE.

Spiegazione super semplicistica: le partite IVA sono soggette ad una serie di controlli, uno dei quali si chiama **STUDI DI SETTORE**. Gli studi di settore asseriscono che se tu fai un mestiere, mettiamo il muratore, ed hai un braccio ed una cazzuola devi guadagnare MINIMO diciottomila euro all'anno. Se dichiari di meno, stai MENTENDO e quindi vieni CO-MUNQUE tassato per quella cifra.

Per il primo anno si è "esentati" dagli studi di settore. Ma la partita IVA è sempre e comunque ad **ANNO SOLARE.** Ripetete con me: ANNO SOLARE. Se, come me, aprirete partita IVA ad ottobre, vi "brucerete" l'esenzione in quei due mesi, e se, come a me è accaduto, sciaguratamente l'anno solare successivo, che per voi di fatto è ancora il primo, NON raggiungerete la congruità agli studi di settore, COMUNQUE dovrete pagarne le tasse, anche se non avete guadagnato quei soldi. Bello, no? Se invece siete a regime dei minimi - vedremo dopo cosa sia - non avrete parte a questa regola. Ma per tutta una serie di ragioni pratiche che incontreremo più avanti, se possibile, apritela entro il secondo trimestre dell'anno.

E la ritenuta d'acconto?

La prestazione occasionale con ritenuta d'acconto, dite? Con la ritenuta d'acconto c'è poco da fare gli splendidi. Fino a cinquemila euro all'anno tutto ok, ma sopra tale modesta soglia tornano i balzelli previdenziali ed è difficile sostenere che è (appunto) "occasionale". Del resto, se riuscite a vivere con 5000 euro in un anno, probabilmente non avete nemmeno bisogno di un lavoro, e traete sostentamento dall'umidità del terreno come i muschi ed i licheni. Perché preoccuparsi, in tal caso?

"Guardate gli uccelli del cielo: non seminano, né mietono, né ammassano nei granai; eppure il Padre vostro celeste li nutre. Non contate voi forse più di loro?" (Matteo, 6, 26)

03. LA PARTITA IVA: ONERI E ONORI.

Sia chiaro: io non ho **ASSOLUTAMENTE** le competenze tecniche nè sta a me consigliarvi se aprire una ditta individuale, una posizione professionale, artigianale o una società, né mi sento di suggerirvi quale tipo di attività dichiarare in Camera di Commercio. Dipende da voi, dalla natura di quello che vorrete fare, uno per uno: è una cosa molto personale e varia di caso in caso.

La regola è: **CHIEDETE SEMPRE AD UN COMMERCIALISTA COMPETENTE.**No, quello con l'osso al naso e la testa miniaturizzata in cima alla lancia non va bene. Ce ne vuole uno SERIO.

Ecco quanto costa una Partita IVA

APERTURA DELLA PARTITA IVA

non ha spese per l'apertura. Gratis. Tipo le robe di magia. Poi però ci sono:

CONTRIBUTI PREVIDENZIALI

L'inps non ve lo pagherà nessuno, e dovrete sborsare - PER LA PENSIONE MINIMA - un minimo di 3500 euro all'anno, che dovrete trovare in qualche modo, anche grattando giù la muffa dalle pareti. Se poi il reddito sale sopra i 15516,00 (per la precisione) il 22/23% circa sull'eccedenza: quindi, se sopra tale cifra guadagnerete 1000 euro, ne dovrete dare 220/230 in contributi.



COSA FURBA: fate una pensione integrativa. Da subito. Chiedete al vostro banchiere, e pagate un qualcosa di più all'anno. Forse non vedrete né l'una, né l'altra, ma vale di sicuro la pena di provare. Nel peggiore dei casi, avrete messo via un "tesoretto" che, se non vi farà cambiare casa, vi permetterà di prendere un'auto nuova o così via. Apritela, e dimenticatevene: c'è anche la versione deducibile dalle tasse.

COMMERCIALISTA

Il commercialista costa, e se un commercialista che vi faccia solo la dichiarazione dei redditi vi può costare trecento euro, a vostro rischio e pericolo, uno che vi offra un servizio professionale può tranquillamente costare tra i mille ed duemila euro all'anno. Anche questi, li dovrete tirar fuori di tasca vostra, ed il costo dipenderà da quanto lo farete lavorare: una partita IVA a regime dei minimi sicuramente sarà molto meno costosa,

in termini di commercialista, di una SPA con tanto di libri contabili. Un commercialista sveglio può farvi risparmiare bei soldi su quanto fatturerete, e alcuni - informatevi - possono assistervi nella redazione di un business plan, cosa da non trascurare se non volete gettarvi nel vuoto senza paracadute. Se la parola "business plan" vi spaventa, potete sempre usare l'espressione "fare i conti bene". A volte usare meno inglesismi aiuta.

TASSE

Di norma, se non siete a regime dei minimi, circa il 35% almeno di quanto chiedete in fattura al netto dei costi legati alla vostra opera: rassegnatevi; nonostante i nostri intrepidi ministri, vestiti da gatto e volpe, cerchino di rassicurarvi, tout compte fait se chiedete mille euro, trecentocinquanta se li prenderà il fisco. MINIMO.

Tenete SEMPRE conto di questa cosa quando fate un preventivo. Mentre scrivo, questi sono gli scaglioni di tassazione. Domani, chissà. Approfondite questa parte quando avrete già letto una volta questo libro, comunque: rischia di fuorviarvi alla prima lettura.

I scaglione - Reddito tra 0 e 15.000 euro

L'aliquota 2014 IRPEF è del 23%, che corrisponde – nel caso di massimo reddito per questa fascia – a 3.450 euro di tasse. Nella prima fascia sono compresi tutti i lavoratori che percepiscano un reddito non superiore a 1.250 euro.

II scaglione - Reddito tra 15.001 e 28.000 euro

L'aliquota è del 27%, con una tassazione massima di 6.960 euro. Per quelli con reddito mensile non superiore a 2.335 euro. Dal secondo scaglione in poi (quindi in caso di reddito maggiore rispetto a quello con aliquota base), si applica l'aliquota successiva solo per la parte eccedente di reddito. Il che significa che fino al 27% pagate questo. Su tutto quello che guadagnerete di più, pagherete l'aliquota successiva. Serve un esempio? facile. Se voi guadagnate 29000 euro, pagherete il 27% di tasse su 28000 euro ed il 38% sui 1000 euro restanti.

III scaglione - Reddito tra 28.001 e 55.000 euro

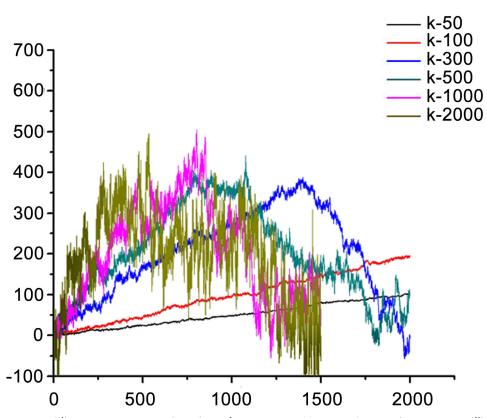
L'aliquota IRPEF è fissata al 38% sulla soglia eccedente la seconda. La quota IRPEF sarà pari a 17.220 euro nel caso del reddito più alto. Un reddito che comincia a diventare convincente.

IV scaglione - Reddito tra 55.001 e 75.000 euro

Lo scaglione è del 41% e di conseguenza l'onere fiscale più alto è di 25.420 euro. Siamo amici, vero? Vero?

V scaglione - Reddito sopra i 75.000 euro

L'aliquota IRPEF è pari al 43%. Per quelli che guadagnano sopra i 6250 euro mensili. Oh, scrivete voi un manuale, lo leggerò, promesso.



(diagramma astruso inserito solo per scena. No, non c'entra niente, tranquilli.)

C'è anche il cosiddetto regime dei "**minimi**". Per gli iscritti fino al 2014 quasi un paradiso biblico: né controlli, né studi di settore, niente Irap, tasse al 5% annuo e possibilità fino a 35 anni di fatturare fino a 30000 euro all'anno. Ma con il Jobs Act 2015, attualmente in fase di discussione mentre scrivo, l'aliquota di tassazione dovrebbe passare al 15% ed il limite di reddito oscillante dai 15000 ai 40000 a seconda del codice ATECO della professione: margini davvero angusti in cui vivere.

Inoltre ci sono delle preclusioni: ad esempio se vorrete fare i fotografi e prima risulta che avete già prestato opera professionalmente nel campo della fotografia, ciccia. Nota bene: questo regime e le quote di cui sopra sono attualmente in discussione in Parlamento. Potrebbero avere subito variazioni anche consistenti quando leggerete questo.

IVA

Eccola qua. L'iva, o **Imposta sul Valore Aggiunto**, è una tassa che va addizionata a quanto chiedete. Il 22% nel momento in cui scrivo.

Se il cliente a cui vi rivolgete può detrarre l'iva, semplicemente diventerà "invisibile" per lui; anzi: se può scalarla, fare acquisti con iva da detrarre è sempre un ottimo principio per evitare di dissanguarsi.

Non vi fate problemi tipo pensare "oh, no, ma devo chiedere ALTRI soldi ad un cliente? Andrò fuori mercato", perché per lui NON sarà un problema.

Siate sempre LIMPIDI con il cliente, quando farete i preventivi. Indicate sempre CHIARAMENTE se i prezzi sono con iva COMPRESA o ES-CLUSA: litigare per un 22% di differenza non è poca cosa per entrambi. Rischiate una figura da principianti per niente. Sull'Iva torneremo più tardi con maggiore dettaglio.

Nota importante: Il CODICE ATECO.

Dietro questa parola criptica si nasconde la vostra qualifica professionale. Quando aprirete la Partita IVA, il commercialista vi chiederà di associare ad essa uno o PIU' codici ATECO, codici che definiscono, a norma di legge e per il fisco, che lavoro farete. E' una buona idea studiarseli accuratamente prima: ad esempio può darsi che voi vogliate o abbiate bisogno di fare solo una professionalità estremamente specifica, ed in tal caso ne va benissimo uno solo. Ma in molti casi non è una brutta idea usare più codici ATECO, possibilmente contigui: è possibile che se fate siti internet vogliate anche aggiungere a questo una mansione di impollinatore di kiwi professionista, ma è più facile per esempio che possiate aggiungere una mansione di grafico, una di content manager, una di riparatore hardware, per dire. Attenzione a non strafare, né a calpestare la linea sottile ma pericolosa che c'è tra libero professionista ed artigiano: se siete artigiani ed emettete una fattura con su scritto "consulenza", è plausibile che da Mordor partano dei signori grigi con valigetta per venire a trovarvi. E non sarà piacevole.

04. MAMMA SONO UN OMETTO: LA LISTA

Ci sono molte cose delle quali potrete fare a meno all'inizio: le piante di ficus simbolo del potere possono aspettare ancora un po'. Ecco alcune prime cose che vi serviranno ancora prima di partire.



- **Una sede.** All'atto dell'apertura della partita iva avrete bisogno di indicare un vostro proprio luogo di lavoro, con tutte le implicazioni che esso comporta: la vostra ditta XY deve avere una sede reale. Casa vostra, in prima battuta, può andare benissimo, se non avete altro. Banalmente, se userete software piratato, la polizia postale saprà dove siete e come migliorarvi i lineamenti. *Consiglio: c'è un mondo di software open source validissimo là fuori, staccatevi dalla gonnella dei soliti programmi-mammut.*



- **Un conto in banca.** No, Postepay non basta, mi spiace: ANCHE un conto in banca. Nel 2015 da dove scrivo tutte le transazioni economiche devono avvenire **per legge** attraverso home banking se non tramite POS. Il POS addirittura sarebbe obbligatorio, ma non ci sono sanzioni se non lo adotti. Meh.

Scegliete una banca che vi è comoda, preferibilmente piccola e solida. Trattate per avere un **fido**, cioè una cifra che possiate "sforare" in rosso senza pagare interessi folli: finire in rosso non è la fine del mondo; se siete liberi professionisti, mettete da parte quello che vi ha insegnato la mamma e fateci l'abitudine; anche se sarete in rosso, sarete vivi lo stesso. Lavorare per pagare i debiti è invece fastidiosissimo, e una sola bolletta imprevista di 1000 euro (vado a naso: l'assicurazione dell'auto?) può mettervi con il sedere per terra per un mese o due e crearvi molti maldipancia. Cosa che forse non sapete: a seconda di quanto sarete puntuali nei pagamenti, in rosso o in nero, o altro ancora, la banca vi attribuirà un rating come quello che le agenzie internazionali abbassano ogni anno all'Italia. Con un buon rating (e pagando qualche interessuccio) la banca potrebbe anche anticiparvi le fatture: voi emettete fattura a Ciccio Padella, e prima che Ciccio Padella vi faccia il bonifico, portate la fattura in banca. La banca, previ gli interessucci di cui sopra, può pagarvi cash o quasi la fattura, fatto salvo che se Ciccio Padella poi non paga per tempo il mal di pancia sarà anche vostro.



- **Un computer.** Siamo nel 2015: un computer lo usi anche se fai il pelapatate, stacce zì; Mac o Pc o semplice iPad è una vostra scelta. Lo smartphone non basterà: se vi cade nel water perderete tutto il lavoro,

e i computer desktop hanno una tendenza a suicidarsi nei water statisticamente meno marcata.



- Un programma di fatturazione: in linea teorica, purché il modello di fattura che userete abbia scritto sopra tutto il necessario, potete anche emettere fattura su carta oleata da macellaio; sta a voi. All'atto pratico, invece, ci sono un sacco di programmi economici che vi permettono non solo di non doverla scrivere in word ogni volta, ma di farla più bella, e soprattutto di essere ordinati e precisi ed avere un quadro d'insieme dei vostri affari. La vostra felicità non dipende direttamente dai soldi, ma dipende direttamente dalla miseria. E se non terrete i conti in ordine, fate a meno di lavorare come indipendenti.



- **Un foglio excel**, anche su Google Drive, o con LibreOffice gratuitamente, dove tenere i conti, su base mensile: entrate ed uscite, ed un prospetto di quello che farete.



- **Un cassetto** nel comò dove tenere tutte le fatture cartacee in ingresso ed in uscita, divise per trimestre, in modo da non dover rincorrere quel pezzo di carta da 2000 euro detraibili che non trovo devo darlo al commercialista tra un'ora dove cazzo l'ho messo oddio aiuto.



- **Un cassetto su cloud:** nel 2015, non è una cattiva idea usare Dropbox, o Google Drive, o iCloud, che sono più o meno gratis, e lì sopra tenere fatture, preventivi, ecc. in buon ordine OLTRE a tenerli sul vostro computer. Siete in Somalia Citeriore, nel mezzo del deserto e avete bisogno di quel determinato preventivo o della vostra visura camerale? TRAAAC, potete inviarla tramite il vostro smartphone alla tribù di guerrieri che vi tiene prigioniera e che, come è noto, si impietosisce di fronte alle visure camerali italiane. (come biasimarli...)



- la posta certificata o PEC per i professionisti è obbligatoria: serve a garantire, a voi e ai vostri clienti (oltre che allo Stato) che la mail che invierete o che vi verrà inviata è andata a buon fine, e ha valore LEGALE. In certi particolari casi sarà la vostra fonte di garanzie: costa pochi euro all'anno, e nella versione migliore - visto che la userete principalmente per la burocrazia - vi notifica anche via sms arrivi e ricezione.



- **Un biglietto da visita.** Pensate sia old fashioned? Tutt'altro: in tutto il resto del mondo il biglietto da visita è praticamente obbligatorio; in Giappone, durante le riunioni, si mette il proprio biglietto davanti a sé in modo che l'interlocutore non abbia modo di fare fatica a ricordare chi siete. Si, certo, la mail, il contatto via cellulare, tutto bello, ma ci vuole

ANCHE il biglietto da visita. Compratevi inoltre - sarà prezioso - uno di quei libretti per conservare i biglietti da visita degli altri, che sparsi sulla vostra scrivania fanno stile sicuramente ma quando diventeranno una pila trarne qualche informazione sarà un esercizio di memoria sempre più difficile ("cielo, chi cacchio è questo?").

Note sui biglietti da visita:

- **siate audaci**. Se lo fate alle macchinette in stazione, vi presenterete come un tipo da cinquanta euro. Metteteci stile, come in tutto quello che farete: è lo stile che vi renderà qualcuno.
- Non metteteci il numero di telefono, il codice fiscale, la partita iva, la foto del vostro micino: metteteci nome e cognome, qualifica, email, sito. Punto.
- sotto il nome ed il cognome potreste scrivere "quella persona splendida / il professionista del pulito / il capo tornitore albino che ho conosciuto a ______ " lasciando uno spazio dove la persona a cui darete il biglietto possa segnare dove vi ha conosciuto. Se la persona in questione come si spera gira il mondo ed ha affari di un certo livello, avrà un libriccino o un cassetto dove tiene tutti i biglietti da visita. Come dovreste anche voi, appunto. E deve avere un qualche modo per potersi ricordare o annotare chi siete (idea rubata a Matteo Monari).
- ripeto: non metteteci il numero di telefono. No, lo so che avete bisogno di soldi subito, ma non fatelo. Se avete conosciuto una persona due ore fa, non potete sapere, anche se vi ha fatto una buona impressione, se sia uno stalker professionale che vi telefonerà ogni trentacinque minuti per sapere come andare a capo su Wordpress. In più potrete fare sempre la scenetta in cui prenderete una penna e, facendo l'occhiolino all'interlocutore, gli scriverete il telefono sulla linea di cui sopra dicendo "non darlo a tutti, eh, lo do SOLO A TE CHE MI SEI SIMPATICO". Lato positivo, sarete accattivanti e creerete confidenza nell'interlocutore, specie se è lui ad avere bisogno (molto, molto bisogno) di voi. Lato negativo, fatelo quando serve: se siete ad un colloquio di lavoro con la Mega Agenzia ed il Mega Direttore Naturale A Divinis Arcangelo Celeste farete la figura dei

pisquani. E sarà lui a farvi strizzare l'occhio - fisicamente, intendo - dai suoi scagnozzi mentre vi getteranno fuori dalla finestra dell'attico del suo grattacielo.

Questo discorso vale comunque per l'immagine in generale: il logo fatto "da un cugino che ne sa" non costa nulla, e molto probabilmente non serve a nulla se non a fare brutta figura. Un logo costa: ma se non volete lavorare per sempre per gente da 100 euro una botta e via dovete cominciare a pensare in maniera strutturata: logo, carta intestata, sito, timbro aziendale (per evitare di mettere la firma ogni singola volta, tanto anche questo costa poco, nda), fatture vanno fatte tutte in coordinato. Ed è meno difficile di quanto pensiate.

Un sito internet serve?

[/me sorride] Beh, io sono parziale, capite: è il mio mestiere. Anche lì la questione è: dipende. Se siete un grafico freelancer che deve mostrare il proprio portfolio, sì. Se avete un'attività commerciale, probabilmente sì. Se volete fare il commerciale per più aziende, probabilmente no. Vi sarà molto utile anche avere una pagina Linkedin ben curata, chiara, e possibilmente in italiano ed inglese, oltre che al classico curriculum vitae in formato europeo, visto che oramai entrambi sono più o meno degli standard professionali riconosciuti.

Regola: in linea di massima è meglio nessun sito di un sito da cinquanta euro. Lo so che *tuocuggino sausareggiumla*, ma anche no, serio.



Mi raccomando: fatevi correggere l'inglese da qualcuno di veramente bravo, se non madrelingua. Non c'è niente di più antiprofessionale ed ammosciante per uno straniero di una pagina in inglese maccheronico ("the my work is no limits for me, i wonts to have guadagning lots of money like the famos at the isòl medesìm").

E Facebook? Dò l'amicizia su Facebook a un cliente?

Risposta facile: no. Se la sera prima siete stati alla riunione dei Kamikaze del Mojito e vi siete vantati su Facebook, capirà perché siete in ritardo con le consegne e non ne sarà felice. Risposta meno facile ma più accurata: se opererete nel Social Media Marketing o nel Digital Prendingiring e dovrete fare o gestire pagine fan per i vostri clienti, potreste in qualche modo essere costretti ad esserlo. In tal caso fate delle pratiche LISTE, tenendo fuori i clienti, e destinate le prodezze alcooliche solo agli amici veri.

05. HOME IS WHERE THE UFFICIO IS

A proposito: questione sede.

Dopo uno o due anni, quando doveste esservi stabilizzati economicamente un pochino VI SERVIRA' UN UFFICIO.

Mettetevela via: LAVORARE DA CASA NON VA BENE. Sembra una grande idea all'inizio, e ti permetterà di mettere via qualche soldo, ma:

Pro del lavorare a casa:



- risparmi due, trecento, cinquecento euro al mese. Sedicimila euro al mese se vivi a Milano.
- ti svegli e vai a dormire quando vuoi, non devi trovare parcheggio, la tua mensa è il frigo, ecc.
- non serve lavarsi, radersi e/o depilarsi per mesi (questo non lo annovero necessariamente tra i pro, ma tant'è, nda).

Contro del lavorare a casa:



- non staccherai mai. **MAI**. Perché ti sveglierai alle 4 del mattino sapendo che potresti fare ancora altro, e ti trascinerai al computer a lavorare; passerai le sere a lavorare invece che con il fidanzato o a fare cose piacevoli o semplicemente a ricaricarti. Diventerai tu stessa il tuo aguzzino più crudele.
- non potrai ricevere i clienti, anche se dovessi avere uno studio con ingresso separato che terrai maniacalmente pulito.
 Al decimo "ci vediamo davanti alla Piramide Cestia alle due del mattino" il cliente comincerà a storcere il naso e a farsi domande sulla tua consistenza professionale per lavori più impegnativi.
- se dovrai lavorare, anche per breve tempo, in team con altre persone, dovrai farle sedere sul tavolino Fjørgesbørg Ikea da quattro euro, sperando che non crolli, si, quello, no, quello lì, dove il gatto rosso ha appena fatto la pipì, non ti fa schifo, vero? Dai, non fare la difficile.
- non avrai un numero di telefono dell'ufficio, quindi dovrai lasciare il cellulare e sarai perennemente reperibile.
- il frigo è lì: nei momenti di tensione sarà facile mettere su chiletti.

Invece, quando avrai finito di lavorare e dall'ufficio tornerai a casa tua, **AVRAI FINITO DI LAVORARE**, e ci sarà anche quell'effetto secondario del tuo lavoro che si chiama **VITA PRIVATA**. Un effetto secondario che va PROTETTO GELOSAMENTE: inutile fare tanti soldi (eccerto) se poi non hai modo di goderteli.



Soluzione intermedia: ci sono tanti spazi in **co-working**; sono anche un'ottimo pretesto per conoscere gente brillante ed ampliare il tuo giro di affari e conoscenze. Ce ne sono quasi certamente anche nella città grande più vicino a casa tua e - sebbene garantiscano meno privacy e tu non possa metterci il poster dei Good Old Boys fatto da Luca Barcellona - ti costeranno molto, molto meno di un ufficio privato. Informati.

Un posto che vorrei vi abituaste a frequentare senza paura, tra i tanti, è la **Camera di Commercio**; se il fisco in italia non ha esattamente l'aria comprensiva e la burocrazia può essere un mattone sulle gonadi, affisse in quelle bacheche polverose possono esserci anche opportunità interessanti, incentivi regionali (se siete, come me, in una regione a statuto speciale, vale sempre la pena indagare) bandi europei e corsi gratuiti. Date un occhio.

06. LA FATTURA. L'IVA. HO PAURA. AIUTO. NON MI SENTO PRONTO. DIMMI COSE™

Frena, Romanin: cosa vuol dire "Iva?".

L'amico Wikipedia, che ama la chiarezza e la semplicità, lo dice bene: "L'imposta sul valore aggiunto, o IVA, è un'imposta applicata sul valore aggiunto di ogni fase della produzione, scambio di beni e servizi. È in vigore in 63 paesi". Tipo le robe internazionali, quindi. Se stavate per mettervi a gridare "LA KASTA!!!1!!undici!!" potete subito darvi una calmata. L'iva è già presente in quasi in tutti i beni commerciati e commerciabili: se comprate un uovo al mercato, è già **COMPRENSIVO DI IVA.**

Una fattura è un pezzo di carta, più o meno sbrilluccicoso, più o meno pettinato, che sancisce una transazione economica avvenuta da un fornitore ad un cliente.

Se, tra professionisti, avviene una transazione di denaro, a norma di

legge deve essere preceduta da una fattura che certifichi tale transizione. Non si può emettere la fattura ad avvenuto bonifico, come certe anime buone propongono, per evitare di sobbarcarsi tasse o brutte sorprese: la finanza non apprezzerebbe, e il cliente potrebbe cavarsela con un semplice "eh ma non mi hai emesso fattura!!!" che lo porrebbe, agli occhi della legge, dalla parte della ragione.

Sempre nel 2015 da cui scrivo, la fattura ha queste caratteristiche obbligatorie:



- un numero di serie progressivo, basato sull'anno solare.

La 03/2015, per dire. La numerazione progressiva delle fatture è obbligatorissimissima: se saltaste un numero, la finanza non apprezzerebbe nemmeno in questo caso, e vi chiederebbe che fine abbia fatto la 03/2015, per dire. Spiegaglielo, che sei creativo, alla finanza: sai le risate. Ogni anno si ricomincia: l'anno prossimo, la vostra prima fattura sarà la 01/2016. Chiaro?



- una data. La 01/15 dovrà avere data precedente alla 02/15. Sembra scontato ma non lo è: se un cliente vi chiederà, per esempio, per ragioni contabili sue, di emettergli fattura nel precedente trimestre e voi avete già emesso fatture in seguito, niente da fare. Si, potreste fare una 02/bis per esempio, ma significa complicarvi la vita e dover - eventualmente - dare spiegazioni a terzi.



- una intestazione con i dati fiscali del fornitore (si, i vostri, nda): nome, indirizzo, codice fiscale, partita IVA.



- una intestazione con i dati fiscali del cliente: gli stessi appena citati, ma suoi, stavolta. Fateveli dare con LARGO anticipo.



(almeno) una riga con quattro colonne:

- 1) il numero delle cose vendute ("sei aratri", "un sito", "ottantatre barbagianni impagliati")
- 2) il nome delle cose vendute ("dentiera dello zio Anacleto"),
- 3) l'iva a cui è soggetto ogni singolo elemento venduto,
- 4) il prezzo senza iva.

Tanti diversi tipi di oggetto, tante righe, tanta felicità. Evviva l'amore.



- il totale dell'iva di tutti i pezzi, ed il totale di tutto.



- i vostri dati bancari (iban, filiale della banca, indirizzo. Nota bene: l'iban "sa già tutto di voi", per così dire. Mettete l'iban, con o senza spazi, tanto è uguale, ed *everything's gonna be alright*).



- la data di scadenza del pagamento concordata con il cliente in fase di preventivo. Può essere subito ("a rimessa diretta", "a rimessa diretta senza minacce con armi da fuoco e/o da taglio"), tra quindici, trenta, sessanta giorni, e via dicendo. Più grande il cliente, più il pagamento sarà di norma lontano come l'uscita del prossimo disco di Dr.Dre.



Nota bene, per quando parlerete con i clienti: "trenta giorni a fine mese" vuol dire che se fatturate il lavoro il 16 di giugno, avrete il bonifico al primo fine mese del mese successivo: come a dire, il 30 luglio.

La fattura viene consegnata al cliente all'atto della conclusione di una delle fasi del lavoro, tramite carta (che potrebbe avere bisogno di una marca da bollo da 2 euro, chiedete al commercialista se è il vostro caso) o posta elettronica. LA POSTA ELETTRONICA HA VALORE LEGALE, specialmente la PEC: dire "il cane mi ha mangiato internet" non solleverà il vostro cliente da responsabilità, e potrete darlo in pasto ai piranha, o a creature più feroci e spietate ancora come gli avvocati.

O7. CHE FACCIO QUANDO UN CLIENTE NON PAGA UNA FATTURA?

prima ipotesi: un cliente non paga una fattura di acconto, a lavoro non iniziato. Gli si fa una nota di credito per la medesima cifra (*che consegnerete anche e soprattutto al vostro commercialista,nb*), un calcio in culo e adios, gringo. Inutile perdere tempo.

seconda ipotesi: un cliente non paga una fattura nei tempi previsti - detta "the Italian way". Se il cliente non vi paga nei trenta giorni che per esempio avevate concordato, potete TRANQUILLAMENTE sollecitarlo, senza pudori: se uscite dal bar senza pagare, il barista vi mena. Rom-

petegli le scatole a intervalli sempre più vicini (una volta a settimana, una volta ogni due giorni, una volta al giorno, una volta ogni tre ore con l'uso di un saldatore o di un orso impazzito).

terza ipotesi: se il cliente non vi paga dopo tot mesi, potete ponderare se rivolgervi ad un recupero crediti: sono società che, in maniera ferma ma legale assai (*POSA QUEL TRINCIAPOLLI HO DETTO*) recuperano il vostro denaro in cambio di una percentuale. Mandare il recupero crediti ad ogni piè sospinto non vi farà una buona pubblicità: tenetelo per i casi di reale emergenza. Nota bene che se vi devono cento euro la società di recupero crediti nemmeno terrà in conto la vostra richiesta.

quarta ipotesi: gli avvocati. I miei più sinceri auguri, regà: esistono avvocati bravissimi, là fuori, spesso a disposizione di chi li paga di più. Come dice il poeta: **SOSSOLDI**. E spesso tempi infiniti.

Due consigli strategici:



- se vi state rivolgendo ad un cristiano qualunque, che è partito con il piede sospinto e poi si è trovato per ragioni proprie in braghe di tela, ricordatevi che certamente potrebbe essere un malwagio, ma potrebbe essere anche solo una persona in temporaneo imbarazzo economico: magari - di questi tempi - facile che stia aspettando anche lui pagamenti in ritardo. Se vedete che arranca, proponetegli un **piano di rientro**, magari dilazionando i pagamenti. Certo, ovvio, voi volevate tutto subito, ma meglio così che una delle ipotesi summenzionate.



- se vi state rivolgendo ad una azienda che non sia microscopica ma abbia, per dire, un ufficio acquisti, un dipartimento marketing e così via, per così dire, ricordatevi che queste aziende spesso lavorano a **"riunioni di budget"**: per ogni mese viene definito un budget, e le spese vengono allocate a seconda delle urgenze. Il che non li legittima a palleggiarvi i pagamenti per sempre, ovvio: ma sapere che c'è un meccanismo reale e fattivo dietro vi aiuterà a risparmiare in Maalox. E ricordate che spesso la persona alla quale telefonate otto volte al giorno per farvi pagare la fattura non solo non è che un dipendente con il quale è inutile urlare visto che non decide

nulla ma ne ha altri cento come voi, verosimilmente, e magari si

vergogna pure. Quindi siate fermi, siate costanti, ma non dimenticate quell'educazione che vorreste usata anche con voi.

Poi, per straordinario che possa sembrare, c'è anche quel giorno in cui ricaricate la pagina dell'home banking e c'è una riga in nero: **I SOLDI SONO ARRIVATI!!!1!!**

08. L'HOME BANKING È MALVAGIO

Siiiiiiiiii, il tanto sospirato bonifico è apparso sul conto! A premio del duro lavoro di mesi, la CO.GE.FAR.TRA.CAZ. Piastrellificio & Figli vi ha messo mille e duecentoventi euro santi e benedetti sul conto; la vita finalmente sorride, potete finalmente pagarvi quel gelato al melone che avete sempre desiderato (*una pallina, eh*). Del resto i bancomat sono ottimizzati per darvi l'impressione che il prelievo sia veloce ed indolore, neanche parente dello sforzo che avete fatto per guadagnare quei soldi. Alè op, ecco il centello. Eccerto. Tutto facile. Seh seh.

Fermo, giovane jedi, blocca tutto: non hai mille e duecentoventi euro sul conto, ne hai MILLE; duecentoventi sono una illusione, un miraggio destinato a scomparire. Ogni tre mesi (generalmente) tu devi versare allo Stato l'IVA che hai percepito dai clienti. Quei duecentoventi euro finiranno nelle casse del governo. E stavolta ha ragione il governo, per quanto secchi ammetterlo.

In tempi duri la tentazione di tenere quei soldi sul conto in banca è forte, e spesso si è costretti ad utilizzarli per attività superficiali e secondarie come mangiare e pagare le bollette e l'affitto.

Buona prassi è invece quella di fare l'**ACCANTONAMENTO IVA**. Il che vuol dire, per persone inesperte nell'uso del denaro quale io sono, tirare MATERIALMENTE fuori i soldi dal conto in banca, e metterli in due buste diverse.

DUE? PERCHÈ DUE??

Ok, un attimo di concentrazione: nel mese di **maggio** si paga l'iva delle fatture emesse nei mesi di **gennaio, febbraio, e marzo**, e si incassano

le fatture di eventuali lavori effettuati in aprile e maggio.

Predisponete due buste:

- accantonamento iva trimestre passato
- accantonamento iva **trimestre in corso**, per evitare confusione.

Questa regola, ripeto, è assolutamente inutile se siete abituati ad avere i conti in regola e a chiamare per nome ogni banconota sul vostro conto. Ma è molto molto facile sforare per distrazione la soglia degli accumuli iva ed altrettanto antipatico fare rincorse nel trimestre successivo per coprire "buchi".

Un consiglio su quanto si diceva prima delle fatture in ritardo: se la fattura che state per emettere è consistente, ed il cliente è stato già lento nei pagamenti o lo scorgete mentre sta caricando sul tetto dell'auto una piroga con l'aria furtiva, non è una cattiva idea quella di tenere duro ed emettergli la fattura all'inizio del trimestre.

Perché?

Presto detto: se voi emetterete (*lo spero per voi, nb*) una fattura da 10000 euro, avrete 2200 euro di iva da versare allo Stato. Se emetterete questa fattura il 31 marzo, il 16 maggio dovrete pagare 2200 euro di iva fatturata (ma non ancora incassata) di tasca vostra. E non so voi, ma a me anticipare tutti quei soldi di iva fa piangere forte, molto, tipo tantissimo. Tenete duro fino al primo aprile, o luglio, o ottobre, o gennaio, ed evitatevi rogne grosse.



Il governo ha inoltre introdotto il concetto di "fattura per cassa". Se a maggio il cliente non vi ha pagato la fattura che gli avete fatto a gennaio, NON dovete (più) anticiparne l'iva. E' un meccanismo un po' complicato, ma può essere una buona fonte di salvezza. Chiedete bene questa cosa al vostro commercialista.

Nei paesi civili, come il Brasile, è il governo a ricevere e a farsi garante delle fatture: Fulvio Romanin dà al governo la fattura che fa a Ciccio Padella, ed è il governo a farsi garante del pagamento della fattura e a bloccare l'eventuale pagamento dell'anticipo IVA a Fulvio Romanin. Ma stiamo parlando di paesi civili.

Alternativa interessante: le ricevute bancarie o **RIBA**. In questo caso è la banca - se avrete stabilito un accordo - a farsi da garante con voi. Esempio: il cliente ha bisogno di un'attività mensile costante, e suddivide il pagamento in più tranches. Voi emettete una RIBA (chiedete al commercialista come) e la portate in banca. Ogni mese la banca vi anticiperà con costanza tale tranche, che esigerà dal vostro cliente. Occhio che le riba costano.

Attenzione anche agli acconti IVA e IRPEF: calcolando sull'ultimo trimestre dell'anno precedente, verso Natale (ettepareva...) lo Stato di solito chiede un acconto IVA cospicuo (l'88%) sulle tasse dell'anno successivo (quello IRPEF a giugno e novembre dell'anno in corso). Una cosa che molti non sanno è che tale acconto può essere rimandato fino a luglio, alla dichiarazione dei redditi, pagando una mora (cioè, una "multa") del 3% appena. Che è ben diverso tra il dover pagare subito 2000 euro che potresti non avere e pagarne 2060 a luglio, dove forse li hai guadagnati, dove forse non dovrai nemmeno pagarli se hai cose da scalare. Sull'inps no, gli eventuali acconti inps vanno pagati ora, adesso e subito: sull'inps non si zazza.

Parere personale: NON NON NON rimandate i pagamenti se non è strettamente vitale alla vostra sopravvivenza: meglio togliersi il pensiero subito che finire in gironi danteschi di multe, contromulte, penali ecc.

Se ve la sentite, potrebbe essere un'ottima idea anche predisporre un **accantonamento IRPEF**: se siete a partita IVA normale, vi potreste far aprire dal direttore della banca dove avete il conto - e ne sarà felice - un altro piccolo conto "di servizio" senza praticamente costi nè per contro interessi, dove depositare il 50% dei vostri sudati guadagni. Al momento della dichiarazione dei redditi sicuramente qualcosa avanzerà, e saranno tutti soldi vostri. Il contro di questa regola è che il vostro conto in banca "reale" vi sembrerà sempre vuoto o quasi. Ma meglio che raccontarvi pericolose bugie.

Il pro è che quelli sono i soldi veri che guadagnate, e se accantonate non rischiate di dover correre ogni anno per pagare le tasse del precedente: il vero VERO rischio della partita IVA è non considerare, per il terzo anno, che tutti i bei soldi che state facendo saranno tassati, e più guadagnerete più l'incremento sarà alto, e non solo dell'IRPEF ma anche dell'INPS: esempio pratico, se il primo anno avrete guadagnato diecimila euro e l'anno successivo cinquantamila (*ve lo auguro, nda*) le tasse del terzo anno potrebbero arrivare a quindicimila euro come ridere, tra una cosa e l'altra, mentre voi avete fatto fatica a pagare con i soldi del secondo anno le tasse del primo. Ridere: ci siamo capiti, non c'è niente da ridere quando a casa ti arriva un conto del genere. A me una cosa del genere è successa, sappiatelo.

Di nuovo, tenere i conti bene è importante, fare dei prospetti è importante. Non è un gioco da prendere sottogamba, mai, ma prima che cominciate a lagnarvi del fato ingiusto che vi ha fatto vivere in Italia e non siete nati emiri del Losalcacchiostan, ricordatevi che questi problemi li ha anche un negoziante, il quale - a differenza vostra - potrebbe avere dei beni deperibili da vendere che gli costano e non potrebbe più vendere in breve. E' solo il mondo adulto, che non fa sconti. Niente di nuovo in nessuna parte del mondo.

09. THAT WAS THEN, THIS IS NOW.

Abituatevi a distinguere tre concetti semplici: liquidità, fatturato, capitale.

La **liquidità** è quanti soldi avete sul conto.

Il **fatturato** è quanto dovete avere e avete avuto dai clienti a fronte di lavori eseguiti. Il **capitale** sono i soldi che avete da parte: quello che resta alla fine, e che costituisce la base delle società. I ricchi, tra le altre cose, hanno tanto capitale.

A scapito di Zampetti e de "il fatturàto" (pronunciato con pesanti vocali aperte alla lombarda, mi raccomando), anche la liquidità è importante. Anche se - entro certi limiti, e non certo gratis, come dicevamo - potete farvi anticipare dalle banche le fatture, è ovviamente bene fatturare un sacco di soldi, ma attenzione a quanti soldi avete nella cassa. Potreste dover avere 14000 euro, e doverne pagare 8000, e quindi essere in attivo di 6000 euro, ma finchè non arrivano i soldi del cliente che deve pagare, sarete e vi sentirete sotto di 8000 euro e con creditori nervosi che vi telefonano ogni cinque minuti. Tenete d'occhio con cautela questo aspetto, anche e soprattutto se lavorerete con enti pubblici o grandi aziende: molte aziende di successo hanno avuto grossi maldipancia (per non dir di peggio) per mancanza di liquidità: ho la-

voro, ordini, e non posso pagare fornitori e collaboratori. Monitorate con cura questo aspetto, e cercate di bilanciare costi fissi e introiti in maniera attenta. Imparare a gestire emozionalmente queste situazioni è un bell'esercizio zen ed una bella prova di maturità insieme.

10. THE GOOD NEWS

Tra i lati positivi la partita iva vi permette di **SCALARE** delle spese. Potrete detrarre l'iva degli acquisti che avrete effettuato pertinenti al vostro lavoro (Sì tecnologia, software, 80% sulle bollette del cellulare aziendale, Sì vestiti "di lavoro"(non quelli di uso quotidiano), Sì viaggi di lavoro previa ricevuta, Sì corsi di aggiornamento (50%), Sì pranzi di lavoro per un massimo di due persone (75%) e parte delle tasse.

Anche qui: **CHIEDETE AL VOSTRO COMMERCIALISTA**; non sono assolutamente pochi soldi, non trascurate la cosa. Ogni centone è IMPORTANTE per voi e le vostre famiglie.

ATTENZIONE, IMPORTANTE: quando acquistate beni dall'estero (in ambito UE), se volete scalarli e date la fattura al vostro commercialista, questi deve redigervi un modello *Intrastat* per ogni fattura. E la sua redazione COSTA. Esempio spicciolo: se comprate un'app da cinque euro da iTunes e volete scalarla, la creazione dell'intrastat potrebbe costarvi più dell'app stessa. Considerate quindi caso per caso cosa far scalare o meno. Informatevi inoltre sul **VIES**, in camera di commercio, per essere abilitati ad acquistare ed emettere fatture verso l'estero.

Oltre a darvi accesso ad una serie di risorse (ad es. negozi specialistici, Metro, grossisti, fornitori, smartphone aggratis, tariffe telefoniche ed internet "aziendali") la partita IVA vi permetterà di lavorare praticamente per chiunque. Dal momento che siete "indipendenti" le ditte saranno felici di pagarvi in fattura (spesso ponendo ricarichi clamorosi sul vostro lavoro, nb). Il magico mondo del lavoro ha inizio. MA.

NO, ASPETTA, "MA COSA?".
PERCHÉ QUESTO MA?

Chiariamoci: non è che con la partita iva improvvisamente le offerte di lavoro fioccheranno.

É solamente la BASE per poter avere TRATTATIVE di lavoro.

Abituatevi ad avere continue richieste di preventivi, e se la vostra percentuale di preventivi / inizio del lavoro effettivo sorpassa il 50% siatene felici. Sappiate inoltre che, realisticamente, perché il vostro mercato vi permetta di vivere dignitosamente, ci vorranno dai DUE ai TRE anni di DURO lavoro. Se vi sembra tanto, la risposta di schiacciante realismo è:

COME IN QUALUNQUE MESTIERE.

Tiratevela di meno, quindi, siete come tutti.

1. CAN'T FIGHT THIS FEELING

Che poi, si sappia: avete presente quelle belle cose come malattia, maternità, vacanze pagate, tredicesima, quattordicesima? Ma sì, dai, quelle belle fiabe che il nonno partigiano vi raccontava vicino al camino da piccine, quelle cose che oramai nemmeno nei lavori a tempo indeterminato pagano più? Beh, con la partita iva ve lo scordate. Se vi fermate per un mese (e non avete diecimila euro in banca ma mille come tanti) tirerete la cinghia per i tre mesi successivi.

Sento i miei piccoli lettori sospirare "ke pakko! Era mgl essere dip a tempo ind". Dipende: se come dipendente vi date tanto da fare, al massimo avrete una gratifica nella busta paga (*in un universo parallelo, di solito*). Ma i soldi sono sempre quelli: mille euro erano e mille euro resteranno.

E mentre riprendo fiato dal gran ridere all'idea di un datore di lavoro che oggigiorno dia al dipendente gratifiche sulla produttività, vi faccio presente che questo con la partita IVA non c'è. Il solo limite siete voi: come utilizzate il vostro tempo e le vostre risorse, quanto veloce sapete lavorare, e quanto volete crederci: se vivrete il vostro lavoro come una sfida entusiasmante, il solo limite al guadagno è dato dal vostro ingegno. E per ingenua che possa sembrare questa frase, è vera.

Certe volte, in un pomeriggio di lavoro ben eseguito in cui risolverete un problema ad un cliente, potrete guadagnare i soldi che ad altra gente richiedono un mese di tempo. Non succede spessissimo, ma vi assicuro che succede, e fa MOLTO bene all'ego.

WELCOME TO THE JUNGLE

"Il maggior problema della comunicazione è l'illusione che sia avvenuta." George Bernard Shaw.

12. "HI / MY NAME IS"

Bene. Avete aperto la partita IVA, siete pronti a gettarvi a capofitto nel mondo del lavoro. Quale lavoro? lo sapete voi: avete studiato e vi siete preparati per anni per farlo, o forse è solo ispirazione, talento, fortuna. Ma partiamo da un assunto fondamentale: per ora, e forse per tutto il resto della vostra vita professionale in tale ruolo, **il vostro nome ed il vostro lavoro saranno la stessa cosa.**

Vi sarà capitato ogni tanto di finire sul sito di qualcuno che si propone come "web designer - arredatore - fotografo - carpentierista - radiologo - cosplayer - traduttore dall'etrusco - azzurro di lancio del peso - palafreniere per cetacei", e con gli amici ne avete riso: la necessità di darsi importanza e di farsi grossi è la prima, chiara pinna di pescecane di inesperienza ed inaffidabilità.

State attenti a non cadere nel medesimo errore.

Non dite bugie ai clienti: se dite di saper fare una cosa, e poi non mantenete le promesse, farete la figura dei peracottari. Se chiedo a una persona se mi può traslocare un armadio e mi dice di no, lui perderà i soldi, certo, ma non penserò certo che sia un truffatore e magari lo richiamerò per fare altro. Se la stessa persona mi mente e mi rompe l'armadio e gli stipiti delle porte, non solo non lo pagherò ma chiamerò i caramba™ o l'avvocato.

Non vi improvvisate quello che non siete: farete più bella figura, mille volte più bella figura a consigliare degli altri professionisti - che verosimilmente saranno felici di rendervi il favore a loro tempo - che non fingere di sapere fare tutto voi: faranno felici il cliente e vi faranno fare bella figura. Anche perché imparare a fare tutto vi costerà molto, troppo per quello che può farvi guadagnare. Fate il vostro, fatelo bene. Sputtanarsi è un attimo, e ricordate che la gente si parla e ha buona memoria e rifarsi un nome è lungo ed impegnativo.

Potete prendervi qualche rischio: certe richieste di clienti sono alla vostra realistica portata con un po' di studio, e vi pagherete le nuove competenze professionali, faticando un po'. Da qui al fingersi quello che non siete, tuttavia, ce ne corre.



13. COME TROVO UN CLIENTE?

Questa domanda è stata trovata dipinta, per la prima volta, nelle pitture rupestri nel paleolitico superiore: una tribù di commerciali primitivi attacca un branco di mammut brandendo delle fatture.

Se siete un freelance la risposta facile è: passaparola, o recitando a voce alta le parole magiche "Myocuggino chabbisogn' dunsito".

Se siete un pochino più metodici, la risposta potrebbe essere: fate una semplice analisi di mercato. Esempio pratico: io ho sempre tenuto entrambi i piedi nel mondo della musica, e non casualmente ho sempre lavorato per band, festival, case discografiche. Se avete - e dovreste trovare - le risorse ed il tempo per fare un piano di lavoro, potrebbe anche non essere una cattiva idea ragionare su quali sono già le vostre competenze e cercare di venderle nell'ambito che conoscete: se siete musicisti, sarete competenti di musica, e a fare un sito in cui vi si richieda di imparare a distinguere ventiduemila tipi di tondini in alluminio potreste starci ben di più. Di fatto, i primi vostri clienti saranno probabilmente persone che già conoscerete.

Fino a quando non avrete bisogno di sfamare altre bocche oltre la vostra - professionalmente parlando - e non avrete cose come un "ufficio marketing" e "commerciali" che vi procurino clienti sappiate che sarà il passaparola il vostro primo e forse unico "commerciale".

Se sarete un minimo svegli nel muovervi, tuttavia, i clienti saranno come le ciliegie: verranno uno dopo l'altro, da soli, prima piano piano, poi più velocemente. Andare in giro con la valigetta con il portatile serve davvero a poco.



Nota bene: ci ho provato una volta nel 2000, per UN giorno. Risultati: zero. Ammetto: avrei potuto insistere, ma mi sentivo troppo scemo.

Sono loro stessi spesso la vostra migliore pubblicità, più di Google Adwords "web design Tavagnacco" o campagne Facebook sparate un po' a caso con il cannone. Se siete stati onesti e rispettosi, saranno loro stessi a passarsi parola l'uno con l'altro. Certo, ci vuole tempo. I famosi due-tre anni di cui sopra. Ovvio: si fanno anche le marchette. Se la Coca Cola ti offre di fare un banner gratis, agli inizi glielo fai, dici grazie e gli ramazzi anche l'ufficio pur di mettere il nome a portfolio. Dopo un po' di tempo questo non sarà più necessario: l'ufficio sarà pulito a sufficienza. Ma "visibilità" è la parola acchiappacitrulli per antonomasia (sinonimi: "mettersi in gioco", "farsi furbi", "cogliere un'opportunità").

La visibilità, da sola, non paga le bollette.

"SIG. ROMANIN, CI DEVE OTTANTASEI EURO DI ENEL"

"...ECCOMI QUA!"

"...ECCOMI QUA COSA?"

"EH. SONO VISIBILE!"

"OK, STACCATEGLI LA LUCE. ECCO, SIGNOR ROMANIN, ORA NON È PIÙ VISIBILE".

Pacifico: girare, partecipare a seminari, incontri, fare attività di rete espandere le reti delle vostre conoscenze aiuterà a dismisura il processo. Prima o poi vi dovrete rendere conto che la vostra professione diventerà lucrativa nel momento in cui avrete una rete commerciale o quantomeno di contatti. Se ve ne state chiusi in casa senza proferire verbo, che i clienti vengano a bussare alla vostra porta è una

pia illusione adolescenziale. Soprattutto i clienti più grossi arriveranno tramite altri clienti medio-grossi soddisfatti del vostro lavoro. Ci vuole pazienza; tanta, tanta, tanta, tanta pazienza, e **acconti**.

La maggiore discriminante per il successo di un'offerta per battere la concorrenza, a mio avviso, non è soltanto il fattore economico, quanto l'offerta di fondo, in termini di contenuti ed in termini di - nuovamente - **stile**.

Si, a volte perderete un cliente perché un altro ha fatto un'offerta più bassa di cento euro: ma sono lavori che spesso vale la pena di perdere, anche in tempi difficili. Un cliente che valuti il contenuto dell'offerta meno del prezzo probabilmente vuole "il coso lì" ma non "qualcosa che serva davvero" e tantomeno vuole voi perché riconosce in voi un reale valore aggiunto. Qualcuno potenzialmente molto facile da scontentare a posteriori. Può darsi anche che non abbia i soldi - o peggio, la mentalità, e non voglia spenderli - per permettersi i vostri superpoteri, e chieda a *suocuggino* di fare il vostro lavoro per un bianco ed un nero. Sedetevi sulla riva del fiume con un mojito fresco. Siate pazienti, ne vale la pena. Tornerà. E voi avrete le stesse richieste economiche. Oops, no, scusa, il 50% in più.

Licenziare un cliente si può, e a volte si deve. Di fronte a mancati pagamenti, attese bibliche, mancanze di rispetto del lavoro fatto, è meglio (ma non dovuto) addirittura rendere la caparra e dire "basta, grazie". Voi sapete quanta pazienza avete, e quante ore siete disposti a perdere di fronte a richieste ondivaghe e non pagate.

14. IL CLIENTE VENUTO DALL'INFERNO SEI TU.

Partiamo al contrario: siamo clienti anche noi.

E quando siamo clienti ci dimentichiamo tutte le pose (perché di quello, sostanzialmente, si tratta) da rockstar che facciamo quando siamo noi i fornitori, e anzi, le biasimiamo. **Siamo TUTTI "clients from hell"™.**

Tutti pensiamo di sapere cosa ci serve, e di fronte a quello che nel nostro schema mentale era lampante, una statua capolavoro di Michelangelo solo da sgrezzare, ehm, no, questo più giallo, con un trapano acceso, senza ragioniere, più orsi bruni. Ecco, si. No, non mi piace. Non sei capace.

Siamo tutti TUTTI clients from hell. Tutti: me compreso.

Prima di tutto, parliamoci, con il cliente. Parliamoci il giusto; beviamo, se possibile, più di un caffè con lui. Ci ha chiamato perché ha dei problemi che noi possiamo risolvere: cerchiamo di capire quali siano questi problemi. Cerchiamo, e non è facile, di capire se lui ha capito DAVVERO quali siano i suoi problemi, o se stia tirando ad indovinare, se la sua visuale del suo lavoro è chiara e a largo raggio o si è rinchiuso in un tombino e cerca di uscirne fuori sgomitando, dando tutta la colpa ad un solo problema esterno. Pacifico: noi non siamo lì per fare i consulenti sulla sua attività, nè per fargli un business plan o peggio da confidente, psicologo o mamma. Ma spesso e volentieri la nostra prospettiva esterna può essere fondamentale per lui. E a lungo termine ben remunerata: squadra che vince non si cambia, anche per lui trovare un fornitore nuovo può essere un'agonia.

Aiutiamolo a semplificare: spesso e volentieri la visuale da "dentro", da esperto, è assolutamente **TROPPO** per un cliente esterno che non sia uno psicopatico terminale o Verdone nel personaggio di Furio; è probabile che sapere che il parquet modello 1146/doppiobis abbia la lamina di 0.4 mm con mastupristi del posterdati come se fosse Antani in raso rosa delle Antille sia TROPPO per pressoché CHIUNQUE. Per chi ha bisogno di quel livello di dettaglio, ci sono manuali e pdf. Ma quello accade nel magico mondo del DOPO.



Esempio pratico: ottengo il contatto di questo cliente tramite un fornitore. Lui non mi fa una grande impressione da subito, ma vuole "un sito semplice" (lo sentite, vero, questo rombo, tipico di un gorgo profondissimo?) e ha una segretaria-martire al quale affidare quei due ritocchini. Gli faccio un sito in Wordpress, gli faccio un manuale video e giro tutto alla segretaria. Segretaria che, incontrata nel bar vicino all'ufficio, senza preavviso, quasi mi pianta le unghie sulla faccia. Incredulo, torno a vedere il sito per rendermi conto che, contrariamente ai progetti originali, l'imprenditore in questione ha fatto aggiungere alla poverina quasi quattrocento pagine di catalogo, ognuno con fotografie, video, slideshow di foto sfocate, altri cataloghi, e torme di cifre e dati messi lì solo per la sua vanità, per il suo bisogno di sicurezza come già descritto altrove. Poveri noi.

Spesso e volentieri sta a noi capire prima se il cliente ha un'idea di cosa ha bisogno. Ripeto: non che sia nostro compito, nè dobbiamo proporgli strategie che non voglia, visto che è breve il passo dal diventare presuntuosi, ma se non capiamo prima di iniziare a lavorare rischiamo di metterci tre volte il tempo.

Ci sono tre tipi di cliente con i quali mi sono confrontato finora, ma ognuno ha il suo tipo e le sue esperienze:

a) detto "il migliore": il cliente SA cosa vuole.

Si tramandano leggende di un cliente, residente a S.Piero in Barca (Siena), con una perfetta, completa percezione delle proprie necessità. Il tipo di cliente che, quando va a comprare un frigo, si informa preventivamente sul tipo di gas che il frigo adòpra, la capienza in galloni e non in litri, l'escursione termica del freezer e la frequenza con la quale dover ricaricare il distributore di bevande all'americana. Spesso questo cliente diventa ossessivo, ma altrettanto spesso, se adeguatamente trattato, con garbo ma fermo distacco, diventa il migliore dei clienti possibili perchè è il primo a riconoscere il vostro valore.

- **b) la vittima di consulenti:** il cliente che si è dovuto far dire da QUALCUNO cosa vuole. Questo qualcuno può essere, a scalare, sua moglie, suo nipote sedicenne, il suo socio, un pomposo team di consulenti stranieri in orridi vestiti di design con occhiali viola alla Pippo. Si è fatto dire quello che DEVE volere, il che è MOLTO diverso dal dire che *lo vuole lui*; lui ovviamente non capisce il vostro lavoro, è irritato, vi odia e si sente in trappola nel dover rispondere a qualcuno di quanto fatto, e anche se gli farete la Cappella Sistina in un pomeriggio lui guarderà con aria insoddisfatta. Fatevi coraggio.
- c) il cliente che NON sa cosa vuole e si fida di voi, o quantomeno ci prova. O meglio: ne ha una percezione, una idea più o meno realistica. Ma il fatto che voglia vendere il proprio prodotto non vuol dire che sappia adeguatamente come posizionarlo.

Fategli un piano di lavoro: tempistiche, costi, richieste. Realistico, mi raccomando. "E' per domani" è una bugia orrenda come "Sa di pollo" o "non ti farà male".

Fate insieme a lui un'analisi delle sue priorità.



RIBADISCO: nel limite del possibile, non siate spocchiosi. Ok, certo, chiaro, una volta avete spiegato a Gandhi il concetto di pacifismo e a Napoleone la strategia militare, bravi, ma non potete e sarebbe arrogante pensare che possiate sapere PIU' di ogni cliente che incontrerete, NEL SUO CAMPO. Dopo un po' è facile montarsi la testa, specie di fronte ai primi risultati in arrivo. Ma ASCOLTATE sempre. ASCOLTATE ASCOLTATE.

Potete vendere l'ultimo prodotto stiloso al cliente, ma fatelo se GLI SERVE: perché se gli farete buttare troppi soldi difficilmente vi richiamerà. Esempio: state facendogli un sito. Potete citare Jared Spool:

"UN SITO DEVE RISPONDERE A DELLE DOMANDE: A QUALI DOMANDE DEVE RISPONDERE IL TUO SITO? COSA CERCA LA GENTE QUANDO VA SUL TUO SITO?"

(E NEL NON WEB: TU SAI COSA VUOI COMUNICARE TU, MA COSA VOGLIONO DAVVERO I TUOI CLIENTI?)

Aggiungete a questo punto il carico da dodici: "La gente, tempo medio di Google, quando va su un sito, ci passa SE IL SITO FUNZIONA ben DUE MINUTI E CINQUANTA SECONDI". Gli fate contare due minuti e cinquanta secondi, orologio alla mano, e capirà che no, la foto del suo gatto che pensava di mettere in prima pagina "perché tutti amano i gatti" improvvisamente non è più prioritaria. Di fronte alla prima proposta di un menu di navigazione di sessantadue voci, con motore di ricerca in otto lingue compreso l'hindu e lo **dyirbal**, d'un tratto la navigazione si semplifica a tre grossi pulsanti arancioni da premere con il gomito. Per SUA richesta. Si, perché mettere che siete al convegno di venditori di rastrelli a Colonia fa sicuramente prestigio tra gli operatori del settore (*che immaginiamo numerosissimi ed in continuazione a guardare il vostro sito, per certo*). MA AL VISITATORE MEDIO DEL SITO NON GLIENE FREGA NIENTE. Se non gliene frega niente, VA ALTROVE, se va altrove TU NON GUADAGNI DAL SITO.

Non abbiate timore di essere un po' autoritari su questo aspetto. Non posso esprimere con quanta forza la chiarezza e la semplicità di navigazione dei contenuti sia VITALE al vostro lavoro. Si parlava, una volta, della regola **KISS**: Keep It Simple, Stupid.

Vero, vero, vero: di lavori belli e illeggibili ne abbiamo avuti migliaia, e non servono a niente. Sono i **CONTENUTI RILEVANTI** a fare la bontà di un

lavoro. E se il content management è il grande sacrificato del lavoro web, va considerata con forza (a fronte di un budget adeguato) la possibilità di affiancarsi un content manager capace che ne sappia un po' anche di SEO e di Social Media Management come figura chiave del successo di un lavoro.

Chiaro: dovrete fare delle concessioni al gusto del cliente; se sua sorella, che ha fatto un flyer nel 1981 (*e quindi NE SA di grafica*) vuole il sito color blu ottanio a tutti i costi e la foto del gatto, tenete chiaro in mente: NON sono una rockstar, NON sono Giotto, NON sono Leonardo Da Vinci; sono uno che **deve mangiare**; fategli questo cacchio di sito color blu ottanio. Sto fornendo un servizio: se un idraulico insistesse per vendermi una vasca da bagno rosa shocking, perché per lui conduce meglio il calore (*dato tecnico, per dire*), NO, grazie, bianca andrà benissimo o ciao.

Al cliente non frega NE' gliene deve fregare che per fare quel tipo di animazione che a lui piace ci siete stati diciannove minuti o sei mesi: lui vede il RISULTATO, come quando voi potete essere felici sia mangiando Mc Donalds che riso slow food battuto a mano per sei mesi dalle Suorine Energumene Manesche Pese del Madagascar.

Non deve sapere quanto vi è costato farlo, e se non si emoziona abbracciandovi in lacrime come foste tornati dal fronte russo non stupitevi e non rimaneteci male: **ha ragione lui.**

Premesso che è il portfolio e l'elenco clienti una delle forze principali di certificazione qualità del lavoratore indipendente, se il risultato finale vi farà veramente, veramente tanto schifo, non firmate il lavoro e amen. La vita continuerà, e il sole girerà ancora attorno alla terra.



Quelli dotati di superpoteri particolarmente sviluppati possono provare a usare la celebre tecnica jedi "faccio credere al cliente che il blu marine invece del blu ottanio sia un'idea sua". Attenzione, miei piccoli amici: è una tecnica boomerang, e richiede anni e anni di padronanza della Forza, e una faccia tosta spaventosa: il rischio più grosso, oltre ad un semplice "no", che in fondo non ci spaventa, è che il cliente, al momento del pagamento, ribatta: "ma come, 500 euro di proposta grafica quando l'ho FATTA IO?".

Ci sono dei casi in cui il grosso budget da multinazionale non è necessario. Non che faccia schifo, eh, anzi: anche le campagne che sembrano fatte con due soldi, video sgranati e jpg scritti male spesso dietro hanno

art directors che operano scelte precise e consapevoli. Ma per contro, affermare che sia necessario avere capitali enormi per ottenere un risultato anche minimo è una sciocchezza.

Il cosiddetto "guerrilla marketing", a basso costo e con metodi non convenzionali, può funzionare, eccome.

Due casi di guerrilla marketing che ho vissuto in prima persona:



1) una delle bands della mia etichetta, **ReddArmy**, sono i bellunesi Maci's Mobile: a ottobre mi consegnano il master di un disco bellissimo, "L'antidoto", reggae misto a dub ed elettronica e loggiurano, puozzamurì, che il video arriverà entro novembre fine mese. Figurarsi. A febbraio li chiamo: gente, se non mi date un video entro un mese vi pianto perché non avendo un video per promuovervi mi sembra ipocrita promettere cose™. Loro si mettono di buzzo buono e tirano fuori un video a cartoni animati dove un Mazinga enorme va in giro spaccando tutto. Lo visiono, non è male, ma serve l'idea promozionale: a pranzo con loro gli dico: fate delle sagome di compensato (prezzo: 100 euro in tutto) a forma di Mazinga e lasciatele nottetempo in giro per la città, lutherblissettianamente a forma di doppia M di Maci's Mobile. Il giorno dopo mi trattengo dal ridere a stento, ricevendo tra gli altri un articolo del CORRIERE DELLA SERA, edizione veneta, che parla di MISTE-RIOSI COMPLOTTI a Belluno sui quali la DIGOS sta indagando freneticamente. Soffocando il gran ridere, chiamiamo noi stessi in questura, e anche la Polizia, rassicurata, mostrando un insospettato senso dell'umorismo, se la ride. I Maci's Mobile passano da 40 a 200 spettatori a concerto da quella sera.



2) Annoiato, assillato, infastidito da tutte le pubblicità "fatti il tuo sito da solo per dieci euro" o dagli annunci di fantomatici operatori uébs che ti fanno il sito internés per venti euro e ti lucidano l'auto, in una mattinata di pazzia compro un dominio, **sitowebgratuito.com**, e faccio un finto sito monopagina inserendo il peggio di quanto ho visto fare agli altri in questi anni: scontorni malfatti, loghi di stock images sopra la foto, errori grammaticali palesi e più sofisticati, grassetti messi male ed il "famoso copyrihgter americano Lorem Ipsum" per i testi.

In fondo, dopo una pagina tutta da ridere, una scritta con il mio colore aziendale: "se invece pensate che la vostra comunicazione meriti qualcosa di più, un'alternativa c'è". Ed il link al mio sito. Lo butto sui social, e di nuovo, avendo toccato un nervo scoperto, il miracolo accade: quasi settemila tra like e condivisioni in un giorno. Percentuale di gente che ha cliccato: quasi il 90% (*il click-thru, direbbero quelli che hanno fatto le scuole alte, nda*). Richieste di amicizia su Facebook: centotrenta in due ore ed altrettante mail di complimento nei giorni successivi. E le richieste di preventivo? Sono arrivate anche quelle, e i sessanta euro del dominio diventano non solo nuovi clienti paganti ma un buon mattoncino in più di reputazione.

Per questi due casi di "successo" (tra molte, molte virgolette) ce ne sono un 98% di clamoroso, totale insuccesso, da dieci views su YouTube. Ma tant'è, tentar non nuoce.

15. I LIKE IT ROUGH – IL PREVENTIVO.

E così, giunti a questo punto, dopo ore ed ore di estenuante discussione, inarcando ostentatamente le sopracciglia il cliente esclamerà sbuffando la frase rituale "vabbèhfammiunpreventivo".

Qui si distinguono due razze di fornitori (cioè, noi):

gli ORSETTI e le LOCUSTE.

Gli orsetti sono teneròsi, premurosi.

Si mettono nei panni del cliente, abbassano il prezzo, arrossiscono all'idea di chiedere troppo, e continuano a limare il preventivo verso il basso come se se lo stessero facendo da soli, come se farsi pagare fosse una cosa sporca e quei soldi non gli servissero per sfamare la propria famiglia ma per la droga e le maggiorate dell'Olgettina. "SE METTO OTTO EURO DI PIU' PERDERO' IL LAVORO E MORIRO' DI FAME".

Alle locuste non gliene frega niente.

Sono perfettamente consapevoli che il mondo del lavoro, da un certo fatturato in su, è un mondo amorale di squalo grande che mangia squalo piccolo, e previo mandare avanti uno scemo lampadato che a memoria cita (senza avere cognizione di causa) GGEICUERI, SOSIALNETUORC e ROY ("ma sei sicuro che non sia con la ipsilon? Credo di avere anche un suo disco. É sassofonista, no?"), sparano preventivi da VENTI, TRENTA,



DUECENTOMILA EURO con la stessa facilità con cui cambiano SUV, per siti in html statico fatti male per duecento euro in nero da un "bubez" (schiavetto). Con un sito di questi un orsetto ci fa un anno almeno, per dire. Le locuste fondamentalmente non si preoccupano del rapporto a lungo termine con il cliente: fanno pesca a strascico, prendono su tutto il possibile subito, certi che domani camperanno con altri clienti, visto che il mondo è grande. E sanno che anche che le aziende loro clienti hanno le loro locuste pronte a non pagare, quindi perchè essere teneri loro? Sono due modi di essere: non c'è un giusto e uno sbagliato. É una questione di scelte, e di natura personale.



Non fatevi grandi speranze: se siete orsetti, è molto molto improbabile che diventiate locuste: non è la vostra natura, e lo sapete. E spesso le locuste sono orribili cocainomani con genitali inadeguati, altro che furbi. Potete però imparare a far **RISPETTARE IL VOSTRO LAVORO**, quello sì.

Per noi orsetti, esiste un metodo molto semplice di ovviare al nostro pudore nel chiedere: il **CAPITOLATO DI SPESA**. Quando un cliente vi chiederà "quanto mi costa il sitto internès" l'unica risposta possibile pro-

fessionalmente parlando è "dipende come lo vuoi e quali caratteristiche deve avere: non vai dal macellaio a chiedergli "quanto costa la carne". QUANTA e QUALE carne, quello fa la differenza".

Preparategli un preventivo a CAPITOLATO quindi:

per esempio (le cifre sono casuali):

- installazione del "motore" del sito (io so e voi sapete che si chiama CMS, content management system, ma non facciamo i fighi con i clienti che sembriamo solo dei lunatici, si?) euro 500.
- realizzazione progetto grafico, euro 1000.
- -aggiunta e configurazione del motore per i video ("plugin", per i miei lettori più furbi), euro 300.
- aggiunta di tutti i contenuti in tre lingue, euro 1000 e via dicendo.

Mettiamo che la somma finale del preventivo sia 2800 euro, a questo punto, **asssstuti** e moderni come il più antico venditore di calzàri del Nilo (circa 4000 a.c.) scrivete in fondo "di fronte all'accettazione di tutto il preventivo verrà praticato uno sconto del 15%". E tanti saluti: in genere questo è un sistema molto molto onesto di spingere il cliente verso il preventivo intero invece che dover stare a fare conti della serva sui 100 euro per questo o quel pezzo del lavoro del quale spesso non hanno assolutamente idea a cosa serve né vogliono saperlo. Se vuole spendere meno, con il capitolato di spesa stiamo porgendogli l'occasione di farlo su un piatto d'argento, e la nostra paura passa.



Ripetete di nuovo con me:

SIA SU PREVENTIVO CHE SU FATTURA ci vanno sempre

- -IBAN
- -VOSTRI DATI FISCALI
- -SCADENZA DELL'OFFERTA (...i prezzi cambiano, tra dieci anni non ti chiederò la stessa cifra)
- -DATI DI PAGAMENTO

L'avete ripetuto? Ripetetelo ANCORA: non volete che il cliente possa impugnare il contratto o ritardare il pagamento per qualsivoglia ragione; quindi NON DATEGLIENE di vostra iniziativa.

16. R.E.S.P.E.C.T.

É la sempiterna domanda: QUANTO CHIEDO?

Orsetti e locuste che siate, non c'è UNA risposta veritiera. Tenete però sempre in mente delle regole ferree:

- IL VOSTRO É UN LAVORO, non state facendo un PIACERE al cliente. Non vi fa lavorare perché ne avete bisogno (*anche se ne avete, e avete le mosche attorno agli occhi*): non è un benefattore. É un CLIENTE.
- Anche se vendete BENI IMMATERIALI, state vendendo cose che, se sarete bravi come dovrete essere, verosimilmente produrrano **REDDITO (o BENESSERE)** al vostro cliente, direttamente o indirettamente. Il fatto che non vendiate mattoni, vasche da bagno o DVD non rende il vostro lavoro meno prezioso. In un mondo del lavoro basato sul terziario avanzato c'è da stupirsi che qualcuno ancora coltivi i campi. Quindi zero dubbi; spara quella cifra, Clint.
- Se giunti sin qui avete ancora dubbi, stabilite un **COSTO ORARIO**. Qual è un costo orario ragionevole? Potete saperlo solo voi: se siete un bubèz di diciannove anni e dovete fare solo data entry, magari è cinque euro lordi all'ora (*"e dopo spazzami casa e puliscimi la piscina con lo spazzolino da denti ché non voglio vedere ditate, mi raccomando"*). Se siete un top senior mega emperor-level entrepreneur con sessantacinque anni di esperienza in C++ e davate lezioni di matematica a Turing e Babbage, sarà considerevolmente di più. Occhio che se poi sbagliate le ore per difetto sono CACCHI VOSTRI: il cliente non vi pagherà di più, e ha ragione. Se potete, arrotondate sempre un po' per eccesso, considerando anche le ovvie ore di assistenza post vendita.



Se fregate il cliente, il cliente vi farà cattiva pubblicità, e, specie agli inizi, non ne avete davvero bisogno. Se il cliente vi frega, il cliente vi farà cattiva pubblicità, dicendo che siete dei fessi.

Non fatevi problemi del cazzo come "sono fuori mercato" e "la concorrenza". C'è sempre il cugino quindicenne di qualcuno che farà la stessa vostra roba (male) a un terzo del vostro prezzo. Ma questo **NON VI DEVE**INTERESSARE a questo livello: se non guadagnate abbastanza rispetto alle vostre capacità e possibilità, la concorrenza è un falso problema: il vero, primo problema sarà NON MANGIARE. Ed è un problema molto più terra-terra.

FONDAMENTALE DOMANDATE SEMPRE SEMPRE un acconto del 30% ALMENO

Un cliente che si rifiuti di versare acconti o è un potenziale tirapacchi che è pronto a contestarvi l'impossibile a lavoro finito pur di non pagarvi, o è lo Stato. A voi stabilire la differenza.



La regola magica, almeno per il web (*grazie Carlo Daffara*) è: sul preventivo e sul contratto i termini di pagamento sono

30% di ACCONTO 30% alla VISIONE DEL SITO da correggere 40% alla PUBBLICAZIONE del sito.

I miei piccoli lettori certo si domanderanno "m prk tt questa fotta di avere 1 accnt?". A prescindere che tutti 'sti bimbiminkia tra i lettori mi indispongono un po', la risposta è ovvia e scontata: per lavorare sul loro sito dovete **MANGIARE**. E, visto che non sapete con esattezza per QUANTO dovrete lavorare su quel sito, tanto vale incamerare un po' di pecunia preventivamente.

Regola facile ed efficace: fatevi un vostro indirizzario dei clienti (*non ne avrete diecimila, no?*) ed un'ora ogni due, tre mesi, prendete l'elenco e **chiamateli**: "uei ciao, sono Fulvio, sì, no, ciao, tuttobbæne? No, niente problemi, anzi, è una telefonata di routine che faccio a tutti i miei clienti per sapere se va tutto bene, tutto a posto. Funge? Ah, fico, sono contento". Pensateci bene: se il vostro concessionario di auto vi chiamasse per sapere come va la nuova GORGA turbodiesel che vi ha venduto tre mesi fa, beh, a voi farebbe davvero molto piacere.

Oltre a farvi fare una bella figura con pochissimo, sarà un'occasione d'oro per proporre loro nuove idee stimolanti e redditizie per entrambi.

17. MO' MONEY, MO' PROBLEMS

OVVERO DELL'ANTICA ARTE DI NON DARSI LA ZAPPA SUI PIEDI LAVORANDO GRATIS.

Per voi è ESSENZIALE sapere quanto costa il vostro tempo.

Avete due possibilità, professionalmente parlando:

- vendere **PRODOTTI**
- vendere SERVIZI

Sul vendere prodotti vorrei soffermarmi poco, soprattutto perché il rischio di sconfinare in clamorosi pipponi di marketing mi farebbe finire fuori tema. Ma c'è un concetto che vorrei chiarire con voi, prima di inoltrarmi nella discussione sul costo del vostro lavoro.

Vendere prodotti ha dei pro e dei contro: normalmente vendere prodotti è SCALABILE. Cosa vuol dire? vuol dire che se per esempio create un'app fighissima, la creerete una volta e potrete venderne potenzialmente milioni di copie identiche da quell'unica meravigliosa creazione, senza altri sforzi (*in teoria*). Può farvi diventare molto, molto più ricchi che vendere servizi. I servizi sono legati al vostro tempo in tutto e per tutto: se state male non lavorate e non guadagnate. Una app "lavora per voi" anche se voi siete in vacanza o mentre dormite.

I contro sono che lo sviluppo del prodotto può costarvi più dei guadagni, l'assistenza può mangiarsi tutto il ricavato, se sono oggetti deperibili o soggetti a mode dopo un po' ve li date nei denti, o semplicemente potreste non avere i mezzi per posizionarlo adeguatamente ad un pubblico che lo renda economicamente sostenibile: se si tratta di un progetto molto ambizioso, eventuali partner vorranno avere garanzie economiche estremamente solide, senza le quali ciàps idea geniale.

In più, nella maggior parte delle nicchie lavorative, le buone idee vengono contemporaneamente a molte persone (visto che molte persone hanno nello stesso momento le stesse esigenze) ed in genere vince chi è più veloce o ha più mezzi in partenza. L'ideale sarebbe fare prodotti a basso tasso di ingegnerizzazione e ad alta redditività, e di questo parleremo ampiamente nel capitolo "una fetta di culo tagliata fine".

Anche i **servizi**, invece - tornando sulla terra - possono essere estremamente redditizi, ma con caratteristiche completamente diverse. Sì, chiaro: il megapresidente di un'azienda prende milioni di euro, ma non vende strettamente servizi, vende competenze che non si misurano nelle ore di lavoro che sta davanti ad una scrivania. Per noi mortali liberi professionisti non stipendiati, invece, funziona un po' diversamente.

Se siete dei liberi professionisti, avete otto (dieci, ventinove) ore al giorno disponibili. Se le vostre competenze sono tali da poter esigere - per esempio - cinquanta euro all'ora - che non sono pochi, visto che la maggior parte della gente stipendiata viene pagata - al netto delle tasse - tra i quattro e i venti euro all'ora - fate il conto, ci si sta poco, è anche vero che uno stipendiato prende quei soldi COMUNQUE, anche in caso di malattia, gravidanza, o anche solo se si sta grattando con un forcone sul pubblico posto. Il vostro cinquantello orario è POTENZIALE: potete chiederli, ma non è detto che ci sia per ogni ora chi ve li possa fornire, per mancanza di clienti o saturazione del mercato. Ed è molto frustrante essere sottoimpiegati: potrei, ma non ho.

Il concetto che inoltre vorrei vi fosse orribilmente chiaro è che quelle ore che voi farete pagare ai vostri clienti cinquanta euro all'ora, **DEVONO RENDERE ANCHE A VOI** cinquanta euro all'ora. In un certo senso, costano anche a voi cinquanta euro all'ora, perché sennò ci andate in perdita sulla prospettiva che vi siete fatti.

Non solo potreste non avere sempre lavoro, ma anche quando ne avete lo sfruttate male.

Possono esserci gli occasionali lavori ben pagati che farete in un lampo, ma, vogliate credermi, sono purtroppo più l'eccezione che la regola. Di fronte a queste considerazioni sarete costretti a prendere un po' di decisioni che, se siete degli orsetti, non saranno sempre facili, e vi verrà da dire: "bon dai, ma è una cosa che posso fare in cinque minuti, non sto a fatturarglielo". Decidetelo voi, chiaro che se ve lo chiedono queiclientilì ci passerete sopra, ma c'è una regola fondamentale da ricordarsi: NON esistono lavori da "cinque minuti". PER NESSUNO.

TUTTI i lavori tendono ad occupare la maggior parte dello spazio possibile. E i lavori piccoli "rubano" preziosa attenzione ai lavori "grossi" che per loro natura richiedono maggiore concentrazione e che in genere sono più importanti e redditizi. In media, dato statistico, recuperare il focus su un argomento impegnativo e "grosso" richiede tra i quindici ed i minuti. E ogni distrazione, per quanto minima, compromette gravemente le tempistiche del lavoro grosso che, DI NORMA, è quello che vi dà i soldi maggiori. Sono un convinto assertore di una mia personale interpretazione della "tecnica Pomodoro", ovvero di lavorare a routines da almeno venticinque minuti. C'è perfino la app aggràtise che fa un bel dìn tipo microonde.

Se si lavora su una cosa, si lavora su quella cosa per almeno TRENTA minuti, non un minuto di più o uno di meno, e poi PAUSA. Se si finisce prima il "lavoretto", beh, si cerca di migliorare quanto c'è già, dando spesso la (*appropriata*) idea al cliente che è davvero SEGUITO ed IN-CORAGGIATO ad investire sul proprio lavoro: un piccolo miglioramento imprevisto "compreso nel prezzo" fa piacere a tutti.

Seconda considerazione:

se siete degli architetti, vi troverete ad improvvisarvi arredatori di interni. Se siete dei programmatori, prima o poi vi troverete nella necessità di fare ore di orrendo data entry ("copiami su file Excel l'elenco telefonico di Calcutta in ordine inverso"). Se siete dei fonici, a perdere ore a riversare quantità gargantuane di dati in giro per hard disk invece di mixare o registrare. Qualunque specializzazione voi abbiate, prima o poi vi troverete a fare l'errore di cercare di "fare tutto per risparmiare". **Di nuovo, sbagliato, sbagliato, sbagliato.**

La cifra che vi viene pagata come tariffa oraria è un **MASSIMALE** che voi definite a seconda delle vostre specializzazioni: se siete l'unico allevatore di unicorni del pianeta, potete chiedere qualunque cifra voi vogliate (*per i minipony stiamo aspettando le nuove aliquote della confcommercio, nb*), ma quella cifra viene pagata a fronte delle vostre competenze. Se farete regolarmente lavori dove sono richieste competenze minori, sarete il vostro peggior nemico, altro che il fisco. E non solo perché guadagnerete di meno, ma perché non avrete modo di far fruttare - e sviluppare - le vostre competenze principali.

Conto della serva presto fatto: se il vostro lavoro costa cinquanta euro all'ora, A VOI fare data entry su un sito costa cinquanta euro all'ora. E ogni ora di data entry che farete voi perderete la possibilità di usare quello stesso tempo per cercare lavori più remunerativi: datelo in subappalto a qualcun'altro, pagandogliene ad es. venticinque all'ora, una

cifra adeguata per quella specifica; risparmierete venticinque euro del VOSTRO DENARO, perché **il vostro lavoro COSTA. ANCHE A VOI** e voi potrete guadagnarne **ALTRI** cinquanta. E sarete in grado di fornire al vostro cliente tempistiche migliori, visto che voi nel frattempo vi concentrerete sulle cose più impegnative. O prendere altri lavori ancora, aumentando il fatturato e il giro di lavoro. Non abbiate paura di far lavorare altri per voi, mai. Creare lavoro è cosa buona e giusta.

Ricordate anche la regola magica: "giovane" non è sinonimo di "gratis" in nessuna lingua. Un ragazzo può venire "a bottega" da voi ed imparare il mestiere, ma anche se meno di un cinquantenne con vent'anni di esperienza VA PAGATO. Chi non paga ha un solo nome e nessun sinonimo: infame.



Postilla: parlando di Marketing, se volete approfondire l'argomento - visto che vendere sarà parte della vostra vita - vi consiglio di leggere **Philip Kotler - Marketing Management**. E' un tomo spaventoso e terribile di ottocento pagine, terrore di ogni studente di marketing, e sta a questo manualetto come la casa di Barbie sta alla Piramide di Giza, ma davvero, è tutto lì, scritto benissimo, tipo "OH MIO DIO ECCO CHI HA UCCISO LAURA PALMER".

Non inventatevi regole da soli, farete fatica e perderete tempo prezioso: le regole ci sono già e sono scritte con chiarezza. Non fatevi intimorire preventivamente dalla sua mole: d'altronde, come dice il proverbio, "l'elefante si mangia a pezzi piccoli".

18. NELLO STRAZIO NESSUNO PUÒ SENTIRVI URLARE.

Voi fate un lavoro ripetitivo.

Qualunque esso sia, salvo rarissime, ingiustificate eccezioni, anche se siete un creativo, fate un lavoro ripetitivo: dopo un anno che lo farete, avrete già acquisito un'esperienza di molti dei vostri problemi più frequenti. Avrete acquisito degli strumenti di lavoro, e dei metodi che migliorerete con il tempo. Qualunque lavoro voi facciate, dopo un po' andrete a memoria come il Milan di Sacchi. E questo per voi è una fortuna enorme, perché questo significa che commetterete sempre meno

errori e perdite di tempo. In teoria.

In pratica, ogni professione ha i suoi "vizi", che non dipendono solo dalle periodiche ondate di fancazzismo o di sciagurata pausa forzata di ogni professione, ma anche dal fatto che ogni nuova esperienza fa scoprire nuovi problemi.

Segnateli su un foglio di carta. O su un tool online, come vi pare, ma la carta per qualche ragione "di pancia" spesso permette una lettura con esiti diversi. Analizzateli: una volta a settimana, guardate come avete impiegato il vostro tempo. Perché ho perso 3 ore per una cosa che dovrebbe chiedermi cinque minuti? E soprattutto: come posso evitarmelo la prossima volta? Tanto, anche se il vostro mestiere cambia lentamente con il corso del tempo, resta comunque un processo di apprendimento continuo. Di solito queste cose si imparano, ma senza metodo, in più tempo. E visto che potreste fare questo lavoro per tutta la vita, ne vale la pena.

Nel film "Magnolia" uno degli attori sul letto di morte esclama "Questa vita... è così difficile. Così lunga. La vita non è corta, è lunga. È lunga, porca puttana". E anche voi non imparerete mai abbastanza del vostro lavoro, perché, nel lunghissimo termine, anche se siete un pastore che usa tecniche millennarie, il vostro orizzonte si sposterà impercettibilmente sempre un po' più in là. Ma, sempre nel lunghissimo termine, potrete trovare delle regole, personali e vostre, di assoluta efficacia.

Un economista nato nel 1848 - non esattamente un new millennial, per così dire, nonostante il nome da hipster - **Vilfredo Pareto**, formulò il suo omonimo Principio di Pareto, poi perfezionato da Joseph Juran nel principio dell'80/20, che asserisce che - nei grandi numeri - *la maggior parte degli effetti è dovuta ad un numero ristretto di cause.* E che in soldoni, con il 20% dei prodotti di un'azienda manifatturiera multiprodotto si realizza l'80% del fatturato, il 20% dei componenti di un prodotto costituisce l'80% del suo valore e - nel nostro caso specifico - **il 20% del tempo produce l'80% dei risultati dell'intera giornata di lavoro.**

E questo non perché voi non siate bravi nel vostro lavoro, ma perché sono i margini di imprevedibilità sul singolo lavoro a occupare la maggior parte del vostro tempo.

Ma anche l'imprevedibilità - anche a fronte di un lavoro creativo - dopo un po' si assottiglia ad un numero sempre minore di casistiche che potrete tracciare e cercare di mitigare. Con dieci minuti - dieci - di analisi settimanale potrete capire perché martedì avete spaccato e fatto tremila cose e il giovedì eravate inerti come un capodoglio spiaggiato.

Si, certo, a volte è l'imprevedibilità a essere più creativa persino di voi, ma nel lungo termine, potrete trovare delle regole per batterla.

9. CONTRATTO SI, CONTRATTO NO, LA TERRA DEI BACHI

A proposito di imprevisti: pensare che un rapporto di lavoro si risolva solo in una fattura è adolescenziale e sciocco. Chiunque abbia fatto un lavoro come professionista sa che serve ANCHE un contratto.

La risposta è: contratto Sì. SEMPRE, ED IN OGNI CASO.

Premesso che qualunque contratto al mondo è contestabile ed impugnabile ed in genere gli avvocati più forti vincono, è bene definire i **Sì** e i

CAZZO NO di ogni lavoro. Far firmare un contratto, con relativo foglio di fornitura, all'atto di accettazione del preventivo, con l'elenco delle caratteristiche del lavoro, significa di certo non evitare ma porre un severo freno alla "sindrome di San Patrizio" di un lavoro. E significa anche non avere conseguenze post-vendita gravi che possono darvi SERI, REALI problemi economici.

OK, CI HAI LAVORATO SOPRA UN MESE, MA ORA, FACENDOLO GUARDARE A MIA ZIA (CHE NE SA) VORREI CHE IL MIO SITO FOSSE MENO RETTANGOLARE. CAMBIA TUTTO PER DOMANI O NON TI PAGO.

> "C'E' TROPPO BIANCO, ED E' UN BIANCO TROPPO BIANCO. HO VENDUTO MENO PER COLPA DEL TUO TROPPO BIANCO".

"UN METEORITE E' CADUTO SUL SERVER. ORA MI PAGHI I DANNI TU".

"QUANDO LE FOTO SI APRONO DEVE RISUONARE LA MUSICA DI GUERRE STELLARI, MA TIPO CHE QUANDO SI APRE UNA POI DEVE MUTIZZARSI CHIUDENDOLA E QUANDO RIAPRI LA SUCCESSIVA DEVE RIPARTIRE DA DOVE ERA RIMASTA A TEMPO. SI, GRATIS. COSA VUOL DIRE CHE "STAI ANDANDO IN PRONTO SOCCORSO"? RINGRAZIAMI CHE TI FACCIO LAVORARE!! Conoscete lo stile. E come me lo odiate. Lo odiate a morte.

La maggior parte delle "modifichine da cinque minuti" tendono a portare via ore PREZIOSISSIME e NON PAGATE di lavoro.

Siate tassonomici su questo; fate esercizio davanti allo specchio del bagno se necessario. Senza essere sgarbati, ma con fermezza, ricordate al cliente che **PAGARE MONETA VEDERE CAMMELLO**.

La magica regola "le modifiche qui non comprese verranno fatturate in base al servizio orario" scritto sul preventivo CHE FARETE FIRMARE AL CLIENTE è un ottimo modo per fargli passare gli sfizi notturni su eventuali variazioni cromatiche di un sito praticamente finito. Si, certo, te lo cambio: paga. **Quindi: CONTRATTO, gente. Sempre.**

Esempio per chi fa web: esistono due tipi di clienti

- A) quelli che VOGLIONO usare il sito.
- **B) quelli che NON VOGLIONO usare il sito,** che forse vorrebbero, eh, ma è difficile, io non ne so, però dovrei potere, eh. Qualunque cifra farete pagare di assistenza, sarà sempre ESO-SA. La richiesta di cinquanta euro per un aggiornamento farà passare gli Stati Uniti in default, creerà una faglia tettonica nel mar Ionio e ridurrà sotto shock l'intera Birmania.

A fronte di questo, il trucco c'è, e si chiama **SCREENCAST**. Se non sapete che cos'è uno screencast, tornate al punto 2 e ritirate il dado senza prendere le ventimila lire. Lo screencast significa preparare un VIDEO per il proprio cliente (che fatturerete per una cifra simbolica) che mostra, sul suo sito, catturandone lo schermo, come si aggiunge una notizia, cliccando qui, come si mette una foto, cliccando lì, come si fa questo e quello, sul LORO PROPRIO SITO.

Il primo tipo di cliente, allora, si vedrà i video, e quando non riuscirà a fare cose potrete emettergli senza timore una fattura di assistenza perché avrà capito di persona il valore e la specializzazione del vostro lavoro. Il secondo tipo di cliente, visto il video e scoraggiatosi al minuto due, vi chiamerà e farà fare il lavoro a voi previa fattura senza troppe storie.

"E vissero tutti felici e contenti"

20. RESPONSABILITÀ E PROPRIETÀ INTELLETTUALE.

La tentazione di mettersi a fare e-commerce usando *quelprogrammino-facilelì* è fortissima: non è difficile far capire ad un cliente che un e-commerce costa tanto, anche perché - di nuovo - richiede una **ASSUNZIONE DI RESPONSABILITA'**; è più difficile sapere che un programma di gestione vendite, specie se passa per quel particolare sistema di sportello bancario della Banca Popolare di Scampia può avere un MARE di implicazioni e complicazioni tali da farvi rimpiangere di essere nati.

CONTRATTUALMENTE vanno sempre definite le RESPONSABILITA' e i DOVERI delle parti contrattuali.

Laddove non vengano definite fa fronte la legislazione ordinaria in materia. Quindi non è che esista un "tana libera tutti" se fate finta di niente e non c'è sul contratto: **rischiate grosso, altroché.** Possono anche portarvi via casa, se è cosa.

Se state pensando che io voglia mettervi paura, si, avete ragione, voglio mettervi paura. Ma lo dico per voi: meglio che lo faccia io ora che sia un ufficiale giudiziario a farlo domani. OCCHIO a non farvi irretire dalla storia dei "precedenti" che sentite nei telefilm americani: tra la "Common law" americana, e la nostra "Civil law" corrono belle differenze. Non fidatevi del vostro intuito: non inventatevi avvocati con Google e Wikipedia. C'è gente pagata, preparata ed aggressiva là fuori.

Uno dei punti più importanti, per esempio, per chi costruisca un sito è che non deve essere in ALCUNA maniera responsabile dei contenuti del sito o della loro veridicità: se il nostro cliente termina la scatola del Prozac e va fuori di testa, nessuno deve poter denunciare noi. Questo va CONTRATTUALIZZATO. Se il sito va giù, un cliente può denunciare - in casi estremi e comprovabili - l'autore per mancato guadagno. Se fate il sito e non ha traffico e il cliente cerca di dare la colpa a voi, dovete avere il culo parato. Va tutto contrattualizzato, come che FINO ALL'AV-VENUTO, COMPLETO PAGAMENTO del lavoro la proprietà intellettuale del medesimo è dell'autore. Per legge, chi compra un sito, alla fine del sito, salvo diversa contrattualizzazione, ne è TOTALMENTE proprietario: grafica, motore, tutto. **Bello, giusto, vero: però prima finisci di pagare.**

Cosa succede dopo la fine dell'amore tra voi ed il cliente?

Ok, avete fatto il lavoro, e l'avete firmato: magari avete vinto anche il premio "Orzaiolo d'oro 2013". Solo che ad un certo punto, per mille possibili ragioni, non vi volete più bene.

In tal caso, salvo diverso accordo SCRITTO, il lavoro RESTA PROPRIETA' del vostro cliente. PUNTO.

Se la proprietà intellettuale di quanto fatto resta vostra lui può farne ciò che vuole, anche farlo scomparire o darlo in mano a terzi.

Se voi credete che tali terzi che vi hanno seguito siano molto peggiori di voi e possano ledere, con i loro interventi, al vostro buon nome, l'unica cosa che potete fare è chiedere che venga tolto il vostro nome. Magari non è una buona notizia, ma di certo non è un danno.

PARTE 3:

LO ZEN E L'ARTE DELLA MANUTENZIONE DEL LAVORATORE INDIPENDENTE

"Uccidere draghi e salvare principesse è facile: la parte difficile è "e vissero felici e contenti""

(antico proverbio cinese inventato da me)

21. LA VITA PRIVATA, ED ALTRE LEGGENDE METROPOLITANE

Ho lavorato per anni per festival musicali ed eventi. La prima caratteristica richiesta, a monte, era "sii un pompiere". Se alle tre di notte Elton John dichiara che la fricassea di zucca con la panna e curry è la figata del giorno, una sirena suonerà svegliandoti di soprassalto e tu, scendendo seminudo (ouch!) da un palo da pompiere, dovrai aggiornare il sito con la foto di una fricassea fotomontata con Elton John coperto di curry (grazie, content manager), e deve essere su in due minuti CHE SENNO'.

Se quando si è *bubez* l'abnegazione da samurai giapponese è segno di bravura; da professionisti lo è, ma può essere anche segno di immaturità: un idraulico vi fa aspettare anche una settimana per un rubinetto che gocciola, e così anche voi avrete i vostri tempi.

Chiaro, senza strafare, ma non bisogna abituare al fatto che noi ci siamo SEMPRE E COMUNQUE E GRATIS. Non sviliamo la nostra professionalità.

Esiste una proposta di legge francese che propone di vietare l'obbligo della lettura delle email dopo il normale orario di lavoro. E mi pare sacrosanta, e da seguire: mio padre era un fisico nucleare, e quando ero bimbo, negli anni settanta, facevamo anche più di un mese di vacanze di fila. E, guarda un po', anche senza mail, l'universo scorreva placido come il suo solito.

Attenzione anche alla "sindrome dello smartphone": se siete in giro con la fidanzata, non sarà felice di vedervi costantemente scaccolare lo schermo per controllare le email di lavoro. E non fatelo solo per lei: fatelo soprattutto e prima di tutto per rispettare voi stessi.

Anche le tempistiche si pagano.

"Per domani" a casa mia vuol dire "tariffa doppia".

La parola "urgente" non suscita in me grandi emozioni: lo fa la invece la parola "bonifico". Non scapicollatevi a finire i lavori entro ieri

per fatturarli più velocemente, specie quando i clienti hanno in progetto di pagarvi più in là.

IL CLIENTE VA RISPETTATO, e UN BRUTTO LAVORO RENDE BRUTTI

VOI PER PRIMI. NORMALMENTE al cliente, a meno di scadenze impossibili (*per i quali in genere si è mosso lui per primo troppo tardi*) non importa di avere il lavoro una settimana dopo quanto di avere un lavoro BEN fatto, che magari vada anche su Internet Exploder e non inchiodi il server ogni volta che caricate un'immagine.

Più professionali siete in questo, più bella figura farete con dei clienti SERI. E voi volete solo avere clienti SERI, no?

Siate REALISTICI nel calcolare le vostre tempistiche

se per il cliente è ok, una settimana in più di tempo per voi può fare una GROSSA differenza. La differenza che c'è tra dormire due ore a notte e vedere i marzianini di Space Invaders ogni volta che chiudete le palpebre e dormire sei ore a notte (fate siti, pensavate di dormire di più?) e magari bere una birra e parlare di giocoleria e di prog-metal finlandese con gli altri nerd ogni tanto.

Se le tempistiche sono concordate, ed accettate, farete sicuramente più bella figura a finire dopo che a perdere il triplo del tempo ad inseguire errori.



IMPORTANTE: scrivete sempre sul preventivo una cosa del tipo "tempistiche per la realizzazione del lavoro: tre settimane DAL-LA CONSEGNA COMPLETA DEL MATERIALE". Attenzione perché questo è ESSENZIALE: uno perché spesso quando si tratta di consegnare il materiale il cliente va (poverino) nel pallone, fa le corse e vi passa dei testi che no, aspetta, qui ci va scritto Duca Conte Serbelloni Mazzanti Vien dal Mare con la d minuscola e non Duchi Conti, e dopodomani il fotografo del matrimonio mi deve passare le jpg in alta risoluzione, e due perché comunque avere tutto il materiale è LA BASE per fare il lavoro come si deve.

DISABILITATE IL DOWNLOAD AUTOMATICO DELLA POSTA.

"CooooOOOooooa?" diranno i nostri piccoli lettori, abituati ad essere pingati, pushati, mailati, wazzappati ad ogni piè sospinto.

Sì, avete letto bene: disabilitate il download automatico della mail. La mail si guarda all'arrivo in ufficio, a metà mattinata, tornati dalla pausa pranzo (o presunta tale) e due ore prima di uscire. Quattro volte al giorno, MASSIMO.

Perché? Ovvio: nessuno vi dice di non essere solleciti, valuterete voi

stessi a quale caso rispondere di volta in volta. Ma le mail che si tramutano in conversazioni, specie se con due o più persone, sono faticose e interrompono costantemente la concentrazione per messaggi come "sì" "no" "lasciamici ponderare per almeno altri otto nanosecondi e poi ti mando altre sei mail con allegati giganteschi ed inutili". Disabilitate. E se ce la fate e non entrate in crisi patologica da margine di attenzione, anche le chat di Facebook e Skype. Già. La maggior parte dell'universo, reali d'Inghilterra compresi, possono aspettare un pochino per una risposta.

22. MODELLO NEGATIVO

Qui, vi avviso, le sentirò, e mi attirerò critiche di essere presuntuoso ed egocentrico. Ma non mi importa; voglio dire: lo sono. Amen.

Lo stereotipo del nerd genio del computer ma sudato, obeso e con i capelli unti, se c'è ancora, DEVE FINIRE. E ve lo dico io, che nei primi anni di attività ho preso TRENTA chili. Yes: da ottantacinque a centoquindici, vecchio mio. Un bel wurstelotto con le braccia, sissignore.

Il corpo è uno strumento di lavoro ESSENZIALE.

Il rispetto delle vostre ore di sonno e della vostra vita personale sono VITALI: se non dormirete, i vostri cicli dell'insulina salteranno e diventerete delle polpette con i capelli. Lavorerete in maniera deconcentrata, improduttiva. La vostra vita personale sarà difficile da gestire, mangerete in maniera scorretta, la qualità generale della vostra vita peggiorerà: a fronte di fatture in sempiterno ritardo, irritazione per clienti nevrotici e la rarefazione sempre maggiore della propria vita sociale e sessuale, vi sarà sempre più difficile essere felici.

E se non siete felici, state sprecando il vostro tempo concesso su questo pianeta.

Presentarsi davanti ad un cliente in stati deplorevoli, o ben vestiti e pettinati, riposati e sorridenti, forse non cambierà la sua stima nei vostri confronti: dopotutto è il vostro lavoro che conta, no? Beh, però cambierà la VOSTRA stima e sicurezza nei VOSTRI PROPRI confronti, e forse correggerà un po' la vostra opinione di voi stessi e i vostri preventivi verso l'alto.

Esempio pratico:

Fulvio Romanin 2009, Fulvio Romanin 2011, Fulvio Romanin 2015

BADA: non vogliate pensare che mi erga a modello, anzi: se mai sono stato un modello, sono stato un modello negativo, un "tutto quello che non dovreste fare". Tipo che nelle pubblicità "prima e dopo" farei di norma il "prima". Ma come tutti quelli che sperimentano le cose per primi, sono un po' una cavia al posto vostro.

Il mio consiglio è: imparate dai miei sbagli, risparmiatevi la fatica.

Il Fulvio Romanin 2009, autodidatta dal 2000, partiva dall'assunto erroneo "il lavoro migliore si fa di notte". **FALSO FALSO FALSO.**Certo: la notte i telefoni non suonano, le mail non arrivano, le distrazioni non ci sono. Ma se non ci sono, ve le creerete voi, perché lavorare STANCA e di notte è facile sentirsi soli e un po' avviliti di stare lì a lavorare mentre il mondo se la spassa bailando la conga, *a la derecha, a la cintura*. Allora ci si distrae, si chatta con estranee loquaci quanto problematiche (*voglio dire, se sono sveglie alle cinque del mattino e parlano con estranei, è plausibile che siano tipe un po' incasinate...) ed il lavoro rallenta.*

Giornata tipo di Fulvio 2008

10.30, 11 sveglia. Pipì mentre il computer si accende (*giuro, nda*), spostamento nell'altra stanza di casa adibita ad ufficio. Lettura delle mail, prime emergenze da sistemare. Appena sveglio, già telefoni che suonano e clienti incazzati. Del resto loro sono svegli da ore. Uff.

13.00 pranzo: due tranci di pizza (*daje de carboidrati*) nella pizzeria al taglio del paese. Coca cola.

14.00 pisolino epatico sul divano. Borborigmi vari. Sveglia ore 15.30, cicli degli zuccheri saltati, digestione rallentata. Tè freddo per svegliarsi. Concentrazione bassa. Profanità.

16.00-17.00 fine dell'interfaccia con i clienti (*che alle 17 escono dall'ufficio e quindi sono di fretta e di solito nervosetti*) e fino alle 20.00, fase produttiva del lavoro pre-cena.

20.00 momento di coma post-cena (*carbonara, o cena dai miei*). Tempo dedicato alla musica o al relax fino alle 23.30

23.30-04.00 rincorsa alle scadenze lavorative, grandi dosi di tè freddo. Occasionale tachicardia e insonnia. Rabbia se mancano informazioni e toccherà aspettare la mattina dopo per averle.

Una comunissima vita da nerd, che raggiunge i 115kg e al MEI 2009 si deve far fare antidolorifici da cavallo per stare in piedi per il maldischiena dovuto al sovrappeso. Organizzazione del lavoro? Zero.

Un nerd che il primo gennaio del 2010 dice basta. E in sei mesi, cambiando stile di vita, perde venticinque chili senza nemmeno ammazzarsi nel farlo.

Giornata tipo di Fulvio 2011

08.30-09.30 sveglia, a seconda degli impegni serali.

30 minuti di wii fit (step, guardando un buon film) e a seguire "saluto al sole" yoga per la schiena o "cat vomit exercise" per gli addominali.

Doccia (obbligatoria per evitare di puzzare di brontosauro), rasatura, toelètta. Trasferimento in ufficio, e colazione al bar: caffè caldo, cornetto, acqua gassata. Yes y'all. UFFICIO: come si è detto qualche paragrafo fa.

10.00 arrivo in ufficio, apertura mail, e disbrigo del lavoro "piccolo"

12.50 tramezzino al bar, acqua gassata. Ci siamo svegliati tre ore fa e, esclusa la ginnastica, siamo stati seduti a ticchettare su una tastiera, che ce ne facciamo delle dodicimila calorie di due tranci di pizza? Una cosa veloce per fermare lo stomaco sarà più che sufficiente. Se necessario (e qui bisognerebbe essere disciplinati abbastanza dal distinguere FAME da APPETITO) un piccolo snack (una brioche, una barretta energetica) alle ore 16.00 ci sta tutto.

13.00 tra lo stupore di colleghi ed avventori del bar, con un tempo da cambio gomme Ferrari (in una gara "giusta") rientrate al lavoro: orario continuato, yes ma'am. Ma VOI, non i vostri clienti. Questa cosa vi dà una fascia oraria tra le 13.00 e le 15.00 dove normalmente i vostri clienti se non sono in pausa pranzo sono nella leggera apatia successiva, o hanno grane proprie da sbrigare: le mail riappaiono per magia verso le 15.30, in genere.

Una fascia oraria PREZIOSISSIMA di due ore, nella quale siete svegli, concentrati, tonici e sfamati, senza la frustrazione di "salto la pausa pranzo". Il contrario della fascia notturna del Fulvio Romanin 2009.

18.30-19.30 termine dell'orario di lavoro. Avrete lavorato otto, nove ore filate. Otto, nove PRODUTTIVE ore filate. Se fate il conto del Fulvio Romanin 2009, ce ne sono altrettante, ma sparpagliate a caso lungo la giornata, e probabilmente meno proficue, di conseguenza. Se uscite dal lavoro sia alle 18.30 che alle 19.30 avrete tempo per fare spesa, qualche pratica, un aperitivo, cenetta con la fidanzata (pochi carboidrati, poca pasta, niente pane, carne bianca, verdura, alcoolici ammessi. Voi questo, non lei, che lei è in gamba e a sé stessa ci pensa da sola).

E la sera?

Salvo casi di scadenze clamorose, la sera, ebbene sì, è VOSTRA. Potete farne quello che vi pare: basta che andiate a dormire entro le 2.30. Vi pare poco?

Giornata tipo di Fulvio 2015

Un giorno, per caso, Fulvio sbatte a 240 all'ora su una relazione importante: riincontra Beatrice, conosciuta anni prima, e si innamora fino ad ustionarsi. "Forse mi piace" minimizza guappeggiando con gli amici. Storie: è disperatamente cotto.

Dopo otto mesi, Beatrice, che è a lavorare a Padova, torna a vivere ad Udine, a casa di Fulvio, sissignore. E trova lavoro a cento metri in linea d'aria dall'ufficio di Fulvio (*musica di arpe, crescendo di violini*). Alché l'amato Romanin rimodifica le sue abitudini alimentari. Ricomincia a pranzare, ricomincia a mangiare la sera. E rimette su panza. Non la mostruosità di prima, ma un cinque-sei chili di benessere familiare li rimette, complice anche una certa negligenza verso la Wii Fit.

A dimostrazione, questo, che anche le regole valgono per un po': se siete single, e siete padroni del vostro tempo, è tutto bello e tutto facile (*relativamente al tempo, ovvio*). Se cominciate ad avere un partner, o dei figli, patatrac, le belle regolette di anni prima cambiano, e rieccoci qua. Non vi preoccupate, fare un po' di "fisarmonica" di peso è normalissimo. Cercate solo di non lasciarvi andare e non raccontarvi bugie sul come state davvero. Su certe cose però sono rimasto fermo:

- non mi sfondo di cibo; sicuramente mangio a pranzo e questo, visto il mio metabolismo "un ghiacciaio in confronto è Speedy Gonzales" mi ha fatto aumentare di peso. Ma niente di che.

- continuo a fare movimento. Mi sono segnato in palestra: è piena di attrezzi bellissimi dove si agita gente gonfia; penso che abbiano una qualche loro utilità. Vado alle sette e mezza del mattino prima del lavoro (*viso pallido non mente, augh*) e mi piace anche: la cosa mi preoccupa un po'. Vi terrò inforNati.

- alle 18.30 accompagno Giulio e Valentino, l'altro nostro socio, in stazione, e poi BASTA, che se prima lavoravo ancora mezz'ora, no, dai, un'ora, il fatto di avere tempi fissi (*portare i soci in stazione, riprendere Beatrice dal lavoro*) mi impone scadenze. Il che, notate bene, è UN BENE. Di nuovo: **la vita ha la precedenza sul lavoro**. Ho un computer a casa, ma lo uso più per fare nottata a fare cose come questo manualetto (*divertendomi nello scriverlo, nb*) che a lavorare fino all'alba come una volta.

E se non è il lavoro a dare la felicità, sicuramente può rendere molto infelici.

23. HOLIDAY / CELEBRATE.

"Cerco l'estate tutto l'anno / e all'improvviso / eccola qua" cantava il molleggiato. L'estate: che meravigliosi ricordi di vacanze al mare, rincorse innamorate lungo la spiaggia al tramonto e baci rubati stesi abbracciati mentre la marea dolcemente sale.

Si, son ricordi presi in prestito da un **vecchio videoclip americano**, eh: voi eravate a lavorare. Dietro minaccia (*dicendomi che ero incinto, nda*) l'amico Aliosha di cui sopra mi ha fatto leggere "The 4 hour workweek", di Tim Ferriss, un ottimo cocktail - che vi consiglio di approfondire - di brillanti intuizioni imprenditoriali miste a qualche palese americanata ("come fai a lavorare di meno? affitti un Indiano". Evviva!).

Un concetto affascinante che espone è quello dei mini-retirements, le mini pensioni. Se il concetto - che lui spiega molto bene - vi incuriosisce vi invito a leggere il suo libro.

Qui ve ne faccio una breve parafrasi a prova di tòtano.

Nell'epoca in cui il mondo del lavoro era ancora semplice, non era nulla di inconsueto o di folle prendersi uno, due mesi di ferie con la famiglia al mare. Eppure, pazzesco! Il mondo continuava lo stesso! E problemi orrendamente urgenti venivano risolti due mesi dopo con la placidità che (*quasi*) sempre meriterebbero.

Non creiamo falsi miti dell'età dell'oro: anche l'epoca aveva i suoi problemi. Nondimeno, come insegna il buon Ferriss, è inutile lavorare come somari per decenni aspettando i settantadue anni dove finalmente avrai una favolosa pensione minima da scialacquare tra cavolfiori e sottilette, e nel frattempo tirare la cinghia tra sciatica e poca voglia di fare cento metri che ti separano dalla balera dove mettono quella bella *trap* di quando eri una fanciulla in fiore.

Ferriss suggerisce dei *mini-retirements*: automatizzare talmente tanto il lavoro dei tuoi sottoposti che tu puoi sparirtene per sei mesi alle Figi impunemente. A lui riesce, eh, è un nuovo miliardario ammeregano. A me che non sono figlio della Roma Bene ma sono figlio della Roma noncemalegraziegrazieadiononcipossiamolamentare viene un po' difficilino da pensare. Si, è mejo lui, eh.

Nondimeno, un approccio più moderato ed abbordabile è:

UNA SETTIMANA DI FERIE ogni QUATTRO MESI.

Dai, piantatela di fare i martiri con le occhiaie di Vuitton e le stimmate da mouse con "non vado in ferie dal 1931": non commuovete nessuno. Veramente. Non gliene frega niente a nessuno.

Se una settimana di ferie la può affrontare anche Obama, figuriamoci voi. Se ci pensate bene sono cinque giorni di lavoro non perduto ma solo brevemente rimandato: se rimandaste il lavoro di quei giorni all'interno di un normale workflow probabilmente nemmeno ve ne accorgereste. E così i vostri clienti. Se vi organizzate bene, potete partire il venerdì sera e tornare il lunedì mattina successivo, e sono quasi DIECI giorni di vacanza. Ed è un programma terribilmente abbordabile.

Con dieci giorni probabilmente non riuscirete a visitare tutta la penisola iberica, no. Ma magari vi farete una settimana abbondante da quel cugino che fa lo scultore di pizze a Londra e che volevate andare a trovare da anni. E lo sapete meglio di me: ci sono dei voli che costano talmente poco che non andare ad esempio in una città splendida e favolosamente economica come Berlino è un crimine. In una settimana la testa si snebbia bene, e problemi che sembravano enormi riassumono proporzioni più umane, le nevrosi si rilassano, e l'impulso sessuale torna a farsi sentire fiero e rigoglioso.

Ma per fare questo, prima di tutto:

SPEGNETE IL CELLULARE

"Cooooosa?" diranno i nostri piccoli lettori. Ebbene sì, gente: la REPERIBILITA' si paga, come dicevamo prima. Se avete uno smart-phone potrete controllare la posta dal cellulare, DUE volte al giorno se siete in ferie. La cosa furbissima (visto anche i tempi di spegnimento e accensione biblici di certi smartphone) è metterlo in "Modalità aereo": non riceve nulla, non sta ore a spegnersi ed accendersi e potete fare lo stesso quella foto ad una fidanzata finalmente sorridente. Se proprio non ce la fate, ci sono tante applicazioni (io uso Agent per Android, per esempio) che da una certa ora in poi possono "filtrare" le chiamate. Mamma e fidanzata sì, cliente ossessivo no, per esempio.

EDUCATE LA GENTE AL VALORE DEL VOSTRO TEMPO.

Affrontiamo una cosa, una volta per tutte: alla gente piace chiamare per scaricarsi dal pensiero che gli risolviate voi i loro problemi, e, se li vizierete a questo, sarà sempre minore la soglia per la quale vi chiameranno. "L'ipad non si accende: chiamo Fulvio, forse non dipende dal fatto che non lo attacco alla presa di corrente da mesi. Lui per certo saprà ajutarmi, anche se è in ferie e sta dormendo; fa web, ovvio che alle 04.36 è sveglio". Se siete stati bravi ad organizzare il lavoro e non avete scadenze drammatiche per la settimana di rientro, l'80% delle telefonate che potreste ricevere (grazie, di nuovo, Principio di Pareto) sarà assolutamente irrilevante o quantomeno non urgente.

Tua madre ti ha già chiamato: se stai visitando il mastodontico Kunsthistorische Museum di Vienna, è inutile che ti chiami per sapere cosa vorrai per cena quando rientri lunedì prossimo.

AVVISATE CON AMPIO ANTICIPO

mail cumulativa un mese prima ai clienti con "si avvisa che il dott. Quagliarulo sarà assente per un corso di aggiornamento (*tiè*, *voglio vedere chi mi dice niente*, *nda*) dal 1 al 9 febbraio 2015. Sarà comunque raggiungibile via mail e risponderà alle mail quanto prima gli sarà possibile"

NON NON NON (ho detto NON, se non l'avete notato) PORTATE NULLA DI LAVORO IN FERIE

Anche se sembra un ottimo momento per leggere sotto l'ombrellone quel bel trattato corposo che rimandate da sempre. NON portatelo. Vi farete venire sensi di colpa, e non lo leggerete mai, se non estremamente malvolentieri. In vacanza **PERDETEVI**: lasciatevi andare, girate in posti che non conoscete tanto per perdere tempo, lasciatevi vivere, mangiate cose che non avete mai provato: se siete dei creativi avrete SEMPRE bisogno di nuove emozioni e suggestioni per non rinchiudervi sempre nelle stesse formule. *Dépaysement*, dicono giustamente i francesi.

Piccolissimo suggerimento spicciolo: in attesa della sospirata settimana di ferie, SO che è difficile ma provate a NON lavorare nei weekend, anche se c'è fretta.

Personalmente trovo grande riposo in lunghissime passeggiate senza musica né niente o nei lavori manuali. Magari a voi viene meglio il ballo latinoamericano urlato: a ciascuno il suo.

TENETE LA TESTA SGOMBRA DAI SOLITI PENSIERI.

24. I DID IT MY WAY

Si, è un bel casino. Essere lavoratori autonomi significa gettare nel cesso molte delle cose che avete imparato dai vostri previdenti genitori. Significa spesso dover rischiare. Significa avere 10000 euro in banca il lunedì e -5000 il martedì e dover sorridere uguale e farsela passare, perché anche se ti agiti la cosa non accelera i bonifici.

Significa dover tenere il sangue sempre in eterno movimento, sempre in trincea. Significa che mutui e figli vanno considerati diversamente, ed avere coraggio delle proprie azioni anche oltre il buonsenso.

Significa anche vedere il vostro nome scritto in posti che non pensavate. Significa quel viaggio imprevisto di lavoro pagato con albergo 5 stelle. Significa conoscere gente in gambissima, e scoprire il piacere di unire i punti e fare connessioni.

Significa quel bonifico ciccione che ti rischiara la giornata, quel cliente che cacchio te lo sei guadagnato perché sei bravo tu e non perché boh, è successo.

No, sei stato bravo proprio tu.

E' solo una questione di scelte, gente.

PARTE 4:

LA VITA DOPO LA MORTE: COSA SUCCEDE DOPO LA PARTITA IVA

"Oh mio Dio, è pieno di stelle" (David Bowman)

Sono tre anni che state lavorando a partita IVA.

Siete sopravvissuti sgomitando agli studi di settore. Mangiate addirittura due volte al giorno, e ogni tanto anche a cena fuori, perfino una pizza farcita. Siete riusciti a scavarvi una mezzaspecie di vita sociale, magari avete trovato anche qualcuno con cui dormire la notte, e non è un cliente. Avete insultato il giusto di fornitori, imprecato nel rispetto della media europea, atteso i pagamenti in ritardo facendo reload sul conto in banca infinite volte e gioito con rabbia quando sono arrivati. Vi siete però resi conto che siete vivi, ma non siete del tutto felici. State ancora lavorando troppo, a discapito di quanto sopra, e siete più o meno sempre dove eravate: un po' meglio, diciamo, ma non siete il nuovo magnate cinese o il sedicenne che ha inventato la app sbancatutto che leggete ogni giorno sui siti online.

E vi chiedete: dove sto sbagliando?

25. PREPARARSI AL MEGLIO.

La prima lezione del capitalismo è: o cresci, o muori.

Torniamo un pochino indietro: qualche pagina fa vi dicevo una cosa tipo "il vostro lavoro che costa cinquanta euro ad un cliente, costa cinquanta euro anche a voi". Tutto vero. E come già vi accennai il metodo TimFerrisiano "fai lavorare un indiano al posto tuo" mi pare un tantinello semplicistico. Confesso a Dio onnipotente e a voi fratelli: ho provato a lavorare su un progetto singolo con uno sviluppatore indiano assunto online. Il risultato è stato abbastanza mediocre, invero, e faticoso, non solo per la lingua, visto che io ho un buon inglese e loro a volte meno - ma visto che tali freelance tendono a fare quanto voi gli dite ma basta, non un atomo in più anche se ne andasse della loro vita, ed essendo su un altro fuso orario farete le nottate rovinandovi il fegato ad aspettare fantomatiche mail a fronte di risultati spesso *MEH*.

Come freelance voi stessi avrete una serie di problemi non banali:

- vi ammalerete
- vi stancherete
- potreste essere tristi
- avrete bisogno di ferie

e soprattutto

- potreste scoprire di essere bravi ed avere TROPPO lavoro.

Un concetto sul quale spesso mi trovo ad insistere è che **prepararsi al peggio è (relativamente) facile:** muori di fame sotto un ponte, dimenticato da tutti, deriso dai cani. Si, non c'è molto da preparare, in merito.

La cosa difficile è prepararsi al meglio.



Esperienza personale: mi contatta informalmente via Facebook un vecchio amico che non sentivo da una decina d'anni; "sai, sono direttore di un'azienda, avremmo bisogno di un sito, ti va se ci sentiamo". E io, senza neanche approfondire, penso in automatico "occhéi, altro sito di porte e finestre, altra corsa". Poi scopro che l'amico in questione conduce un'azienda da N decine di milioni di euro; un brand davvero prestigioso. E le mie ginocchie entrano in modalità Don Lurio.

Per quasi un anno - si, avete letto bene - per quasi un anno combatto per aggiudicarmi questo cliente. E' un cliente molto importante, che ha convocato più fornitori, e che devo guadagnarmi senza sconti scontrandomi contro rinomate agencies milanesi e torinesi molto più grandi di me. Ce la faccio per sfinimento, a colpi di diagrammi di GANTT, continue riunioni e demo impegnative, ed esausto, appena firmato il contratto, con la salivazione azzerata, mi manca un colpo al cuore quando mi rendo conto che **la samba è appena iniziata**.

Perché qui metto per la prima volta capoccella fuori dal mondo di lavori "one shot": uccidere draghi è facile, mantenere i clienti può essere una tragedia greca. Ma come tanti insegnano, mantenere i clienti vecchi e crescere insieme al loro business è spesso economicamente più redditizio che non saltabeccare di cliente nuovo in cliente nuovo da brava locusta.

Capisco che, in tutti i casi di cui sopra, devo avere rinforzi: persone che se io esco dall'ufficio due minuti e c'è un problema possono rispondere. Persone che se ho troppo lavoro possono svolgermene altro. Come mi ha insegnato Filippo Giunta del Sunsplash anni fa: "la qualità di un capo progetto si vede anche dalla propria capacità di trovare collaboratori validi a cui delegare". E imparare a delegare, specie nei primi tempi, è difficilissimo.

Morire di lavoro su un solo cliente importante è facile:

perché il cliente importante è esigente, e pretende velocità e rispetto ed efficienza. E paga, verosimilmente, ma se non sai fare bene i conti non potrai vivere con lui solo (anche per le summenzionate ragioni di "contratto di lavoro mascherato") e se paga molto lo fa a cadenze molto lunghe; dovrai ritagliare spazi dal lavoro importante, e pagato meglio, con lavori peggiori per "assumere ossigeno", facendo peggio entrambi e scontentando entrambi i clienti. L'ebbrezza di una fattura da diecimila euro che arriva sul conto si esaurisce ben presto quando devi saldare i debiti di gestione e pagare i fornitori. Maccome, tutto questo sbattimento e ora mi restano solo duemila euro?

Anni fa lavoravo per un enorme festival musicale nazionale e vivevo esclusivamente del reddito che questi mi generava. Ma vivendo solo di quello, non hai modo di crescere oltre: le ore sono ventiquattro in un giorno, per quanto tu possa imbottirti di anfetamine e caffeina, e non avrai tempo per studiare o fare altro.

A questo si aggiunga un'altra considerazione importante: un Cliente Importante, o meglio, più Clienti Importanti, anche nella medesima tipologia merceologica potrebbero richiedere più gradi di specializzazione in argomenti diversi. E voi non potete studiare tutto. E' sciocco ed improduttivo.

Come dicevamo prima, si può essere bravi in tante cose, ma si può eccellere, di norma, in una per volta. Non c'è niente di così poco furbo ed economicamente suicida come tentare di SPECIALIZZARSI IN TUTTO. E' un cliente importante, te lo sei guadagnato e ora è tuo, certo, ma subappaltare parti del lavoro non vuol dire necessariamente rischiare di perderlo. Diventare protettivi su un cliente può limitare la nostra bravura e costringerci a fornire un servizio peggiore.

Un cliente che non sia drammaticamente budget o che non si nasconda dietro la solita cortina fumogena della "visibilità", un cliente professionalmente adulto per così dire, vuole risultati prima che risparmio di mille euro, perché sa che i propri risultati sono legati alla qualità delle proprie proposte per prima cosa e non certo a tagliare le spese.

E' giocoforza quindi cercarsi degli alleati. Persone con la vostra specializzazione, o specializzazioni funzionalmente contigue, che possano inserirsi nel progetto e affiancarsi a voi.

Le dovrete pagare, è pacifico: siate giusti con il vostro collega come vorreste che fossero con voi, parafrasando quel signore lì della Galilea.

Quanto le pagherete? Questo sta a voi e a loro capirlo: se li pagate poco, specie se sono bravi, se ne andranno facendovi una cattiva pubblicità, e avranno ragione. Se li pagate troppo sarà difficile pagarli di meno su progetti più economici - specie se li "vizierete".

O semplicemente potreste non essere in grado di pagarli.

Nella cifra del 30% di acconto che vi farete dare pagate una quota anche a loro: quello che vale per loro deve valere anche per voi. E la differenza tra un capufficio ed un leader, tanto per usare una frase da motivational americano, è che il leader è il primo a darci dentro personalmente.

Regola personale: in termini di impegno, non chiedo mai agli altri più di quanto io non chieda a me stesso.

26. MAKE IT PROFITABLE

Siete una squadra? Giocate da squadra.



Mettetevi in testa una cosa essenziale da subito: fatturare tanti soldi non vuol dire guadagnare tanti soldi. Ci sono tanti cantieri edili da milioni di euro in cui le aziende falliscono perché i costi eccedono i guadagni ed il budget. Attenzione, quindi. Più lavorerete su progetti economicamente impegnativi, maggiore è il rischio di fare un "buco" economico più grosso. Rischiare va bene, ma siate avveduti.

Se vi unirete su una serie di progetti, è anche importante utilizzare dei metodi di lavoro condivisi. Io uso RedBooth, che è un sistema a pagamento per la gestione dei gruppi di lavoro, ma di groupware gratis ce ne sono a bizzeffe. A volte basta anche un calendario di Google o di iCal ben utilizzato, o Evernote, o Todoist. A ciascuno il suo.

Preparate dei diagrammi di Gantt con i lavori: un cliente si aspetta un inizio, una fine ed uno sviluppo di un lavoro; sapere come impiegherete le vostre energie e quelle dei vostri collaboratori è fondamentale. Tenete traccia di quanto i clienti vi chiamano, e perché: fatevi un foglio excel dove si dice "ha chiamato Caio, per 30 minuti, lunedì 11 ottobre, per quel problema". Vi aiuterà a capire le criticità dei vostri prodotti. E' una palla orrenda? CERTO. Ma ricordatevi: più lo fate, più capite il vostro

lavoro e i suoi problemi, più velocemente farete quei soldi che sognate.

Usate risorse condivise e concertate: se usate Dropbox, usate cartelle condivise per i progetti. Se siete dei programmatori usate delle notazioni condivise e dei metodi di scrittura ed indentazione compatibili. Spesso decifrare il pessimo o mal documentato lavoro altrui è più oneroso che farlo ex novo.

Fate un elenco clienti: non per sapere a chi mandare gli auguri di Natale; ogni tanto, se ci sono aggiornamenti di sicurezza, fateli e basta e notificatelo ai clienti: capiranno che siete più di un marchettaro.

Condividete lo stesso sistema di archiviazione: niente è più frustrante che cercare cose alla cieca nell'altrui computer. Per mia regola io ho sul desktop una cartella "lavoro 2015", dentro una cartella "nome cliente" per ogni singolo cliente e dentro, con l'annotazione all'americana (quindi 06/14, 14 giugno) le cartelle del singolo lavoro fatto quel giorno. I due vantaggi principali sono che a) so che un lavoro l'ho fatto a febbraio, non il sedici di ohnonmiricordomaeracaldo, e b) posso tracciare quando ho fatto cosa per il singolo cliente. Ovviamente backuppate fino allo sfinimento.

Per fatture, pagamenti e quant'altro vi conviene fare un'altra cartella: il mio personale - e perfettibile - metodo è farmi una cartella "contabilità" con questa divisione:



fatture in ingresso ("eccole la fattura per il varano impagliato centrotavola per l'ufficio, sig. Romanin"),



fatture in uscita ("eccole la fattura per il sito che le ho fatto, signor P.Pallino")



pagamenti ("ecco una copia del versamento dell'F24 di giugno, signor Stato Italiano, non mi picchi più forte sulla testolina" "ecco la ricevuta del pagamento della ritenuta di acconto, signor collaboratore occasionale").

Dentro, una cartella per anno, e dentro ancora una per trimestre: quindi tipo **contabilità / 2015 / secondo quadrimestre / fatture in ingresso** .

Credetemi: può sembrare un po' faticoso ma vi salverà, se ini-

zierete a farlo da subito, da amletici dubbi tipo "ussignùr, ho pagato il diritto annuale alla camera di commercio?" e, magari in un momento di tensione (*perché tanto lo sappiamo che paghiamo tutti alle 17 dell'ultimo giorno, dài*) evitare di risalire per l'home banking come un salmone in calore per capire se sei mesi fa ho pagato 100 euro, alla disperata ricerca di una causale che non avete messo.

Anche nei pagamenti che farete nell'home banking, mettete sempre la causale più dettagliata possibile: non solo per il fisco ma anche per voi stessi per i summenzionati motivi. Trovare un bonifico da 138.51 euro senza spiegazione è frustrante, leggere "pagamento fattura 15/2014 per l'acquisto di uno skateboard in marmo" vi salva un po' di stress.

Nota bene: molti home banking, alla fine del pagamento effettuato, tasse o altro che sia, vi permettono di **salvare in pdf** la transizione. Fatelo, e mettetelo nella cartella di cui sopra, anche questo con prima la data e poi un nome comprensibile.

Se avrete una mail condivisa in IMAP, usatela insieme: a seconda di quando e quanto spesso lavorerete insieme, sarà indispensabile gestire un grado di fiducia e di automazione delle risorse.

Usate un calendario di Google, o di iCal, condiviso: sapere che quel giorno Pinco non c'è in ufficio per una riunione perché sarà a Zagarolo ad una comunione vi farà evitare figuracce da mancata ubiquità.

La mattina, prendetevi quindici minuti (ma quindici, zero chiacchiere) appena entrati tutti in ufficio, o su skype, per fare un piccolo confronto ("briefing", come si direbbe nelle agenzie sapone) su cosa dovrete fare in quel giorno e nei successivi, quali difficoltà e quali successi ci sono.

Fate dei backup periodici del vostro lavoro come se ne andasse della vostra vita stessa - perché è così - e se serve fatene due e portateli in sedi diverse. Meglio spendere cento euro in più di hard disk che piangere mesi a rifare cose.

Riciclate le metodologie di lavoro in "liste di compiti" sempre uguali. Non riinventate la ruota ogni volta. E' costoso e sciocco. Dovete acquisire un cliente? Bene, ecco una possibile lista:

- contatto con cliente
- presentazione preventivo
- presentazione progetto
- presentazione bozza grafica
- firma contratto
- acquisizione acconto

fate siti? eccone un'altra possibile

- installazione gestionale e caricamento plugin
- ricezione materiale dal cliente
- caricamento contenuti
- configurazione template grafico
- debugging
- verifica da parte del cliente
- deploy (messa in rete)
- e via dicendo.

27. NON È TUTTO STARTUP QUELLO CHE LUCCICA

Se la vostra attività andrà bene, potrete considerare diversi modi di fare gruppo in maniera legalmente più convincente, e i grossi clienti non trattano con i freelancers ma solo con ditte che possano "tenere botta", magari anche come capitale: una SAS, una iSRL (società innovativa), una SRL (che vi richiederà un capitale minimo di 10000 euro, ed ha un costo di commercialista molto maggiore, ecc.). Se andrà bene, ci sarà sicuramente qualcuno che si proporrà come acquirente di una quota della vostra società; vedete voi se vi serve: se avete una società di servizi avere qualcuno che vi cali dall'alto cinquantamila euro può essere sicuramente meno interessante che se producete beni.

Tenete conto che comunque, se un dipendente si ammala, prende ferie, va in maternità, anche coordinarsi con un altro o più altri freelance potrebbe alla lunga essere problematico perché ognuno avrà i propri clienti da gestire. Quindi cercate sempre di avere una serie di "piani b" per ogni possibile eventualità.

Una rete d'impresa tra professionisti funziona quando tutti guadagnano o quantomeno nessuno ci perde; l'entusiasmo iniziale va sempre moderato, a fronte del fatto che se dopo un po' non arrivano soldi, anche se vi vorrete bene e andrete a bere birrette insieme, sarà normale che la summenzionata rete si sfaldi. Datevi obiettivi, progetti, trovate clienti condivisi. Siate realistici.

Non siate fan dell'entusiasmo. Siate fan della costanza.

Questo commento è solo un'opinione personale.

Pure con le sue enormi, stridenti imperfezioni e tutta la rabbia che riesce a suscitarmi ogni giorno, continuo a ritenere l'Italia un paese meraviglioso che vale la pena di essere vissuto; un paese ricco di possibilità per forte che possa essere la recessione, qualunque il brutto momento.

Per centinaia di anni siamo stati un popolo di navigatori, commercianti, levantini, e mi piace pensare che quel genio di commercio e di creatività sia ancora dentro di noi, solo stordito da decenni di pessima televisione, di malversazioni e prepotenze, e che si possa lavorare abroad, all'estero e soprattutto **con** l'estero, anche senza dover per forza emigrare, riportando in auge quella scintilla. E' un momento difficile, difficilissimo ma non sarà solo lamentandoci che passerà, perché nessuno lo farà passare per noi, se non noi stessi per primi non facendoci sconti ma imparando anche dai nostri concorrenti.

Forse, dico forse, noi italiani la facciamo mediterraneamente troppo lunga, ma se posso darvi un parere, qualunque sia il vostro mestiere, cercate di tenere la testa alta, e di essere ambiziosi e guardare lontano: siamo in un'epoca tecnologica che i nostri antenati hanno solo forse potuto sognare, che ci permette di imparare arti e mestieri e far girare il mondo ai nostri lavori a volte anche senza spostarci da casa.

Costringiamoci a guardare oltre i confini di casa nostra, della nostra regione, di nazione o continente che sia, per scelta o per necessità che sia, perché i soli muri che esistono li costruiamo ogni giorno noi con i nostri timori.

E la stessa fame che ci rende insonni è la medesima che può renderci unici.

28. "GRAZIE, VI AMO, SIETE UN PUBBLICO MERAVIGLIOSO."

Riaprire l'Iva Funesta, rileggerla, rieditarla

mi ha dato modo di vedere con piacere e non senza qualche brivido non solo quanto io stesso sia cresciuto, ma anche in quali casi io abbia "predicato bene e razzolato male" (nasconde una brioche). Perché sì, nessuno è perfetto. Questa edizione è forse un po' meno scanzonata ed un bel po' più minuziosa e descrittiva della precedente; mi scuso se qua e là vi sarete annoiati: ho fatto del mio meglio per rendere leggero un argomento che leggero non è per sua natura: vorrei avere ancora di più da condividere con voi, ma per ora arrivo fino a qui. Un proverbio giapponese dice "il compito di una geisha finisce dove inizia il compito di una moglie"; parafrasando, "il compito di un ebook finisce dove inizia il compito di un commercialista": di nuovo, chiedete al commercialista prima di fare una scelta, qualunque essa sia.

Un sacco di gente, all'annuncio della versione rieditata, mi ha chiesto se fosse in previsione un'edizione cartacea. **Ecco, no, io non voglio che costi niente a nessuno:** anche l'e-book sarà in free download con Wired Italia. Non voglio fare il guru de noantri che lucra sulle altrui speranze, quelle quattro cose che so ve le regalo volentieri: c'è un universo pieno di tale gente odiosa, io continuo e persevero nella mia idea di aiutarci uno con l'altro.

L'agile manualetto è nato grazie a Lucio Roia e a Laura Musig, che mi hanno dato lo spunto per scriverlo. La versione 2 è dedicata a **Beatrice**, musa di nome e di fatto, e a **Giulia Blasi** che mi ha dato il calcio nel sedere definitivo per tornarci sopra. Anche a **Enzo** e tutti quelli che mi hanno scritto: forza ragazzi, avanti tutta, state andando bene. Grazie a Massimo Russo, e a Sergio Maistrello, a Giorgio Jannis. Grazie a Carlo Daffara aka l'Oracolo, Luigi Gregori, Alex Pedori, Chiara Papaccio perché ne sa a pacchissimi, grazie alla Ensoul Family (Giulio, Valentino, Saul, Alessandro, Francesco, Simone, Ben), Susanna Gualtierotti Marri per la campagna senese che ha ospitato la prima scrittura di questo delirio in una settimana circa, Marco Morandini e Giovanni Cicconetti per le cose giuste da dire dove io non ne so molto, Roberto Romanin per le colazioni e l'esempio, Anna Masi per la consulenza, la ReddArmy family, Fabio Dreosso, Giovanni Candussio per il prezioso aiuto, Maurizio Ridolfo perché è bello e a DeeMo perché ha fatto il tifo per me.

E' dedicato anche a te, che mi scriverai per dirmi che ti sei fatto due risate ed hai imparato due cose utili. Finora le tue mail mi hanno fatto un sacco di piacere: scrivimi pure, magari ho poco tempo ma me la tiro pochissimo. Se vuoi, potrai trovare di quando in quando altre informazioni utili su **http://www.ensoul.it/ivafunesta.**

Pubblicato in licenza Creative Commons 4.0, Attribuzione - Non commerciale - Condividi allo stesso modo 4.0 Internazionale

Foto del retro copertina: Elia Falaschi

Testi e progetto grafico: Fulvio Romanin (www.ensoul.it)

SCRITTO PER REDDARMY ASSOCIAZIONE CULTURALE

(www.reddarmy.com)
Contatti: hello@ensoul.it

APPENDICE A: GLOSSARIO

co-working: spazi fisici condivisi dove più liberi professionisti esercitano le proprie attività, sia di gestione lavorativa che commerciale. In genere non solo hanno costi contenuti ma permettono interessanti sinergie. La nostra agenzia, Ensoul, fa rete, per esempio, con The Hub Trieste e Ideo Creative Network a Udine.

Diagramma di Gantt: un sistema visuale per gestire il project management, che divide un lavoro in più sottocompiti con date di inizio e fine, e dipendenze tra un compito e l'altro.

IBAN: il vostro codice univoco di identificazione bancaria. Se state pensando di tatuarvelo sul braccio, sappiate che c'è chi l'ha già fatto prima di voi. Tiè.

prossimo disco di Dr. Dre: "Detox", terzo album di André Romell Young detto Dr. Dre, produttore tra gli altri di Eminem, Snoop Dogg, 50 Cent

e molti altri, è stato annunciato nel 2001 e continuamente posposto, diventando un po' una leggenda urbana. E' sinonimo, in ambiente hip hop, di "disco che alla fin fine non uscirà mai". Altri esempi similari "Chinese Democracy" dei Guns'N'Roses (quattordici anni di gestazione), "Third stage" dei Boston (otto anni).

Jah Rastafari: Dio per i fedeli della religione Rastafariana.

Trap: genere musicale tra hip hop e elettronica particolarmente tamarro. Che naturalmente io apprezzo.

SEO: Acronimo di Search Engine Optimization. Ottimizzazione dei siti per i motori di ricerca (Google, ecc.)

Social Media Marketing: la conoscenza e la capacità di gestione della comunicazione sui Social Media (Facebook, Twitter, Google Plus, Linkedin, ecc.) finalizzata alla promozione ed alla vendita.

Reddarmy: associazione culturale ed etichetta discografica fondata dal sottoscritto. **www.reddarmy.com**. La mia famiglia musicale.

Cloud: letteralmente "nuvola", è un sistema che vi permette di caricare, gestire o creare i vostri files su server esterni. Come indiscutibili vantaggi ha quello di rendervi i files disponibili ovunque e paradossalmente di renderli più sicuri: il vostro computer si rompe, che si rompano tutti i server di Google o di Apple dove i vostri documenti sono conservati in copie multiple è un po' più difficile.

Google Drive: se avete un account di gmail, gratuito, avete accesso ad una serie di altri servizi quali Google Drive, che, oltre a permettervi di scrivere documenti, fogli excel, presentazioni, vi dà 15 gigabytes di spazio dove mettere i vostri files. Questo libro è stato scritto direttamente su Google Drive.

iCloud: la versione gratuita di Apple dei medesimi servizi. Solo per utenti Apple.

Dropbox: un sistema di cloud a pagamento, molto usato professionalmente. Ha, tra gli altri, il vantaggio di poter permettere la sincronizzazione dei files su diversi computer dello stesso utente. Me lo salvo in ufficio, accendo il computer a casa e me lo carica in automatico nella cartella. Figo.

Redbooth: un sistema, intuitivo ed efficace, di gestione di gruppi di lavoro. A pagamento.

Linkedin: il social dedicato al lavoro e alla libera professione. Un po' come Facebook, ma senza gattini e con i curriculum vitae. Al di là delle battute, un ottimo social, spesso riconosciuto come strumento professionale in italia e all'estero.

"Mater artium necessitas": proverbio latino il cui significato è letteralmente "la necessità è la madre delle arti". Curiosità: in inglese viene tradotto come "necessity is the mother of invention", e le "mothers of invention" erano il gruppo di Frank Zappa.

APPENDICE B: RIFERIMENTI E CITAZIONI

Tim Ferriss, "The four hour workweek"

Matthew Inman, "5 very good reasons to punch a dolphin in the mouth"

Dio, "La sacra Bibbia", Edizioni CEI

Contratto Open source OSCON (http://www.oscon.it/)

Philip Kotler - Marketing management (14th edition)

Susan M. Weinschenk - Neuro web design

APPENDICE C: BREVE PRONTUARIO PER RICONOSCERE I FURBI PIU' STUPIDI

i furbi "ti dò visibilità e impari un mestiere, dovresti pagarmi tu".

i furbi "è per domani, ma so che puoi farcela, mi fido di te".

i furbi "mettiti in gioco!".

i furbi work experience a 35 anni, promesse, spariscono.

I furbi con il software craccato, e tengono i conti alla cazzo.

i furbi non li trovi mai al cellulare, e se ti chiamano sono con il numero anonimizzato.

i furbi sottofatturiamo.

i furbi "non ho ricevuto la tua mail".

i furbi non fanno un planning di lavoro.

i furbi quali contributi?

i furbi danno la colpa a te con il cliente.

i furbi "un template in wordpress a diecimila euro, tanto che cazzo ne capiscono".

i furbi "tutto in nero, quale partita iva, me lo sono comprato con la partita iva, il suv?" .

i furbi "l'open source è da comunisti".

i furbi usano a sproposito termini in inglese per obnubilare il cliente.

i furbi non si preoccupano di inquinare il mercato.

i furbi fanno pesca a strascico.

i furbi "questo sito te lo fa mio nipote per duecento euro, cala, cala il preventivo".

i furbi "ti pago la fattura se mi fai ancora queste modifiche, giuro che sono le ultime".

i furbi "quale fattura?".

i furbi "ma quale siti! Buttiamoci sulle app".

i furbi inglese con Google translate.

i furbi evadono, e poi quando arriva la finanza sono nullatenenti.

i furbi "mettici una buona animazione e lascia stare i testi".

i furbi "ruba una fotografia qualunque".

i furbi non hanno mai lo stesso personale per più di sei mesi

i furbi "seicento euro al mese a progetto non sono niente male, nel 2015"

L'elenco è potenzialmente infinito. I furbi peggiorano la tua vita, e le erbacce cattive vanno falciate SUBITO, prima che diventino forti.

APPENDICE D: ESEMPIO DI CONTRATTO

Io ho quest'abitudine: fare un contratto in DUE parti. Una nota di lavorazione ("cosa ti do per i due soldi che mi dai") e un contratto di fornitura ("ecco i rispettivi obblighi"). Ho derivato i due esempi dal contratto OSCON di cui sopra.

In rosso vi evidenzio alcune parti importanti precedentemente trattate.

Nota di lavorazione allegata al contratto.

Udine, li 09.09.2014

A fronte delle vostre richieste, si propone la creazione di un sito dinamico (ovvero gestito con un sistema di gestione contenuti, detto CMS), dove l'inserimento di pagine, contenuti, fotografie, filmati, indirizzi e scaricamento files sia completamente sotto il controllo del committente. Il sistema d'uso del sito è semplice, immediato, e alla portata di chi sia abilitato ad una utenza medio-bassa del computer, come il solo uso di word e poco più. Oltre a questo viene compreso nel preventivo un video didattico, diviso in più parti, atto a mostrare il funzionamento del medesimo direttamente, e senza possibilità di fraintendimento.

Il progetto del sito comprende:

- proposta grafica. La grafica verrà implementata sul sito con le più nuove tecnologie attualmente in corso (HTML5, CSS3, JQuery)
- motore di gestione dei contenuti (CMS, content management system)
- sistema di gestione pagine in numero virtualmente illimitato gestione di news in numero virtualmente illimitato e divisibili per categorie arbitrarie
- possibilità di immettere immagini, contenuti, files pdf facilmente e a piacimento
- menu di navigazione (albero del sito) da Voi pienamente modificabile.

Il sistema prevede anche la configurazione in modo da poter aggiornare automaticamente social networks come Facebook e Twitter.

Ottimizzato per la performance sui motori di ricerca, il sito comprende inoltre:

- Possibilità di creazione di aree riservate per utenti registrati, dove visualizzare pagine e scaricare files riservati
- Possibilità di creare diversi livelli di utenza, per permettere ad es. ad un contributore di caricare testi ed immagini senza poter influire sulla

struttura del sito

- Configurazione sistemi avanzati per l'ottimizzazione per i motori di ricerca; permette la definizione di parole chiave e descrizioni particolari per pagina
- Inserimento di due differenti sistemi di analisi per il traffico sul sito; permettono geotargeting (localizzazione geografica) dei visitatori, al fine di verificare l'efficacia di eventuali promozioni, confronto sull'utilizzo delle parole chiave, statistiche approfondite
- Sistema gestione gallerie fotografiche per l'immissione di un numero virtualmente illimitato di cartelle ed immagini
- Sistema di multilingua (nessun limite di lingue compresi cirillico arabo e cinese)
- Sistema creazione gallerie video, comprensiva di eventuale creazione di un canale tematico youtube per inserire tutti i video
- sistema di referenziazione presso facebook, twitter, google plus
- Sistema di verifica per link rotti o non funzionanti (per evitare perdite di posizionamento nei motori di ricerca
- sistema per realizzare ricerche su google e motori di ricerca in fase editoriale del sito (ovvero reperire contenuti fotografici e testuali senza uscire dalla pagina).
- Sistema per aumentare la sicurezza del sito ad eventuali intrusioni modulo per gestire contattistica e anagrafiche soci (indirizzi, telefoni) internamente al sito
- sistema di backup del database
- sistema di newsletter, differenziabile per tipologia (fornitori, clienti, soci, ecc.) e con la possibilità

Il costo complessivo per la realizzazione del sito è di yxxx,xx + iva. Tale costo esula da possibili necessità di cambio di hosting del sito medesimo. Nel caso fosse necessario cambiare l'attuale, o non fosse idoneo per ragioni tecniche, sarà nostra cura formulare un preventivo anche per quello, mantenendo un range di prezzo tra i 100 e i 300 euro annuali, a seconda delle vostre richieste, mantenendo le attuali email.

CONTRATTO DI FORNITURA

Parte 1 – Generalità delle parti Dati identificativi del "Cliente"

Ragione sociale / noi	me:		
Partita I.V.A. / Co	d.Fisc.:		
Indirizzo:		Cap:	Comune:
Prov: _	Telefono:	Fax:	Email:

Dati identificativi del "Fornitore"

Parte 2 - Condizioni generali di contratto

1. Oggetto

È oggetto di questo contratto la fornitura dei servizi e/o la vendita di beni. Quanto descritto in questo contratto e nell'eventuale "nota di lavoro" allegata, rappresentano le condizioni generali e la descrizione dei servizi offerti dal Fornitore al Cliente.

2. Costi preventivati

La spesa preventivata per il servizio di Sviluppo del sito web www.xxx.yy ("servizio 1"), è di Euro YXXX + IVA.

3. Modalità di pagamento

Il pagamento del servizio 1 deve essere effettuato con le seguenti modalità: : 30% di acconto all'accettazione del seguente preventivo, 30% in seguito alla accettazione del sito previa visione, il restante 40% alla pubblicazione del sito medesimo.

Tipologie di pagamento accettate: rimessa diretta, bonifico (i riferimenti specifici per effettuare il pagamento sono esplicati nel pedice della nota di lavorazione).

Il fornitore si riserva il diritto di sospendere il servizio in caso di mancato pagamento passati 7gg dalla segnalazione tramite comunicazione email del mancato pagamento.

4. Interventi eccedenti

Durante o dopo l'erogazione dei servizi, eventuali modifiche e/o interventi di qualsiasi tipo, siano essi di carattere tecnico, grafico o di consulenza (quali, a titolo indicativo non esaustivo, sostituzione, inserimento, aggiunta, modifica di: materiale, immagini, filmati, documenti, suoni, testi, collegamenti ipertestuali; risoluzione problemi; assistenza; ecc.), saranno quotati in base ai prezzi in uso dal Fornitore nel periodo della richiesta.

5. Tempi di realizzazione

Si stima, a titolo indicativo, che la realizzazione dei servizi/prodotti descritti necessiti un tempo approssimativo di 30 giorni lavorativi dalla consegna di tutto il materiale richiesto.

6. Consegna di materiale al Fornitore

L'erogazione dei servizi è strettamente dipendente dalla consegna da parte del Cliente al Fornitore di tutto il materiale richiesto, preferibilmente via posta elettronica (email) o supporto digitale. Qualora la mancata consegna superasse di 30 giorni i termini previsti, il Fornitore ha facoltà di risolvere il contratto per inadempimento, fatto salvo il risarcimento del danno (art. 1453 c.c.), stabilito nel 50% del valore totale preventivato. Al ricevimento del suddetto materiale, il Fornitore ha facoltà di emettere, anche tramite posta elettronica, una ricevuta di presa in consegna .

7. Descrizione generale dei servizi/prodotti 7.1. Descrizione "SERVIZIO 1": SVILUPPO SITO WEB

a) Il servizio (definito anche "opera" o "opere") comprende la realizzazione del sito internet www.xxxx.yy tramite customizzazione ed adattamento di sistema CMS open source come da nota di lavoro allegata. Per la realizzazione, il Fornitore può avvalersi, a proprio giudizio e a proprie spese, dell'uso di prodotti o servizi offerti da altre parti, considerati utili a migliorare le prestazioni del servizio, nel rispetto delle leggi vigenti. b) Il servizio 1 prevede una preliminare consulenza per la definizione delle linee progettuali del lavoro. c) Il servizio 1 comprende quanto descritto nella eventuale "nota di lavoro" allegata. d) Il servizio 1 non comprende quanto non espressamente dichiarato in questo contratto e/o nella eventuale "nota di lavoro" allegata.

8. Durata, conclusione e recesso dal contratto

Questo contratto è effettivo a decorrere dal momento della stipula.

Quanto previsto dagli articoli "Copyright e proprietà" e "Termini di licenza" di questo contratto resterà valido anche dopo eventuale scadenza, risoluzione, recesso.

8.1. Clausola risolutiva espressa

Il presente contratto si risolve di diritto, ex art. 1456 C.C., autorizzando il Fornitore a interrompere i servizi senza preavvisi qualora il Cliente: a) ceda in tutto o in parte i prodotti o i servizi a terzi, senza il preventivo consenso scritto del Fornitore; b) non provveda al pagamento di quanto previsto in questo contratto entro il termine perentorio di 30 gg; c) sia sottoposto o ammesso a una procedura concorsuale.

9. Copyright e proprietà

Una volta effettuato interamente il pagamento ed in assenza di vincoli ulteriori la proprietà intellettuale realizzata su commissione del cliente stesso passa al cliente stesso.

10. Limitazione di responsabilità

- a) Il Cliente mantiene la piena titolarità dei materiali da lui forniti (con "materiali" s'intende, a titolo d'esempio non esaustivo: testi, loghi, marchi, immagini, audiovisivi, documenti, grafici, schemi, progetti, ecc.), siano essi anche sensibili o personali, assumendo ogni responsabilità in ordine al loro contenuto e alla loro gestione, con espresso esonero del Fornitore da ogni responsabilità e onere di accertamento e/o controllo al riguardo.
- b) Il Fornitore perciò, pur adoperandosi affinché ciò non avvenga, non può essere ritenuto responsabile in alcun caso per l'uso di dati, consegnati e/o richiesti dal Cliente, che fossero, all'insaputa del Fornitore stesso, coperti da diritto d'autore.
- c) Il Cliente utilizza i servizi a proprio rischio, Il Fornitore non è responsabile nei confronti di alcuna parte per controversie legali/civili o amministrative, danni indiretti, specifici, incidentali, punitivi, cauzionali o consequenziali (a titolo esemplificativo ma non esclusivo: danni in caso d'impossibilità di utilizzo o accesso ai servizi, perdita o corruzione di dati, di profitti, di clientela, danni d'immagine, interruzioni dell'attività o simili), causati dall'utilizzo o dall'impossibilità di utilizzare i servizi e basati su qualsiasi ipotesi di responsabilità inclusa la violazione di contratto, la negligenza, o altro, anche nel caso il cui il Fornitore sia stato avvisato della possibilità di tali danni e nel caso in cui una clausola prevista dal presente contratto non abbia posto rimedio.
- d) Nel caso in cui il Cliente operasse modifiche o alterazioni di qualsi-

non può essere ritenuto responsabile per eventuali danni arrecati o malfunzionamenti. Se il Cliente richiederà assistenza per risolvere danni da lui o da terzi causati, saranno applicate le tariffe in uso dal Fornitore nel periodo in corso.

e) Qualora una limitazione, esclusione, restrizione o altra disposizione contenuta in questo contratto sia giudicata nulla per un qualsivoglia motivo da parte di un Foro competente e il Fornitore diventi di conseguenza responsabile per perdita o danno, tale responsabilità, in sede contrattuale, civile o altro, non potrà eccedere il prezzo di listino applicato dal Fornitore per il tipo di servizio venduto.

11. Clausola compromissoria per l'arbitrato

Ogni eventuale controversia concernente l'interpretazione e l'esecuzione di questo Contratto sarà deferita, con apposito ricorso, a un Collegio arbitrale da adire nel termine perentorio di 10 (dieci) giorni dal momento in cui il provvedimento contestato è stato portato a conoscenza della parte. La città sede del Collegio arbitrale è quella in cui ha sede il Fornitore. Il ricorso dovrà essere depositato nel termine di cui sopra, a pena di decadenza, presso la sede del Fornitore. Il Collegio arbitrale - che deciderà quale amichevole compositore, senza formalità di procedure e nel più breve tempo possibile - sarà composto di tre membri: il primo designato dal Cliente; il secondo designato dal Fornitore; il terzo, con funzioni di Presidente, sarà nominato dagli arbitri designati. Per ulteriori contenziosi resta comunque competente il foro della città in cui ha sede il Fornitore.

12. Informativa sul trattamento dei dati personali

I dati personali richiesti e raccolti durante le comunicazioni tra le parti, in rispetto della Legge sulla Privacy n. 675 del 1996 e del Dlgs n.196 del 2003 "Codice in materia di protezione dei dati personali":

- a) sono raccolti e trattati elettronicamente e/o meccanicamente con lo scopo di:
- 1. attivare e mantenere nei confronti del Cliente le procedure per l'esecuzione dei servizi richiesti;
- 2. mantenere un privato archivio clienti;
- 3. mantenere un pubblico archivio lavori (che potrà mostrare: immagini delle opere, ragione sociale del Cliente, indirizzo web del Cliente);
- b) sono obbligatori per fornire al meglio i servizi richiesti; c) se non forniti non permetteranno l'espletamento dei servizi richiesti; d) saranno trattati da incaricati del Fornitore circa l'espletamento dei servizi

richiesti e di quanto indicato alla lettera a); e) potranno essere comunicati a soggetti terzi delegati all'espletamento delle attività necessarie solo per l'esecuzione del contratto stipulato, ma in nessun altro caso ceduti, venduti o barattati.

Titolare al trattamento dei dati personali è xxxxxxx, via xxxxxx, xxxxx. Il Cliente gode di tutti i diritti in base alle Leggi e al Dlgs citati, e alle normative in vigore all'atto della firma. Ai sensi e per gli effetti di cui agli artt. 1341 e 1342 C.C. firmando questa e le altre pagine di contratto ci si dichiara edotti d'ogni sua parte, a conoscenza dei propri diritti, e le si accetta e sottoscrive, con esplicita accettazione degli artt. 3, 4, 6, 8, 9, 10, 11, 12, 13.

li	

FIRMA DEL CLIENTE

FIRMA DEL FORNITORE

