

Pretendi d'esser pagato con regola e metodo

a cura di Marco Giuri

L'entrata in vigore della norma che riforma i saldi nel settore vitivinicolo impone legalmente a ogni imprenditore l'obbligo di far valere i suoi diritti • Bisogna creare un metodo per recuperare i crediti • Concedere più tempo ai clienti senza usare strumenti legali non porta alcun beneficio

Con l'entrata in vigore della cosiddetta "Riforma dei pagamenti nel settore vinicolo" (art. 62 DL 1/2012 convertito con modifiche in Legge n. 27/2012) le aziende del settore si trovano adesso a dover riflettere sul proprio sistema di recupero del credito.

La nuova norma impone alle imprese, di fatto, una procedura rigorosa che parte dal sollecito aziendale, passa per gli interessi di mora e arriva alla tutela giudiziale e al decreto ingiuntivo. La mancata adozione di regole ferree e rispettate potrebbe, in determinati casi e circostanze, risultare fonte di responsabilità come atto di concorrenza sleale. Se alla scadenza dei nuovi termini di pagamento (60 giorni dalla fine del mese di consegna della fattura o della merce) non si attiva per il recupero del credito, l'azienda potrebbe ricevere una convocazione dall'Autorità garante della concorrenza e del mercato per spiegare le ragioni per cui nessuna attività sia stata avviata per tentare riscuotere il dovuto.

Pare evidente a tutti che esiste una netta differenza fra l'azienda che non pretende il suo credito o che lo esige tardivamente e blandamente, e quella che, invece, rispetta le regole del gioco e richiede tempestivamente e legittimamente quanto le è dovuto. Gli esperti del settore sanno benissimo che, in questo periodo di crisi, molte Cantine hanno concentrato tutte le loro risorse per aumentare il fatturato, senza prestare attenzione all'effettivo incasso. Vediamo, allora, fatturati di tutto rispetto che però, a conti fatti, sono del tutto di-

stanti dalle somme realmente incassate. Se questa situazione risultava "inadeguata" prima dell'entrata in vigore della riforma dei pagamenti, a maggior ragione oggi non è più tollerabile.

In questa contingenza diventa assolutamente necessario per l'azienda vinicola, di qualsiasi dimensione, creare un vero e proprio metodo di recupero del credito. La corretta procedura prevede l'invio del cosiddetto sollecito alla scadenza dei 60 giorni con il quale l'impresa richiede il pagamento della somma capitale e degli interessi moratori, inderogabili e previsti nel loro ammontare dalla vigente normativa. Si dovrà poi indicare un termine entro cui effettuare il pagamento del dovuto, trascorso il quale dovrà essere inviato il sollecito legale, cioè quello dell'avvocato incaricato dall'azienda.

Molte aziende del settore, anche leader a livello nazionale e internazionale, hanno (o meglio avevano) l'abitudine di inviare, dopo la prima richiesta interna, un ulteriore avviso aziendale. La prassi, legata a una certa idea di gestione del cliente, è risultata del tutto priva di effetto e di nessuna utilità. Personalmente sconsiglierei di appesantire la procedura di recupero con un secondo passaggio interno, ma ritengo, altresì, che tale scelta sia "squisitamente" imprenditoriale. All'invio del sollecito del legale, contenente anch'esso un termine per il pagamento, l'azienda dovrà decidere, in caso di mancato pagamento, quando avviare la procedura giudiziale di recupero del credito, il cosiddetto decreto ingiuntivo.

Ma qual è il termine entro cui avvia-

re la procedura giudiziale di recupero?

Si tratta di una scelta che, a mio avviso e secondo la mia esperienza, deve tener conto di due fattori: la convenienza e il rispetto della *ratio* normativa. In merito all'opportunità, l'esperienza insegna che quelle imprese che intraprendono l'azione giudiziale di recupero crediti dopo un anno dall'invio della fattura e/o della merce non riusciranno a riscuotere praticamente nulla del credito: in tale arco temporale, considerando la crisi, l'evoluzione del mercato e il particolare settore Horeca, il cliente sarà divenuto irreperibile, avrà cessato l'attività o trasferito l'azienda.

Pertanto, le aziende più accorte e sensibili a tale problema, già da tempo, hanno ridotto di molto i tempi del passaggio al Legale (decreto ingiuntivo). Tale riduzione, peraltro, è nello spirito della riforma dei pagamenti che vuole creare un "nuovo sistema" all'interno dell'Horeca, in cui tutti i giocatori rispettino regole. Non mi sentirei di escludere che l'Autorità di controllo contestasse e considerasse come prassi iniqua l'assenza di procedure aziendali sul recupero del credito o il mancato rispetto rigoroso delle stesse.

Molti del mondo del vino di fronte a tale scenario si pongono giustamente degli interrogativi circa la "convenienza" effettiva ad avviare una procedura giudiziale, soprattutto su somme piuttosto basse, cioè sulle cifre tipiche di una fornitura di vino. L'impresa si domanda: "ma come posso affrontare un certo costo del professionista (l'avvocato) a fronte di importi bassi da recuperare?". La questione, oltre che legiti-



tima e fondata, è di assoluto buon senso.

Su tale obiezione occorre precisare che, innanzitutto, bisogna considerare la normativa fiscale vigente dei “passaggi a perdita”, nonché le recenti circolari del ministero delle Finanze circa i parametri da utilizzare per tale operazioni contabili (laddove possibili e previste). Inoltre l'imprenditore potrà stabilire con il proprio legale di fiducia delle convenzioni sui costi delle sue attività, pratica ancora non molto diffusa in Italia, ma del tutto legale e conforme alla normativa vigente nazionale ed europea.

Su questi due parametri, l'impresa sceglierà come e se agire. Si tenga di conto che, nelle procedure di questo tipo nel settore viticolo, diventa di assoluta rilevanza avere quante più informazioni possibili sul cliente moroso. Ciò determina la scelta dell'imprenditore se avviare o meno il recupero del credito. Lo scambio di notizie anche con altre imprese del settore o con il legale di fiducia, nonché la stretta collaborazione con gli agenti di commercio, è di assoluta priorità in tal senso. A mio avviso non è più tempo di “improvvisare”, sia per il momento storico sia per le

novità introdotte a livello europeo e nazionale.

Quelle che erano prassi consolidate di dare “credito” ai clienti, non sono più consigliabili, tanto più laddove questa fiducia è stata poi mal riposta. L'azienda del vino si troverà quindi davanti a un passaggio che direi epocale: passare dalla gestione delle “mille eccezioni” (cioè dalla disapplicazione delle regole interne) a quella delle poche e rare eccezioni (solo per quei clienti storici e che meritano la fiducia aziendale si potrà “allentare la morsa”).

Occorrono, allora, un salto di mentalità e di competenza: non più la rincorsa dell'agente di zona che deve andare ad incassare la fattura di poche centinaia di euro, ma una procedura interna da rispettare in modo rigoroso dove le regole sono chiare e seguite da tutti (clienti, agenti e produttori) e le deroghe sono poche e ben ponderate. In tal modo gli attori in gioco si troveranno a competere in un mercato che, nel tempo, dovrebbe diventare meno approssimativo e più professionale con giovamento per il lavoro di tutti, aziende produttrici, agenti di commercio e clienti.