

GENERAZIONE

N.1 / Anno 1

PARTITA IVA

Il magazine di chi si è messo in proprio

**SPECIALE:
NUOVI
STRUMENTI AI
PER FREELANCE**



COSTI & RISPARMIO

Come calcolare il punto di pareggio

FINANZIAMENTI E AGEVOLAZIONI

Nuovi bandi 2026

MONDO DIGITALE

Aumentare i prezzi conviene sempre?

GESTISCI IL TUO TEMPO

I Metodi per aumentare la Produttività



Partitaiva24

PRESS



PARTITA IVA

Marzo 2026

3

Perché un instant magazine nel 2026?

4

Alza i prezzi. Il cliente che perdi non è una perdita!

8

Michele Ferrero. L'uomo che faceva tutto al contrario

10

L'iper ammortamento è tornato. Tanti soldi per la tua impresa

13

Come calcolare il punto di pareggio costi-ricavi?

16

Gestire il tempo e i problemi. La formula di Brian Tracy

19

Nuovi strumenti AI da usare per chi ha una partita iva

Generazione Partita Iva è un progetto

Partitaiva24

PRESS

Perché un instant magazine nel 2026?

Tutti ci hanno detto che non ha alcun senso dato che esiste YouTube, l'AI e ci sono migliaia di blog su internet. Noi crediamo invece che il senso lo abbia eccome.

di Roberto Scurto

Non siamo qui per fare gli editori.

Non abbiamo creato questo instant magazine per inseguire un mercato editoriale che arranca, né per riciclare i post del blog in un PDF con un layout più carino. E no, non è l'ennesima trovata marketing mascherata da contenuto.

Generazione Partita IVA nasce da un'esigenza semplice: **fare chiarezza**. Perché là fuori è il caos. I social urlano, YouTube sforna centinaia di video al giorno, tutti parlano di tutto e alla fine non si capisce più niente. Chi ascoltare? Cosa merita davvero la tua attenzione? Cosa è utile e cosa è solo rumore?

Queste poche pagine, che troverai spesso sul sito di Partitaiva24, sono la nostra risposta. Tutto quello che secondo noi chi ha una partita IVA dovrebbe sapere, approfondire e, ogni tanto, lasciar sedimentare.

I valori? Quelli di sempre. **Etica fiscale, sempre. Rispetto** per chi la pensa diversamente. **Spazio** a opportunità concrete, ragionamenti e riflessioni che rischiano di perdersi nel vortice delle giornate che conosciamo bene — quelle di chi si è messo in proprio.

Lo stile? Il nostro. Diretto, senza fronzoli, senza il burocratese che ha rovinato la reputazione di un'intera categoria.

Un'ultima cosa. Questo magazine si chiama *Generazione Partita IVA* perché chi oggi lavora in proprio — che sia GenZ, Millennial o chiunque altro — sta attraversando un'era di stress, incertezza e trasformazioni profonde. **Noi crediamo che quest'era non vada subita ma vada vissuta da protagonisti.**



Alza i prezzi! Il cliente che perdi non è una perdita

Hai presente quella frase che ti fa gelare il sangue quando pensi di aumentare i prezzi: « E se poi i clienti se ne vanno? »

C'è un momento nella vita di ogni professionista con partita iva in cui ti ritrovi a fare i conti — quelli veri, non quelli che fai ai clienti — e realizzi una cosa scomoda: stai lavorando tanto, forse troppo, per guadagnare meno di quello che meriti.

Come ci sei finito? Semplice. Sei partito con prezzi "accessibili" perché dovevi costruirti un portafoglio clienti. Poi quei prezzi sono diventati la norma. Poi hai avuto paura di toccarli perché "il mercato è competitivo", "c'è la crisi", "il cliente X mi lascia se aumento". E così ti sei ritrovato intrappolato in una gabbia che ti sei costruito da solo. **Il prezzo basso non è una strategia. È una trappola.** E funziona così: attiri clienti che ti scelgono per il prezzo, che ti trattano come un fornitore interscambiabile, che ti

chiedono sempre di più pagando sempre uguale, e che — ironia della sorte — saranno i primi a lasciarti per qualcuno che costa ancora meno di te. Non hai costruito un business. Hai costruito una ruota da criceto.

Il cliente che se ne va per 50 Euro in più, non era un tuo cliente e diventa una liberazione!

Facciamo un esercizio di onestà brutale. Prendi la tua lista clienti e dividili in tre categorie:

I clienti che ami. Quelli che capiscono il tuo valore, che ti rispettano, che non ti scrivono alle 23.15 di domenica per una fattura, che ti pagano senza farti penare e che ti raccomandano ad altri.

I clienti neutri. Ci sono, pagano, non danno problemi ma nemmeno soddisfazioni particolari.

I clienti tossici. Quelli che trattano ogni tua parcella come un affronto personale. Che confrontano il tuo lavoro con "il cugino che glielo fa gratis". Che ti succhiano tempo, energia e voglia di fare questo mestiere.

Ora, indovina un po' chi se ne andrà quando alzi i prezzi? Esatto. La terza categoria. E forse una fetta della seconda. La prima? Quella resta. Perché non ti ha mai scelto per il prezzo.

Il punto è questo: **il cliente che ti lascia per 50 euro in più al mese ti stava dicendo, da sempre, che non percepiva il valore di quello che fai.** Quella non è una perdita. È una liberazione.

La matematica controintuitiva dell'aumento dei prezzi

Immagina di avere 100 clienti che pagano 100 euro al mese. Fatturi 10.000 euro al mese. Decidi di alzare a 150 euro. Perdi 20 clienti — quelli più sensibili al prezzo. Ti restano 80 clienti a 150 euro: fatturi 12.000 euro al mese.

Hai perso il 20% dei clienti. Hai guadagnato il 20% in più di fatturato. Con meno lavoro, meno stress, meno email, meno telefonate, meno tempo sprecato a rincorrere chi non ti valorizza.

Ma la vera magia è un'altra: quei 20 clienti che hai perso

erano quasi certamente quelli che ti facevano lavorare di più. I clienti che pagano poco pretendono tanto — è una legge non scritta del lavoro autonomo che chiunque abbia una partita IVA conosce bene. Quindi non solo fatturi di più, ma lavori meglio. E quel tempo liberato puoi investirlo per servire meglio i clienti che restano, per formarti, per creare contenuti, per vivere.

«Ma il mio settore è diverso, c'è troppa concorrenza»

No, il tuo settore non è diverso. Questa è la bugia che ci raccontiamo per non affrontare il vero problema: la paura del rifiuto.

Alzare i prezzi è un atto di vulnerabilità. Stai dicendo al mercato: "Io valgo questo." E il mercato potrebbe risponderti di no. Fa paura. È comprensibile. Ma l'alternativa è continuare a svendere il tuo tempo — che è l'unica risorsa che non puoi ricomprare.

In ogni settore, in ogni nicchia, in ogni angolo del mercato esistono professionisti che chiedono il doppio o il triplo della media. E lavorano. Spesso meglio e con meno stress di chi compete al ribasso. Perché?

Perché il prezzo alto è un filtro. Seleziona clienti migliori, crea una percezione di qualità superiore e ti dà il margine per fare davvero un buon lavoro.

Come si alzano i prezzi senza farsi venire un infarto

Parliamo di pratica, perché la teoria è bella ma poi il preventivo lo devi mandare tu.

Primo: smetti di giustificarti. Il prezzo non si spiega, si comunica. "Il mio servizio costa X" — punto. Non "costa X perché ho aumentato i costi" o "perché l'inflazione" o "perché il software". Il momento in cui inizi a giustificare il prezzo, stai già comunicando che pensi sia troppo alto. Se lo pensi tu, lo penserà anche il cliente.

Secondo: parti dai nuovi clienti. Non devi mandare una mail bomba a tutta la lista clienti domani mattina. Inizia applicando il nuovo prezzo a chi arriva da oggi. Poi, gradualmente, riallinea i clienti storici. Chi è con te per il valore che dai capirà. Chi non capisce ti sta facendo un favore uscendo dalla porta.

Terzo: aumenta il valore percepito prima o insieme al prezzo. Non sto parlando di aggiungere servizi gratis, quello è l'opposto di alzare i prezzi. Parlo di comunicare meglio quello che già fai. La maggior parte dei professionisti fa molto più di quello che il cliente percepisce. Rendi visibile l'invisibile.

Quarto: datti un numero. Qual è il prezzo sotto il quale non vuoi più lavorare? Scrivilo. Appendilo dove lo vedi ogni giorno. Quello è il tuo pavimento. Sotto non si scende, per nessuno.



L'opinione

di Roberto Scurto (Founder Partitaiva24)

C'è chi pensa che alzare i prezzi sia ingordigia. Che il "bravo professionista" debba essere accessibile a tutti. Che chiedere tanto sia quasi una colpa. **È una narrazione tossica che va smontata.**

Il prezzo giusto non è quello più basso possibile. Il prezzo giusto è quello che ti permette di lavorare bene, pagare le tasse senza trucchi, investire nella tua formazione, trattare dignitosamente chi lavora con te e vivere una vita decente. Se il tuo prezzo non ti consente tutto questo, non è un prezzo etico. È sfruttamento. Di te stesso. Chi lavora sottocosto prima o poi taglia gli angoli. Dedica meno tempo ai clienti, cerca scorciatoie fiscali, smette di formarsi, si esaurisce. Un professionista sottopagato non è un professionista etico — è un professionista in pericolo.



Michele Ferrero, l'uomo che faceva tutto al contrario

Quando senti qualcuno parlare di differenziazione citando guru o imprese americane diffida sempre. Puoi avere un esempio concreto e di successo guardando alla Ferrero.

Ci sono frasi e aneddoti su Ferrero che dovrebbero essere stampati e appesi nell'ufficio di ogni partita iva d'Italia. Uno su tutti è importante per noi ancora oggi perché parla di posizionamento e differenziazione in modo sublime: «tutti facevano il cioccolato solido e lui lo fece cremoso creando la Nutella. Tutti vendevano scatole di cioccolatini, lui cominciò a venderli uno per uno e incartati come un regalo. Tutti facevano l'uovo di Pasqua, lui pensò di fare un ovetto piccolo ma per tutti i giorni. Tutti volevano il cioccolato scuro, lui ci mise più latte e meno cacao.» **In ogni singola scelta, Michele Ferrero ha fatto l'opposto di quello che facevano gli altri. Non per provocazione. Per visione.** Guardava il mercato e si chiedeva: cosa manca? Cosa nessuno ha il coraggio di fare? E poi lo faceva.

Per chi lavora in proprio questo è un insegnamento enorme. Perché la tentazione, quando sei una partita iva, è copiare chi ce l'ha fatta. Fare come fanno gli altri, stare nel mucchio, competere sullo stesso terreno. **Ferrero ci dice l'esatto contrario: il vantaggio competitivo nasce dove gli altri non guardano.**

"La Valeria"

Michele Ferrero non parlava di "target", "buyer persona" o "segmento di mercato". Parlava di Valeria. La Valeria era la donna che fa la spesa, la mamma che sceglie la merenda per i figli, la zia che compra il regalo, la moglie che riempie il carrello. Per Ferrero, ogni prodotto doveva convincere lei. Non un focus group, non un algoritmo. Una persona reale, con un nome.

La studiava con una cura quasi ossessiva. Voleva sapere perché sceglieva un prodotto piuttosto che un altro, cosa la faceva sorridere davanti a uno scaffale, cosa la faceva esitare. Non improvvisava mai. Aveva fiuto — quello sì, tantissimo — ma lo affiancava sempre a ricerche, test, assaggi. Lui stesso assaggiava tutto, fino all'ultimo giorno.

C'è una lezione anche qui, e vale per chiunque venda un servizio o un prodotto: **se non conosci il nome del tuo cliente ideale** — non in senso figurato, ma nel senso che non lo hai studiato abbastanza da dargli un volto, un'abitudine, un dubbio — **stai lavorando alla cieca.**

Cosa possiamo portarci a casa

Michele Ferrero non è un modello da imitare pedissequamente, nessuno lo è. Ma ci sono almeno tre cose che chiunque abbia una partita iva può imparare da lui.

La prima: fai il contrario di tutti, quando tutti fanno la stessa cosa. Il mercato premia chi ha il coraggio di differenziarsi, non chi copia meglio.

La seconda: conosci il tuo cliente come se fosse una persona reale con un nome e un cognome. Non un "target". Una Valeria.

La terza: tratta le persone che lavorano con te come vorresti essere trattato tu. Non perché è buonismo. Perché funziona.

Ecco. Questo era Michele Ferrero.

Un pasticciere di provincia che ha conquistato il mondo facendo le cose al contrario. E facendole bene.



L'iper ammortamento è tornato. Tanti soldi per la tua impresa.

Se hai un'impresa e stai pensando di investire in macchinari, tecnologia o impianti fotovoltaici, occhio che è tornata in vita un'agevolazione che può farti risparmiare un bel po' di tasse. Si chiama iper-ammortamento e, se la usi bene, cambia i conti.

L'iper-ammortamento ti permette di "gonfiare" fiscalmente il costo di un bene che acquisti. Non paghi di meno il fornitore, sia chiaro. Ma quando fai la dichiarazione dei redditi, è come se quel bene ti fosse costato molto di più. Risultato: ammortizzo di più, deduco di più, pago meno IRPEF o IRES. Semplice.

Nella versione migliore, il costo ai fini fiscali può crescere fino al 180%. Significa che su un investimento da 100.000 euro, ne ammortizzo 280.000. Non male, no?

Quanto vale in concreto?

La maggiorazione funziona a scaglioni:

- 180% sui primi 2,5 milioni di euro
- 100% sulla quota tra 2,5 e 10 milioni
- 50% sulla quota tra 10 e 20 milioni

Tradotto: più investi, più il beneficio si diluisce. Ma per la stragrande maggioranza delle PMI italiane — quelle che investono sotto i 2,5 milioni — il vantaggio è pieno.

Chi può usarlo?

Tutti i soggetti con reddito d'impresa. Quindi imprenditori individuali, SRL, SPA, società di persone. A patto che l'impresa sia "viva e sana: niente liquidazione, fallimento o concordato senza continuità. Il bene finisca in una struttura produttiva in Italia. L'impresa sia in regola con la sicurezza sul lavoro e i contributi ai dipendenti. In altre parole: se gestisci la tua azienda in modo serio e regolare, ci sei dentro.

Quali beni rientrano?

Due grandi famiglie.

La prima famiglia è quella dei beni legati alla trasformazione digitale — il famoso "paradigma 4.0". Parliamo di macchinari controllati da computer, robot industriali, software per la progettazione 3D, sistemi di intelligenza artificiale, digital twin, piattaforme per la logistica, l'efficienza energetica, la cybersecurity. In sintesi: tutto ciò che rende la tua azienda più connessa, più smart e più moderna. Attenzione però: questi beni devono essere interconnessi al sistema aziendale di gestione della produzione. Non basta comprarli e metterli in un angolo.

La seconda famiglia riguarda i beni per l'autoproduzione di energia da fonti rinnovabili, inclusi i sistemi di accumulo, destinati all'autoconsumo.

Tempi: quando devo investire?

La finestra va dal 1° gennaio 2026 al 30 settembre 2028. Quasi tre anni di tempo per pianificare, scegliere e investire con calma. Niente fretta da ultimo giorno — e questo è un buon segnale

Tu hai avuto il coraggio di aprire Partita Iva



noi abbiamo l'esperienza
per farti arrivare dove vuoi

Break Even Point

Il tuo punto di pareggio

Quanto devi fatturare per smettere di perdere soldi?

Break Even Point. Sai quando smetti di perdere soldi?

Il numero che ogni freelance dovrebbe conoscere e che quasi nessuno calcola.

Il **Break Even Point (BEP)** è il punto in cui i tuoi ricavi coprono esattamente tutti i costi. Non guadagni, non perdi. Sei a zero. Sopra quel punto, ogni euro è guadagno vero. Sotto, stai lavorando gratis o peggio, ci stai rimettendo.

Per calcolarlo ti servono due numeri:

- i tuoi **costi fissi** (quello che paghi comunque, anche se non lavori: commercialista, software, contributi INPS, telefono, affitto, ecc.)
- il tuo **marginale di contribuzione**, cioè quanto ti resta di ogni euro fatturato dopo aver coperto i costi variabili (trasferte, collaboratori, materiali).

La formula:

BEP = Costi Fissi ÷ Margine di Contribuzione %

Dove il Margine di Contribuzione si calcola così: (Prezzo di vendita – Costi variabili) ÷ Prezzo di vendita.

Esempio pratico:

Laura, consulente marketing freelance

Laura **vende** progetti a **1.500 €** l'uno.

Ogni progetto ha **250 €** di **costi variabili**.

I suoi **costi fissi annui**: commercialista 2.400 €, software e tool 1.800 €, INPS parte fissa 4.200 €, telefono e internet 1.200 €, formazione 1.400 €. Totale: **11.000 €**.

Calcolo in tre passaggi:

- 1.** Margine di contribuzione: $(1.500 - 250) \div 1.500 = 83,3\%$
- 2.** BEP in euro: $11.000 \div 0,833 = 13.206 \text{ €}$
- 3.** BEP in progetti: $13.206 \div 1.500 = 8,8 = \text{circa } 9 \text{ progetti/anno}$

Dal decimo progetto in poi, Laura guadagna.

Tutto quello che viene prima serve solo a coprire i costi.

Perché ti serve saperlo?

Perché se il tuo BEP è troppo vicino a quello che fatturi, stai camminando sul filo.

E perché la prossima volta che un cliente ti chiede lo sconto, saprai esattamente se te lo puoi permettere o se stai regalando il tuo lavoro.

Non servono software complicati. Un foglio Excel, mezz'ora del tuo tempo, e hai il numero che ti dice se stai costruendo qualcosa di sostenibile o se stai solo correndo senza avanzare.

Break Even Point

Il tuo punto di pareggio

Quanto devi fatturare per smettere di perdere soldi?

$$\text{BEP} = \text{CF} \div \text{MC\%}$$

BEP

Fatturato minimo per andare a pareggio

CF

Costi Fissi annui (paghi anche a zero clienti)

MC%

(Prezzo – Costi variabili) ÷ Prezzo

ESEMPIO PRATICO

Laura — consulente marketing, progetti a 1.500 €

COSTI FISSI ANNUI

Commercialista	2.400 €
Software e tool	1.800 €
INPS parte fissa	4.200 €
Tel / internet	1.200 €
Formazione	1.400 €
Totale	11.000 €

PER OGNI PROGETTO

Prezzo	1.500 €
Costi variabili	250 €
Margine unitario	1.250 €
MC%	83,3%

1

$(1.500 - 250) \div 1.500$

83,3%

Margine

2

$11.000 \div 0,833$

13.206 €

BEP in euro

3

$13.206 \div 1.500$

≈ 9

Progetti/anno

Dal 10° progetto in poi, Laura guadagna.

Tutto quello che viene prima serve solo a coprire i costi.



E se esistesse una formula per affrontare qualsiasi problema?

Non siamo alle prese con una formula segreta, né con un fuffa-guru con il corsetto a 997 euro. Stiamo parlando di Brian Tracy, uno che mastica business da cinquant'anni, e di un'equazione talmente semplice che ti viene da chiederti: perché nessuno me l'ha spiegata prima?

Se hai una partita iva, ogni giorno della tua vita è una lotta per ottenere risultati. Fatturare, trovare clienti, consegnare lavori, far quadrare i conti. E quando i risultati non arrivano — o arrivano troppo lentamente — la reazione è sempre la stessa: frustrazione, dubbio, quella vocina che ti dice "forse non sono tagliato per questo". Ma Tracy dice una cosa molto lucida: se il

risultato non ti soddisfa, il problema è sempre in una delle tre variabili di un'equazione. Si chiama **Universal Equation of Results** e funziona così:

$$R = (W \times C) \div T$$

Dove:

R sta per **Result** — il risultato che vuoi ottenere.

W sta per **Work** — la quantità e qualità del lavoro che ci metti.

C sta per **Competence** — quanto sei bravo in quello che fai.

T sta per **Time** — il tempo che impieghi per farlo.

In queste quattro lettere c'è dentro praticamente ogni problema che hai nella tua attività.

Lavoro: non "quanto", ma "su cosa"

La W non vuol dire solo lavorare di più. Quello lo fai già, pure troppo...

Vuol dire lavorare meglio e soprattutto lavorare sulle cose giuste.

Quante ore passi a fare cose che non producono risultati? Rispondere a email inutili, inseguire clienti che non pagheranno mai; il lavoro conta solo quando è diretto verso l'obiettivo. Il resto è movimento, non progresso.

E i risultati te lo diranno.

Competenza: la variabile che fa male all'ego

Nessuno vuole sentirsi dire che non è abbastanza bravo. Eppure Tracy insiste — e ha ragione — sul fatto che **la competenza è un moltiplicatore. Non si somma al lavoro. Lo moltiplica.**

Tradotto: se lavori tanto ma la tua competenza in un'area è bassa, il risultato sarà comunque scarso. È matematica, non un'opinione. La competenza che ti manca è il collo di bottiglia di tutto il sistema. E qui viene il punto dolente: investire su te stesso costa. Costa tempo, costa soldi, costa fatica. Ma è l'unica variabile che ha un effetto esponenziale sui risultati. Non lineare. Esponenziale.

Tempo: il denominatore spietato

Il tempo sta sotto la linea di frazione. Questo significa una cosa molto precisa: **più tempo ci metti, più il risultato si diluisce.**

Puoi fare un lavoro eccellente con competenze altissime, ma se ci metti tre anni quando il mercato ti dava sei mesi, hai perso. Il treno è passato. Il cliente si è rivolto altrove. Per chi lavora in proprio, questa è **la trappola più comune: il perfezionismo.** Aspettare che tutto sia "pronto" prima di lanciare, rimandare, curare l'ennesimo dettaglio. Purtroppo il tempo è una risorsa che gioca contro di te.

Come usare davvero la formula

La prossima volta che sei bloccato su un problema — un progetto che non decolla, un servizio che non vende, un obiettivo che sembra irraggiungibile — **prendi questa formula e chiediti tre cose:**

- **Sto lavorando abbastanza e sulle cose giuste?**
- **Ho le competenze necessarie o mi manca qualcosa?**
- **Ci sto mettendo troppo tempo?**

La risposta è quasi sempre nella seconda domanda. Perché lavorare sodo è nella natura di chi si mette in proprio — è la competenza che spesso manca e che nessuno ha il coraggio di ammettere. E il tempo? Il tempo scorre comunque. La differenza la fai tu, decidendo come lo usi. **La formula non risolve i problemi. Ti dice dove cercare la soluzione.**

Nel 90% dei casi nella vita di un freelance **la formula ti dice che se ti manca una competenza o la impari in fretta o la devi delegare a qualcun altro;**

Oppure - riflessione ulteriore - che **passare da un progetto all'altro ti defocalizza e perderai molto tempo in più rispetto a quello impiegato se avessi mantenuto il focus su una cosa sola.**



STRUMENTI AI per titolari di partita iva testati per voi



Se passi le giornate saltando da una call Zoom a una su Meet e arrivi a sera senza ricordarti cosa hai detto al primo cliente, **Granola.AI** fa per te. È un blocco note con l'intelligenza artificiale dentro: si collega al tuo calendario, ascolta la riunione direttamente dall'audio del computer — niente bot imbarazzanti che entrano nella call con il loro nome robotico — e alla fine ti restituisce appunti puliti, strutturati e con le azioni da fare. Tu intanto puoi fare l'unica cosa che conta: stare nella conversazione. La versione base è gratuita, quella completa parte da 18 dollari al mese. Per chi ha una partita iva e vive di consulenze, call con clienti e riunioni operative, è uno di quegli strumenti che una volta provato non molli più.

GAMMA

Se ogni volta che devi preparare una presentazione per un cliente, un pitch o un webinar perdi mezza giornata a lottare con PowerPoint, **Gamma.APP** è la risposta che non sapevi di cercare. Gli dai un'idea — anche scritta male, anche buttata giù in tre righe — e lui ti genera una presentazione completa: slide, grafica, struttura, immagini. Tutto coerente, tutto bello da vedere. Puoi modificare ogni dettaglio, cambiare tema con un click e persino fargli riscrivere i testi con un tono diverso grazie a un assistente AI integrato. La versione gratuita ti dà 400 crediti per testarlo senza carta di credito, i piani a pagamento partono da 10 dollari al mese. Per chi ha una partita iva e deve presentare bene le proprie idee ma non ha né il tempo né le competenze grafiche per farlo, Gamma è uno di quegli strumenti che ti fa sembrare molto più strutturato di quello che sei — e nel nostro mondo, l'apparenza conta eccome.

Wispr Flow

È un app di dettatura vocale con intelligenza artificiale che funziona ovunque: email, WhatsApp, Slack, Google Docs, qualsiasi campo di testo sul tuo Mac, PC o iPhone. Tu parli come parleresti a un collega — con pause, ripensamenti e frasi lasciate a metà — e lui trasforma tutto in un testo pulito, corretto e con il tono giusto per l'app che stai usando. Niente "ehm" trascritti, niente frasi sgangherate. Supporta oltre 100 lingue, italiano compreso, ed è circa quattro volte più veloce della scrittura a tastiera. La versione base è gratuita con 14 giorni di prova Pro. Per chi ha una partita iva e passa le giornate a scrivere messaggi, preventivi, email e risposte ai clienti, **WisprFlow** è come avere un assistente personale che ascolta quello che dici e lo mette in bella copia in tempo reale.

GENERAZIONE **PARTITA IVA**

Generazione Partita Iva

è l'istant magazine digitale del portale Partitaiva24.it, curato e gestito da Fare Impresa 24 SRL

I contenuti sono a cura dei consulenti della divisione

Partitaiva24

PRESS

Coordinamento a cura di
Roberto Scurto

Fare Impresa 24 SRL

Via Vincenzo Monti 8,
20123 Milano (MI)
P.IVA / C.F. 09663460963
REA: MI-2103231

Pubblicazione non periodica che non necessita di registrazione presso il Tribunale e nomina del direttore responsabile.

Per scriverci, segnalarci eventuali inesattezze, proporre la stesura di nuovi contenuti:

www.partitaiva24.it
info@partitaiva24.it

Chiusura in data: 20/02/2026