

Agenti e Rappresentanti di Commercio
Notiziario del Sindacato Usarci - Sparci - Genova

Rai

e



Insieme per estorcere un canone iniquo

E' dal 2011 che la RAI sta cercando in tutti i modi di estorcere qualche miliardo di euro a chi possiede un computer uno smartphone o un tablet, con la scusa che attraverso questi strumenti ci si può collegare al servizio pubblico.

Questa volta ci riuscirà? il governo aveva "pensato" di far pagare il canone RAI, nel 2015, insieme alle bollette della luce.

Al "bottino" di oltre 2 miliardi di euro all'anno, i nostri governanti non vogliono rinunciare e con l'unione della tassa alla bolletta della luce i contribuenti, per non vedersi tagliare i fili sarebbero costretti a pagarla. (leggere l'articolo a pag.7)

SOMMARIO

- Pag. 4 Anno 2015
- Pag. 5 Privacy
- Pag. 6 Quanto paga l'agente di commercio all'INPS
- Pag. 7 Canone RAI sui computers
- Pag. 9 Alto Adige (Südtirol)
- Pag. 10 Come si risponde alla crisi
- Pag. 12 Vita d'agente
- Pag. 14 L'importanza di conservare la documentazione
- Pag. 15 Pure gli americani



SPARCI NOTIZIE

Direttore Responsabile:

Davide Caropreso

Comitato di redazione:

Angelo Mondini
Donatella Franchin
Massimo Pesare

Coordinatore Editoriale:

Davide Caropreso

Progetto grafico e impaginazione:

Matteo Caropreso

Collaborano a questo numero:

Andrea Mortara
Mauro Spagnoli
Maurizio Garbero
Eliano Cominetti

Comitato di redazione direzione e amministrazione Pubblicità e informazioni:

P.zza Brignole 3/7 V° piano
16122 Genova

Orario segreteria:

mattina dal Martedì al Sabato dalle
ore 9 alle 12 (Lunedì chiuso)

Pomeriggio Martedì, Mercoledì, Giovedì e Venerdì dalle ore 14 alle 16

Nel pomeriggio gli incontri si effettuano solo su appuntamento

Tel. 010-5954838

Fax. 010-5848095

e-mail: info@usarci-sparci.it

sito: www.usarci-sparci.it

Autorizzazione del Tribunale di
Genova N° 38/84 del 12 settembre
1984



“nessuno è così capace, forte e fortunato da poter deliberatamente rinunciare ai vantaggi che solo l'azione collettiva consente”



I NOSTRI SERVIZI

Essere iscritto Usarci-Sparci significa avere al proprio fianco un'associazione in grado di consigliarti, assisterti e tutelarti con servizi professionali mirati.

CAAF - Servizio di contabilità fiscale l'unico centro specializzato di assistenza fiscale per gli agenti di commercio.

Consulenza normativa interpretazione e verifica mandati;

Assistenza e tutela legale nelle controversie con le Case Mandanti;

Consulenza Enasarco controllo dei versamenti, calcolo versamenti mancanti per la pensione; Estratto conto contributi; domanda di pensione; contributi volontari; richiesta FIRR; recupero contributi; Richiesta assegni parto, interventi sanitari; Mutui immobiliari Enasarco; Borse di studio; assegni spese funerarie; assegni per nascita; assegni per pensionati ospiti in case di riposo; Soggiorni in località termali o climatiche;

Assistenza previdenziale INPS calcolo pensione, compilazione e presentazione delle domande di pensione anzianità, e vecchiaia, invalidità, superstiti.

Calcoli indennità suppletiva di clientela, indennità meritocratica, indennità per patto di non concorrenza, firr, indennità sostitutiva per mancato preavviso, Indennità europea.

Servizio per ottenere, dalla Camere di Commercio certificati, visure, bilanci e protesti.

Informazioni con invii personalizzati di fax ed e-mail relativi alle novità di interesse comune. Pubblicazione bimestrale del notiziario "Sparci Notizie".

Corsi di formazione propedeutica alla certificazione "agenzia di qualità"; di gestione operativa e amministrativa dell'agenzia commerciale, di informatica.

Assistenza legale in campo penale in materia di reati al codice della strada.

LA QUOTA ASSOCIATIVA 2015 **E' IN SCADENZA**

Ricordiamo gli importi delle quote da saldare:
€ 175,00 per gli agenti operanti in forma individuale
€ 175,00 per l'amministratore delle Società più
€ 30,00 per ogni socio componente la società
La quota associativa per i pensionati è di € 50,00.
Gli orari della segreteria coprono 5 mattinate della settimana:

dal martedì al sabato delle 9,00 alle 12,00

e quattro pomeriggi la settimana:

martedì, mercoledì, giovedì e venerdì dalle 14 alle 16.

Il pomeriggio, per razionalizzare i tempi, gli incontri si effettueranno, solo su appuntamento.

E' possibile provvedere al saldo della quota associativa 2014 o direttamente in segreteria Usarci-

Sparci in Piazza Brignole, 3/7

o con bonifico alla

Banca Carige Spa

filiale n°10 Via Galata Genova

Coordinate IBAN

IT 08 S 06175 0141 0000001566880

E' più facile gestire la tua agenzia.

L'Usarci-Sparci di Genova ha attivo il servizio di collegamento in diretta con il **Registro delle Imprese della Camere di Commercio.**

Questo servizio ti permette di ottenere, attraverso la nostra segreteria, certificati, visure, bilanci e protesti di tuo interesse.

Rivolgiti ai ns. uffici, risolverai il tuo problema in un baleno.

Anno 2015

Cosa vediamo per l'anno appena iniziato?

E' giusto e logico fare dei consuntivi di ciò che si è fatto nell'anno passato. Senza la storia non si fa la storia, ma quel che è stato è stato, oggi dobbiamo parlare di quel che si prevede accadrà e di quello che abbiamo inserito negli obiettivi da centrare da qui alla fine del 2015.

Non sarà un anno facile, forse sarà anche più difficile del 2014. Tutti gli indicatori di macro economia danno segni negativi, quindi dobbiamo prepararci ad affrontare situazioni dure, difficili. Credo di essere, per natura, positivo, non mi spavento e non mi preoccupo, ma mi preparo ad affrontare quel che di negativo il 2015 ci propinerà.

La nostra categoria poco può fare per modificare lo stato delle cose, non abbiamo nessuna possibilità di entrare nella stanza dei bottoni, dove, forse, con le nostre esperienze professionali, le nostre conoscenze e competenze, la nostra vita fatta da sempre di difficoltà operative, faremmo meglio di chi oggi amministra questo paese. Con il nostro buon senso del padre di famiglia affronteremo gli immensi problemi di questa Italia che nel 2013 ha lasciato andare a vivere all'estero oltre 82mila italiani, che è il numero più alto degli ultimi dieci anni, un + 20,7% rispetto al 2012. Le principali mete di destinazione dei connazionali sono il Regno Unito, la Germania, la Svizzera e la Francia. E' la fotografia scattata dall'Istat.

Le migrazioni da e per l'estero di cittadini italiani con più di 24 anni di età riguardano per più del 30% del totale, persone laureate. La meta preferita dei laureati è il Regno Unito.

82.000 persone in meno non sembra un gran numero, in percentuale, sulla popolazione nazionale, è

uno 0,14% circa, però nella realtà è come se si azzerasse la popolazione, in un anno, di una zona che comprende i comuni di Albisola, Savona e Vado Ligure.

Il perché di questa fuga, alla quale non viene data nessuna importanza dai nostri solerti amministratori, è il condensato nella sfiducia degli italiani sul futuro di questo paese. Fuggono i cervelli, ma anche le aziende e non solo le multinazionali che ormai in Italia non trovano le condizioni, non solo per investire, ma per proseguire le attività, magari sul territorio già da anni, ma anche tante medio e piccole aziende che al di là dei confini trovano nazioni efficienti con una burocrazia non nemica, dove non esistono lacci e laccioli che disincentivano le imprese a lavorare, dove le tasse e le imposte, oltre ad essere ragionevoli, sono chiare e precise. Però si cerca di convincere il "popolo" che le tasse sono alte non per colpa degli sprechi, della corruzione e della cattiva amministrazione ma degli evasori. Si parla di rilancio dell'economia, si parla di posti di lavoro, ma come al solito si discute molto e difficilmente si conclude qualche cosa, e nel frattempo le nostre mandanti e i nostri clienti chiudono strozzati dalle crisi e dal fisco.

E noi agenti di commercio, come al solito tra l'incudine e il martello dobbiamo cercare di salvare le nostre attività. Purtroppo abbiamo un'aggravante: molte delle nostre mandanti che in momenti difficili invece di affrontare le situazioni con decisione e buon senso, perdono la calma e infieriscono sulla rete di vendita addebitando, come al solito, tutte le colpe agli agenti di commercio. Gli agenti più colpiti dalle mandanti sono gli agenti con poca qualificazione. Gli agenti che continuano a comportarsi nello



stesso modo di qualche anno fa, gli agenti che non hanno fatto nulla per migliorare la propria professionalità, gli agenti che non hanno nessun potere contrattuale con le loro rappresentate. Su questi le mandanti infieriscono con più sicurezza.

Chi vuole ancora affrontare questo difficile mestiere, che sta diventando sempre più difficile, deve necessariamente rivedere il modo di lavorare, ma soprattutto deve rapportarsi con le mandanti come un professionista che può garantire ciò che le mandanti oggi chiedono di più: l'organizzazione, la serietà, e la specializzazione.

E' quindi fondamentale investire su se stessi per essere in grado di affrontare con competenza, quanto questo 2015 ci promette non essere agevole.

Per parte nostra puntiamo moltissimo sulla formazione professionale, con corsi, che si susseguiranno per tutto l'anno, volti al miglioramento di quelle competenze senza le quali l'agente di commercio avrà grosse difficoltà a proseguire la sua attività.

Diceva Einstein: *non possiamo pretendere che le cose cambino se continuiamo a fare le stesse cose.*

Davide Caropreso
Presidente Usarci-Sparci
presidenza@usarci-sparci.it

Privacy



Gestione e trattamento dei dati

E' **importante** regolarizzare la posizione delle agenzie nel rispetto delle regole relative al trattamento dei dati di clienti, mandanti e fornitori.

Le sanzioni per chi non è in regola sono pesantissime.

E' consigliato prendere **immediato** contatto con la segreteria al 010 5954838 per maggiori informazioni.

I principali adempimenti da espletare sono:

Comunicare a clienti, mandanti, fornitori ed eventuali dipendenti, che i loro dati sono trattati dall'agenzia;

Organizzare nell'agenzia le figure ed i compiti previsti dalle

norme vigenti (anche per chi opera come ditta individuale ed in assenza di collaboratori);

Mantenere aggiornati, in relazione alle norme vigenti, i computer e le loro dotazioni (es.: antivirus, il sistema di protezione elettrica, il sistema di salvataggio dati, il sistema di identificazione, ecc.) e le scritture, usati per il trattamento dei dati;

USARCI-SPARCI ha organizzato incontri SINGOLI con un esperto del settore che, su appuntamento, è a disposizione per analizzare ogni posizione.

La consulenza è gratuita e servirà per esaminare quali sono le incombenze che competono ad ogni singola agenzia.

Le certificazioni delle ritenute

Attenzione all'anno di competenza delle provvigioni incassate

L'agenzia delle Entrate ha elaborato un nuovo modello che i sostituti di imposta dovranno rilasciare a coloro che hanno percepito nel 2014 somme e valori soggetti a ritenuta. Tale aspetto avrà dei riflessi importanti per gli agenti di commercio, **le certificazione delle ritenute andrà a considerare l'anno di competenza - di maturazione - mentre il loro versamento rimane legato al momento del pagamento delle provvigioni.**

La sezione riservata agli agenti di commercio richiede, fra gli altri dati, il totale delle somme corrisposte, l'importo non soggetto a ritenuta, le spese rimborsate, l'imponibile e le ritenute di anni precedenti, i contributi previdenziali sia a carico del sostituto che del sostituito.

Pertanto l'Agenzia delle Entrate avrà uno strumento per verificare la competenza delle provvigioni sia per gli agenti che per le società mandanti senza effettuare accessi presso la ditta.

Diventa indispensabile ai fini di una corretta compilazione della dichiarazione dei redditi, una attentissima conservazione dei nuovi modelli CU ed una indicazione precisa al proprio consulente delle provvigioni pagate nell'anno successivo a quello del periodo d'imposta in cui sono maturate e per il quale si va ad effettuare la dichiarazione dei redditi.

Quanto paga l'agente di commercio all'INPS

Tabella di tassazione

Ho avuto occasione di assistere alla compilazione di un F24 per il pagamento dei contributi previdenziali INPS di un collega agente di commercio e ho constatato che ha pagato più di contributi INPS che di IRPEF. Mi sono voluto documentare meglio e ho avuto conferma che la quota INPS sui redditi medio/bassi ha un'inciden-

za insostenibile. Basti un esempio: chi ha un reddito netto di soli 5.000 euro paga di INPS euro 3.102.

Allora mi sono fatto aiutare e ne è venuta fuori la tabella che segue.

Il reddito imponibile indicato si riferisce al netto delle spese relative all'attività di agente di commercio.

La tassazione presa in considerazione è quella in vigore dal 1° gennaio 2014;

Non è indicata la quota IRAP.

Nella tabella non sono considerate le ritenute di acconto subite; gli eventuali oneri deducibili, le ritenute ENASARCO, e le imposte locali.

reddito imponibile	quota INPS	quota Irpef	totale pressione
5.000	3.102	476	3.578
8.000	3.102	1.166	4.268
11.000	3.102	1.856	4.958
14.000	3.102	2.546	5.648
17.000	3.621	3.123	6.744
20.000	4.260	3.713	7.973
23.000	4.899	4.360	9.259
26.000	5.538	5.008	10.546
29.000	6.177	5.655	11.832
32.000	6.816	6.302	13.118
35.000	7.455	6.949	14.404
38.000	8.094	7.856	15.950
41.000	8.733	8.767	17.500
44.000	9.372	9.674	19.046
47.000	10.011	10.574	20.585
50.000	10.650	11.474	22.124
53.000	11.289	12.373	24.662

Dalla tabella si nota che i contributi INPS fino ad un reddito imponibile di EURO 38.000, sono superiori a quanto si paga di Irpef.

Non si capisce il motivo per cui, chi versa, tutti gli anni, queste cifre rilevanti, percepirà, alla fine

della carriera lavorativa una pensione miserrima.

D. C.



Il canone RAI sui computers ce lo faranno pagare!

Questa volta riusciranno a fregarci?

E' dal 2011 che la RAI sta cercando in tutti i modi di estorcere qualche miliardo di euro a chi possiede un computer uno smartphone o un tablet, con la scusa che attraverso questi strumenti ci si può collegare al servizio pubblico.

Questa volta ci riuscirà? il governo aveva "pensato" di far pagare il canone RAI, nel 2015, insieme alle bollette della luce.

Al "bottino" di oltre 2 miliardi di euro all'anno, i nostri governanti non vogliono rinunciare e con l'unione della tassa alla bolletta della luce i contribuenti, per non vedersi tagliare i fili sarebbero costretti a pagarla.

Chi non possiede alcuno degli strumenti indicati e non vorrà, giustamente pagare questo vergognoso balzello, dovrà dimostrare di non possederne nessuno!! Tutti i contatori della luce diventerebbero esattori per conto della RAI, anche i contatori condominiali, delle cantine, dei garage, degli appartamenti vuoti ecc. Per fortuna, pare, che questa brillante operazione sia slittata. Non annullata, ma slittata. Perché prima o poi ci riusciranno. Dobbiamo dire basta a queste manovre tendenti a spennare gli agenti di commercio e le piccole imprese. Questa è una delle tante estorsioni che ricadranno, prima o poi, su tutti i contribuenti senza, come al solito, avere contropartite in servizi e assistenza, ma solo volte a fare cassa per poi sperperare i nostri soldi in attività improduttive, in compensi faraonici a pseudo-



consulenti, in sprechi che sono sotto gli occhi di tutti.

Nel 2012 tutte le associazioni di categoria, in contemporanea, protestarono con veemenza con il Ministro dello Sviluppo Economico contestando sia l'opportunità che la legittimità di questo vergognoso balzello. Di fronte alla forza della contestazione, la Rai "dimenticando" quanto aveva scritto negli avvisi di pagamento inviati a molte imprese e professionisti, fece una precipitosa marcia indietro adducendo scuse sulla non corretta interpretazione della circolare da parte dei riceventi. A fronte di questa retromarcia tutti si tranquillizzarono. Noi no! Sarebbe stato facile per la Rai rinunciare a imporre a 9.000.000 di partite IVA il balzello che avrebbe comportato un incasso multi miliardario? Non lo credevamo. E come Cassandra abbiamo visto, purtroppo, giusto. Dopo 5 anni stanno ancora cercando una strada per succhiare abusivamente tutti questi quattrini a noi che paghiamo

già oltre il 65% di tasse sui nostri sempre più risicati redditi.

Oggi che le imprese, ma soprattutto le piccole, devono affrontare una crisi pesantissima, sono costrette a constatare che una emanazione dello Stato Italiano, infischiosene della situazione contingente, con sotterfugi e furberie, cerca di incassare qualche miliardo, per spenderlo come?

L'arroganza di considerare i contribuenti come asini da bastonare, senza dare neppure la carota, fa sentire rabbia e indignazione a una categoria, quella dei piccoli imprenditori, che senza i loro sacrifici e l'intraprendente laboriosità, il nostro sarebbe un paese del 3° mondo. Se le cose non cambieranno e l'imposizione non si farà equa, le conseguenze per l'Italia saranno disastrose.

Davide Caropreso

Sportello



aperto tutti i giovedì

Per essere sempre più vicini agli agenti di commercio che chiedono interventi sulla loro posizione contributiva Enasarco, è stato istituito nei nostri uffici di piazza Brignole, 3/7 – Genova, lo “**Sportello Enasarco**” in funzione il **giovedì** dalle ore 9,00 alle ore 12,00.

Un esperto sarà a disposizione per espletare tutte le pratiche relative alle varie problematiche che si possono incontrare con il nostro Ente previdenziale.

Gli incontri si svolgeranno **solo ed esclusivamente** per appuntamento chiamando la segreteria Usarci-Sparci al 010 595 48 38.

Sportello



E' stato sottoscritto uno stretto accordo di collaborazione con un patronato che assicura alla nostra associazione servizi di eccellenza per tutto ciò che compete l'INPS.

Tutti i mercoledì pomeriggio, presso la ns. sede, su appuntamento, sarà presente un consulente che potrà affrontare tutte le problematiche relative a:

Tutti i tipi di pensione: Invalidità, Vecchiaia, Anzianità, Superstiti.

Rilascio immediato del modello CUD (non più fornito dall'INPS)

Verifica importo della pensione in pagamento e conseguente domanda di ricostituzione e supplemento

Verifica posizione contributiva, conteggio pensione, calcolo della decorrenza

Invalidità Civile, Handicap e Indennità d'accompagnamento

Consulenza su Modelli ISEE e RED

Tutti i servizi erogati sono gratuiti

Maggiori informazioni chiamare la segreteria Usarci-Sparci al 010 5954838

Alto Adige (Südtirol)

Una regione italiana fuori dagli schemi



Con aziende dell'Alto Adige intrattengo rapporti di collaborazione da più di 35 anni. Ho rappresentato aziende con sede a Bolzano città e in centri della provincia. La nostra agenzia, attualmente rappresenta una mandante di Brunico da 11 anni. Io amo l'Alto Adige per la natura, per l'accoglienza turistica, per l'ordine, per la cucina, per l'efficienza e l'organizzazione delle sue strutture. Valga di esempio solo un episodio che è accaduto al mio socio due anni fa. Erano diversi giorni che Marco, il mio socio, non si sentiva bene, nessun medico era riuscito a diagnosticare la causa del suo stato febbricitante. In quel periodo era in programma una riunione a Brunico, dell'azienda che rappresentiamo. Come per tutti gli agenti di commercio nulla li può fermare e quindi nonostante la condizione di salute fosse veramente precaria, ci mettemmo in viaggio. Durante la riunione Marco dava evidenti segni di disagio e al termine, al limite della sopportazione chiese di essere portato in ospedale. Fu subito ricoverato all'ospedale di Brunico nel reparto di medicina generale e sottoposto, immediatamente a tutti gli esami diagnostici possibili. I bagagli erano in albergo quindi Marco fu ricoverato con quello che indossava. Dopo qualche ora gli telefonai per portargli la valigia con tutto il suo contenuto, ricambi, pigiama, necessaire ecc. Marco, con un filo di voce mi disse: "non ti preoccupare, vieni pure più tardi perché sono a posto". Non appena libero da impegni mi recai in ospedale con la valigia di Marco. Nel frattempo l'ospedale aveva fornito al mio socio: il pigiama, non un pigiama da ospedale, ma un gran bel pigiama, le pantofole, il necessaire per la barba, lo spazzolino da denti e

quant'altro gli sarebbe potuto servire. Era ricoverato in una bellissima stanza a due letti con bagno in camera. Io rientrai a casa e Marco rimase ricoverato 15 giorni. Gli fu fatta, la diagnosi corretta e fu dimesso guarito. Questo non bastò, il medico che lo aveva curato, telefonò all'Ospedale San Martino di Genova parlò con un suo collega e lo informò del fatto che Marco si sarebbe presentato da lui per una visita di controllo e per la prescrizione della cura assegnata. Questo episodio confermò le mie impressioni sull'efficienza delle strutture di questa bellissima realtà italiana. Qualche lettore si chiederà il perché racconto questa storia; la racconto semplicemente per evidenziare il fatto che in questa regione non avvengono le cose che avvengono nel resto del paese ma succedono cose speciali.

Qualche giorno fa, su di una rivista, ho letto di una organizzazione che si chiama "Business location Südtirol" è un'azienda altoatesina che si occupa di marketing territoriale e dell'insediamento di imprese nella regione. Questo organismo sostenuto dalla Provincia autonoma di Bolzano fornisce gratuitamente supporto e servizi prima, durante e dopo l'insediamento in Alto Adige di nuove aziende. Chi decide di aprire una attività in questa regione troverà un appoggio dalla ricerca del sito, alla ricerca degli alloggi, al trasloco delle persone ecc. Vengono evidenziati tutti quei vantaggi che una impresa e le persone che ne fanno parte, possono godere trasferendosi in Alto Adige; dalla qualità della vita all'abitare con la famiglia, all'istruzione dei figli, all'assistenza sanitaria, alle semplificazioni burocratiche ecc.

Visitando il sito BLS sembra di leggere cose che si possono trovare, non in Italia ma all'estero. Invece all'estremo Nord-est della nostra penisola esiste una realtà di efficienza, di serietà e di organizzazione che chi non ha mai operato in questa zona non può immaginare. Ci sarà qualche scettico che affermerà che i privilegi di cui godono le regioni a statuto speciale permettono di avere servizi ad alto livello. Questo è pur vero, ma quando i finanziamenti e i privilegi sono utilizzati al meglio e messi a disposizione dell'efficienza e dell'organizzazione come avviene in Alto Adige, ben vengano. Ai colleghi che non hanno mai rappresentato aziende altoatesine e hanno l'opportunità di iniziare la collaborazione con alcune di esse consiglio di non lasciarsi scappare l'occasione di iniziare una nuova esperienza, forse un po' difficile all'inizio per una certa rigidità e molta disciplina, ma senz'altro positiva professionalmente perché tutti quelli che hanno operato in questo ambito hanno imparato organizzazione ed efficienza.

D. C.

Come si risponde alla crisi

L'attività di un'agenzia per contrastare la crisi



La crisi ha colpito fortemente, oltre all'industria e il commercio anche le agenzie commerciali. Il decremento va dal 20 al 30%. Gli agenti lamentano una riduzione delle provvigioni molto pesante. Tutti i comparti, chi più, chi meno, sono interessati a una forte riduzione del business. Ma è proprio così o vi sono posizioni che vanno in controtendenza? A leggere i notiziari economico-finanziari direi che anche comparti fortemente interessati alla crisi, ad esempio il tessile, hanno al loro interno situazioni ampiamente positive. Come vi sono situazioni positive nell'ambito delle agenzie commerciali. Questo dipende esclusivamente dal fatto che quando l'attività è portata avanti con professionalità e con attenzione ai mutamenti, è possibile arginare anche la crisi che incombe a livello globale. Dall'ottobre 2013 a luglio 2014, in collaborazione con il ns. CAAF e con alcuni agenti che si sono resi disponibili a collaborare, abbiamo monitorato alcune agenzie, di vari comparti, e i risultati sono stati sorprendenti. In sintesi: le agenzie che avevano fatto dei programmi operativi hanno ottenuto tutte dei risultati decisamente in controtendenza con quanto accade nel mondo dell'economia, chi ha continuato ad operare con il solito sistema ha risentito fortemente di questo momento contingente negativo. L'agenzia che ha avuto i migliori esiti è risultata l'agenzia che ha predisposto un piano operativo per il 2014, che prevedeva il miglioramento delle posi-

zioni con i vari clienti. Il piano si articola nello screening dei clienti attivi e l'acquisizione di nuovi clienti. In pratica così suddiviso:

- 1° operare sui clienti acquisiti;
- 2° incrementare il numero di clienti attivi.

L'agenzia ha quindi iniziato a stilare un esame attento e approfondito degli acquisti storici di tutti i clienti attivi, e per ognuno di essi è stata fatta una valutazione obiettiva delle potenzialità dell'azienda cliente e della capacità di assorbimento di quel prodotto o quella gamma di prodotti.

E' stato fatto, quindi, un elenco dei clienti che, alla luce della potenzialità e del tipo di organizzazione e di struttura, avrebbero potuto, adeguatamente supportati, migliorare le loro performance con le mandanti dell'agenzia.

Poi sono stati esaminati tutti i potenziali clienti presenti nella quattro province interessate (Genova, La Spezia, Savona, Imperia).

E' stata fatta, in base ai dati già in possesso dell'agenzia, o con l'aiuto di altre fonti, la valutazione della potenzialità, dell'organizzazione e delle performance di questi clienti, uno per uno.

Sono stati individuati i clienti abborribili, sia per capacità di acquisto dei prodotti che si volevano distribuire, che per una certa disponibilità dimostrata, e non in contrasto con altri già acquirenti dell'agenzia.

Sono state preparate iniziative di marketing, concordate con le mandanti,

espressamente rivolte ai clienti individuati come acquisibili.

Questo lavoro, per l'agenzia presente sul mercato da molti anni e conoscitrice attenta della clientela, non è stato particolarmente impegnativo, ma è servito a mettere in evidenza i punti di forza e di debolezza dell'agenzia verso la clientela e per stilare un piano operativo chiaro e dettagliato.

Dopo l'individuazione dei clienti acquisiti potenziabili e i clienti potenzialmente acquisibili, l'agenzia è passata alla fase successiva: l'operatività sul territorio con le visite ai clienti portando le proposte, programmate con le mandanti, per migliorare o introdurre i marchi o i prodotti, presso la clientela selezionata.

I risultati sono stati brillanti, ai primi di settembre l'agenzia era in incremento del 14%, sul pari periodo 2013. Questa è la dimostrazione che, anche in periodi difficili, quando si opera con professionalità e intelligenza, si possono trovare nuove opportunità che, forse, in condizioni di mercato stabili è più difficile cercare perché assorbiti dalla quotidianità. Inoltre, dimostrare alle mandanti questo interesse a migliorarsi e a migliorare l'introduzione sul mercato, con la richiesta di iniziative volte ad acquisire nuove posizioni o/e incrementare con alcuni clienti acquisiti, accresce l'immagine dell'agenzia nei confronti delle aziende rappresentate.

D. C.

Il tuo indirizzo di posta elettronica e il tuo numero di telefono cellulare ci permetteranno di comunicare direttamente con te.

In caso di cambiamenti
mantienici sempre aggiornati!

FENYCI COOPERATIVA AUTO

Agenti di commercio uniti per l'acquisto delle auto

L'obiettivo della Fenyci Cooperativa Auto è fornire un tangibile aiuto agli agenti di commercio ad avere sempre a disposizione un'auto affidabile e sicura. Con le migliori formule di acquisto, noleggio a lungo termine e leasing, gli agenti potranno sostituire l'auto di 3-4 anni di vita con una nuova a condizioni estremamente interessanti

Cosa serve per iscriversi alla cooperativa.

Se sei Agente di commercio puoi diventare socio versando, una tantum, la **quota sociale di 50 euro**, vitalizia e trasmissibile agli eredi. Una volta diventato socio potrai acquistare con la Cooperativa non più di un'automobile ogni anno. Per farlo dovrai richiedere il voucher d'acquisto, che ti garantisca la scontistica riservata ai soci. Il voucher è utilizzabile per l'acquisto di una sola auto e costa 30 euro IVA inclusa.



Per iscriverti alla Cooperativa potrai inviare via fax – al numero: 011591493 – oppure via mail – all'indirizzo cooperativa@fenyci.it – la scheda di richiesta di iscrizione. Più siamo e più risparmiamo, in pratica più è alto il numero di iscritti e più si potranno ottenere sconti sull'acquisto o sul noleggio

Potrai anche utilizzare un sistema on line progettato ad hoc e disponibile sul sito. Sul portale della Cooperativa auto potrai consultare liberamente le automobili disponibili, le formule d'acquisto e l'intera gamma dei servizi proposti. Saranno continuamente aggiornate offerte e scontistiche e sarà disponibile un'area riservata alle occasioni.

**LA COOPERATIVA FENYCI È
PATROCINATA DALL'USARCI**



Gli agenti vittime dell'alluvione possono ancora chiedere il contributo per i danni subiti

Nelle zone in cui è stato dichiarato lo stato di calamità naturale, la Fondazione prevede erogazioni di contributi fino ad un massimo di 8.000 euro nel caso in cui si siano verificati danni di beni mobili come automobili, dotazioni tecniche, attrezzature, computer. I contributi investono anche i beni immobili come abitazioni ed uffici.

Potranno accedere al contributo gli agenti in attività e i pensionati titolari di un trattamento previdenziale (vecchiaia, inabilità o invalidità permanente).

Per maggiori informazioni, sulla possibilità di accedere ai contributi, Vi invitiamo a prendere contatti con la segreteria Usarci- Sparci al 010 5954838 e visitare direttamente il sito della Fondazione Enasarco www.enasarco.it

Vita da agente

Questa nuova “storia” ci porta nel mondo del turismo

Con questa nuova “storia” della vita di un agente di commercio sono entrato nel mondo del turismo. Comparto in fortissima crisi dove gli agenti, per sopravvivere, hanno dovuto riciclarsi o inventarsi nuove posizioni.

Ho incontrato Enrico Fioravanti non più giovanissimo, agente di commercio, ma nel pieno della maturità professionale, che per tanti anni ha venduto e con successo, alle agenzie di viaggio, viaggi organizzati dalle Compagnie di Crociere e dai Tour Operators, una sorta di grossisti a livello anche internazionale. Enrico ha rappresentato alcune di queste importanti realtà acquisendo esperienza e capacità tecniche di tutto rispetto. Poi, piano piano, le cose sono cambiate, con l'avvento di Internet l'importanza delle agenzie di viaggio è andata scemando, perché l'utente con Internet ha incominciato ad organizzare in autonomia i suoi viaggi e a bypassare le strutture sul territorio. In questo ultimo periodo, in Italia oltre 2.000 agenzie di viaggio hanno chiuso i battenti. Enrico che operava oltre che in Liguria anche in Piemonte e in Valle d'Aosta e per un certo periodo anche in Sardegna si è trovato schiacciato tra due realtà: la chiusura o la crisi di moltissime case mandanti e nel contempo la perdita di clienti, i dettaglianti agenti di viaggio, sempre per lo stesso motivo, chiusura delle attività. Mi ricordo di aver incontrato in Sindacato, circa due anni fa Enrico, che mi espose la sua difficile posizione. Io non riuscii a dargli nessun supporto, né consigliargli alcunché, di fronte a questi accadimenti di mercato è molto difficile poter, solo suggerire qualche possibile soluzione, soprattutto

non conoscendo il comparto. Ricordo di aver visto un professionista molto deluso ma non ho avuto la sensazione di avere di fronte un uomo sconfitto, anzi mi è sembrato determinato ad affrontare la situazione con decisione. E' chiaro che a poco più di 50 anni non si può pensare di aver chiuso la propria attività lavorativa, ma si deve affrontare la realtà con grinta che deve nascere dall'esperienza e dal buon senso.

Cosa ha fatto Enrico? Si è fermato ed ha fatto una sorta di bilancio esaminando attentamente il mercato e i suoi cambiamenti. Questi cambiamenti possono ancora dare delle opportunità? Certamente, bisogna solo saper individuare quali sono queste opportunità. Enrico ha capito che bastava invertire la sua attività: non più turisti italiani verso mete straniere, ma stranieri verso mete italiane. Avendo sempre operato nel turismo e oltre a conoscere l'Inglese, il francese ed il tedesco, Enrico ha la fortuna di aver viaggiato moltissimo in tutto il mondo quindi senz'altro più aperto di noi, che abbiamo sempre “pascolato” nel nostro orticello vicino a casa, all'internazionalizzazione. Questa sua disponibilità ad aprirsi al di fuori dei nostri confini gli è stata anche suggerita dal nostro amico Eliano Cominetti in occasione di un incontro che si è tenuto un paio di anni fa alla Camera di Commercio di Genova, dove Cominetti, con la sua capacità comunicativa, aveva sostenuto la necessità di uscire dai confini per affrontare il mercato ormai globalizzato. Enrico con questo spunto, e avendo anche molte conoscenze professionali all'estero, ha deciso di recarsi in Inghilterra e aprire un'attivi-



Enrico Fioravanti

tà turistica che unisce oltre la capacità organizzativa, che agli inglesi non manca di certo, la fantasia italiana volta a offrire pacchetti turistici a operatori inglesi che comportino un flusso turistico verso il nostro paese. Oltre a questo Enrico mantiene anche l'agenzia tradizionale con la clientela italiana. Oggi la sua attività si svolge al 50% in Italia e il restante nel Regno Unito dove le condizioni, sia fiscali che burocratiche, sono di gran lunga migliori che in Italia, e questo potrebbe in futuro far decidere Enrico di abbandonare il nostro paese per trasferirsi definitivamente sotto le insegne della regina Elisabetta. Sarebbe un peccato perché perderemmo un collega preparato, intelligente, con buon senso e con tanta competenza.

Buona fortuna Enrico e complimenti per la tua capacità di uscire dagli schemi e di affrontare i cambiamenti con determinazione e idee chiare.

D. C.



INTERNET, POSTA ELETTRONICA, SICUREZZA

Inizierà, il 24 gennaio 2015
presso l'Usarci – Sparci di Genova,
il corso:

internet, posta elettronica
e le sicurezze da adottare quando si naviga



Tutti navighiamo in Internet. Tutti usiamo la posta elettronica. Molti sono iscritti ai social network. Pochi conoscono i rischi che si corrono quando si è collegati in rete. Quasi nessuno adotta le misure minime di protezione per evitare brutte sorprese.

Imparare ad usare al meglio le infinite opportunità che la rete offre è un traguardo che chiunque adopera normalmente un PC o un tablet deve assolutamente raggiungere.

L'Usarci-Sparci, al fine di far acquisire le capacità necessarie ad usare nel modo migliore, la rete, ha organizzato il corso su indicato condotto da un docente con certificato internazionale.

FINALITA' DEL CORSO

Accrescere le capacità di usare Internet e la Posta elettronica e i social network.

**LUOGO DEL CORSO : Usarci Sparci Piazza Brignole
3/7 – 16122 GENOVA**

**DATE DEL CORSO : Sabato 24 gennaio15 – Sabato 31
gennaio 15 – Sabato 07 febbraio 15**

ORARIO DEL CORSO : 09,00 – 12,00

COSTO DEL CORSO : € 100,00 + I.V.A.

**ATTESTATO : A fine Corso sarà consegnato l'attestato
di partecipazione.**

16121 **Genova**
Piazza Brignole, 3/7
tel. 010 5954838
Fax 010 5848095

info@usarci-sparci.it
www.usarciliguria.it

L'importanza di conservare la documentazione

La documentazione proveniente dalla mandante deve essere conservata per tutto il periodo del mandato

Troppo spesso nel corso dell'esecuzione di un mandato, l'azienda non ottempera alle norme regolatrici dettate dal Codice Civile e dagli A.E.C.

Spesso la mancata consegna della documentazione relativa all'attività svolta dall'agente (estratti conto, etc.), può apparire quale mera dimenticanza o essere addebitata ad una gestione non ordinata dell'azienda.

In realtà tali mancanze possono arrecare all'agente gravi pregiudizi, non tanto nella fase di esecuzione del mandato, quanto più nella fase in cui, terminato il rapporto, l'azienda deve liquidare le indennità dovute.

E' opportuno ricordare che l'art. 1749 del Codice Civile stabilisce espressamente che: "Il Preponente nei rapporti con l'Agente deve agire con lealtà e buona fede. Egli deve mettere a disposizione dell'Agente la documentazione necessaria relativa ai beni o servizi trattati e fornire all'agente le informazioni necessarie all'esecuzione del contratto: in particolare avvertire l'agente, entro un termine ragionevole, non appena preveda che il volume delle operazioni commerciali sarà notevolmente inferiore a quello che l'agente avrebbe potuto normalmente attendersi. Il Preponente deve, inoltre, informare l'agente entro un termine ragionevole, dell'accettazione o del rifiuto e della mancata esecuzione di un affare procuratogli.

Il Preponente consegna all'Agente un estratto conto delle provvigioni dovute al più tardi l'ultimo giorno del mese successivo al trimestre nel corso del quale esse sono maturate. L'estratto conto indica gli elementi essenziali in base ai quali è effettuato il calcolo delle provvigioni. Entro il medesimo termine le provvigioni liquidate devono essere effettivamente pagate all'agente.

L'Agente ha diritto di esigere che gli siano fornite tutte le informazioni per verificare l'importo delle provvigioni liquidate ed in particolare un estratto dei libri contabili.

E' nullo ogni patto contrario al presente articolo".

Tali disposizioni - che trovano conferma anche negli A.E.C. - costituiscono l'applicazione di un più generale principio di

correttezza e buona fede nell'esecuzione del contratto che viene imposta alle mandanti.

In particolare, è interessante analizzare con attenzione la seconda parte del primo comma del citato articolo.

Detta norma, infatti, prevede l'obbligo a carico della mandante di informare il proprio agente "entro un termine ragionevole, non appena preveda che il volume delle operazioni commerciali sarà notevolmente inferiore rispetto a quello che l'agente avrebbe normalmente potuto attendersi" (per gli AEC l'obbligo di detta informazione deve avvenire "senza indugio").

Pertanto, si può tranquillamente affermare che pretendere dalla propria mandante comunicazioni scritte in ordine alle politiche commerciali - laddove si verificano mutamenti "importanti" delle stesse - è strumento di auto-tutela di fondamentale importanza al momento dell'insorgere di un contenzioso.

In ogni caso, il documento proveniente dalla mandante che assume un'importanza fondamentale per l'agente risulta essere l'estratto conto provvigionale. L'estratto conto, infatti, è lo strumento necessario, da un lato per verificare la corretta e puntuale liquidazione delle provvigioni (che, lo si ricorda, è un obbligo per le case mandanti..), e dall'altro per poter correttamente conteggiare (unitamente alle fatture emesse, agli ordini, etc.) le indennità di fine rapporto. L'estratto conto, tra l'altro, può risultare un ottimo mezzo per verificare, altresì, l'eventuale esistenza dei presupposti per ottenere l'indennità ex art. 1751 c.c. essendo da esso desumibile tanto l'aumento del fatturato, quanto l'eventuale acquisizione di clienti nuovi.

Come si è detto le mandanti sono tenute ad inviare l'estratto conto entro l'ultimo giorno del mese successivo al trimestre nel corso del quale sono maturate ed analogamente statuiscono gli AEC, per i quali "entro 30 giorni dalla scadenza del trimestre considerato, le ditte invieranno all'agente o rappresentante il conto delle provvigioni nonché il relativo importo, con l'adempimento delle formalità richieste dalle vigenti norme fiscali".

Detti termini, peraltro, sono impro-



gabili e non possono essere aumentati dalle parti in quanto dall'ultimo comma dell'art. 1749 c.c., si desume il carattere inderogabile di dette disposizioni.

La norma in esame, inoltre, stabilisce che l'agente ha diritto di "esigere che gli siano fornite tutte le informazioni necessarie per verificare l'importo delle provvigioni liquidate ed in particolare un estratto dei libri contabili.

Detta disposizione assume una rilevanza fondamentale, dal momento che la stessa costituisce il presupposto - in sede di contenzioso giudiziale - per richiedere al Giudice l'esibizione dei libri contabili, ove l'azienda non abbia ottemperato agli obblighi imposti.

Se, come detto, le norme di legge impongono alle ditte un costante obbligo di informazione e di invio di documentazione, è di fondamentale importanza che sia l'agente - ove possibile - a pretendere il puntuale invio della predetta documentazione da parte dell'azienda.

L'agente deve, in ogni caso, conservare accuratamente tutta la documentazione relativa al mandato (estratti conto, ordini, comunicazioni da parte dell'azienda, etc.) ed operare periodici controlli sulla regolarità di detti documenti.

A tal fine sarà utile utilizzare e compilare - per ogni mandato - lo schema riepilogativo che è stato predisposto proprio al fine di agevolare il lavoro degli agenti.

Detto prospetto potrà diventare tra l'altro, (unitamente ai documenti conservati), un utile strumento per calcolare l'eventuale incremento di fatturato e clientela, presupposto fondamentale quest'ultimo per il riconoscimento dell'indennità ex art. 1751 c.c.

Avv. Andrea Mortara
studio@studiolegalemortara.it
Centro Giuridico Nazionale Usarci

Pure gli americani!

Se la colpa è sempre del venditore . . . non ne veniamo fuori!

Che il mio articolo apparso nell'ultimo Sparci Notizie, con una prefazione dello stesso Presidente, abbia avuto un'eco anche tra le Mandanti, è una conferma che imprenditori e manager "illuminati" esistono ancora. Nel buio di un tunnel, in cui ancora ad oggi è difficile riconoscere spiragli di luce, comunque essi competono per meglio governare i processi di vendita e soprattutto le "istanze" dei venditori che sono a diretto contatto con i clienti:

Per sintesi, riporto due pareri "illuminati" che ben illustrano il significato delle riflessioni portate nell'articolo in origine.

Il primo: " Ho letto con piacere il tuo articolo. Accidenti quanto è vero, accidenti a tutti quei consulenti che stampano relazioni una uguale all'altra incapaci di entrare nel vivo dell'azienda, ma bravissimi a pontificare sentenze assolutamente inutili, per niente incisivi con gli AD, che in attesa della "relazione finale" perdono mesi, forza ed energia propulsiva al cambiamento."

Il secondo: " Molto interessante, come sempre. Condivido appieno il tuo punto di vista anche se le mie esperienze commerciali sono limitate essendo maturate esclusivamente in ambienti tecnici dove la valutazione del venditore deve includere anche le capacità tecniche dello stesso nello specifico settore di attività. Ciò, naturalmente, oltre alla motivazione individuale che è alla base di ogni attività umana e che, come giustamente dici, deve essere anche stimolata ed alimentata, per le attività promozionali e commerciali, dall'azienda madre (se capace di farlo). Purtroppo, forse per la situazione contingente, forse per una mentalità imprenditoriale in via di evoluzione (o di involuzione), forse solo per semplice incapacità manageriale, questo aspetto è sempre meno curato"

Seppur gratificato da queste e da altre numerose testimonianze e comunque motivato nel proseguo della mia ricerca, incontro l'autore di un testo già noto e ampiamente usato nel settore : *Malcom McDoanald - Piani di Marketing edito in Franco Angeli Editore*. Negli ultimi due decenni l'autore di questo libro " ...ha analizzato molte forze vendita europee, riscontrando un'allarmante mancanza di pianificazione e professionalità. Spesso i venditori non hanno la minima idea su quali prodotti e gruppi di clienti concentrarsi, hanno una conoscenza insufficiente dell'attività dei concorrenti, non preparano adeguatamente le presentazioni, di rado parlano ai clienti in termini di vantaggi, non si impegnano a sufficienza sulla chiusura della vendita e compiono molte visite senza alcun chiaro obiettivo. Peggio ancora, raramente sono consapevoli delle potenzialità del marketing e così non sfruttano a fondo le opportunità della stessa vendita."

Ci risiamo: pure gli americani adesso! Si legge " ... per la situazione contingente ... " : appunto! Certamente va evidenziato il fatto che le aziende continuano ad incontrare inesorabilmente - nonostante promesse e segnali di "ripresina" che stentano a radicarsi nella complessità dei mercati e nel tessuto sociale - molte difficoltà nel costruire, sviluppare e mantenere vantaggi competitivi legati ai valori prestazionali resi dai loro prodotti e servizi in chiave di profitto. Su di esse pesa inoltre, il recupero di un credito che inasprisce non solo la liquidità ma la stessa già sofferente stabilità economica dell'impresa. Se a causa del risultato comunque negativo la colpa va addossata alla rete, non ci siamo! Il risultato è spesso una situazione di confusione, amplificata in molti casi da un'azione manageriale incapace di costruire la necessaria coerenza tra gli obiettivi commerciali di breve e



medio termine assegnati alle reti di vendita, e una adeguata partecipazione delle reti su quali siano le leve da adottare e "orchestrare" per ottenere il conseguimento dei risultati previsti alla prima voce di bilancio. Contrazione delle vendite causate da un incremento dei clienti inattivi, ridotta acquisizione di clienti nuovi dovuta ad una loro non solvibilità e una vaporizzazione degli acquisti da parte del consumatore, costituiscono una miscela capace di congelare qualsiasi tentativo persuasivo di vendita. Inoltre, si assiste ad una perdita degli stessi clienti acquisiti - già ritenuti "fidelizzati" - oltre a perdita di ordini causati da offerte di prezzo ai limiti della sopravvivenza aziendale. Molti acquisti, vengono rimandati o ridotti. Assistiamo ad un incremento degli insoluti e ad una incontrovertibile difficoltà di pagamento. Sono cambiati i mercati e i sistemi di forze esistenti. Il venditore si vede costretto nella morsa tra i suoi costi e le provvigioni ai limiti unitamente alla pressione del management d'impresa. La rete vendita risente in prima persona dei mutamenti in atto e necessita di un cambiamento del processo di vendita e di chi guida le stesse logiche commerciali. Persistere oggi con le logiche di ieri produce **un'inefficienza** dell'azione di vendita capace di creare impatti negativi sul sistema azienda/mercato. Se a questa "nuda realtà" la colpa è del venditore ... non ne veniamo fuori!

Eliano B. Cominetti
elianocominetti@ksales.it

Il futuro dell'agente di commercio

Sarà necessaria tanta, ma tanta, professionalità

Non sono più i tempi che tutto “andava bene” e fare gli agenti di commercio, anche se era un palliativo si faceva perché non c'erano molte alternative di lavoro e si svolgeva con poco interesse, in definitiva qualche soldo si riusciva a fare.. Fino a poco tempo fa l'attività poteva venir portata avanti, in qualche modo senza entusiasmo e con poca preparazione, oggi con il mutare delle situazioni, chi non cambia atteggiamento non è più coerente con i tempi.

Ci sono dieci comportamenti che l'agente “moderno” deve avere ben chiari nella sua attività.

1. **Prefissare degli obiettivi, perseguirli con costanza e flessibilità e non arrendersi.**
2. **Sforzarsi continuamente di perfezionare la preparazione. Leggere pubblicazioni specializzate, partecipare a seminari, frequentare corsi di formazione professionale, curare lo scambio di esperienze.**

3. **Sperimentare sempre nuove strategie, nuove tecniche, nuove argomentazioni, nuovi metodi di lavoro.**

4. **Considerare ogni insuccesso come un personale errore e trarne i dovuti insegnamenti.**

5. **Nel proprio settore non deve sfuggire nulla: bisogna essere al corrente di tutti i nuovi sviluppi, tecnici, organizzativi, economici, di personale.**

6. **L'affidabilità e la correttezza devono essere i pilastri del comportamento.**

7. **Non si devono contare le ore di lavoro, ciò che va fatto, deve essere fatto.**

8. **Ci si deve sforzare costantemente per migliorare la eloquenza. Non basta sapere, bisogna anche essere capaci di trasmettere ciò che si sa.**

9. **Nei confronti delle mandanti il comportamento è di lealtà, ma senza servilismo.**

10. **Le idee, devono tramutarsi in proposte e non si deve esitare a sottoporle a chi di dovere.**



Sono regole che sembrano banali, ma così non è. Sfido agli agenti che hanno letto l'articolo fino a questo punto ad essere sinceri con se stessi e considerare ciò che non rispettano di questi 10 dettami. Chi continuerà con le vecchie logiche “non vedo perché dovrei cambiare, visto che ho sempre fatto così”; o “intanto ai clienti va bene così, non posso certo io farli cambiare ” o ancora “non sono io che posso risolvere i problemi” si troverà in futuro a dover affrontare grosse delusioni.

D. C.



I SERVIZI CAAF **USARCI**

E' sempre più difficile orientarsi tra le normative fiscali e tributarie. Affidarsi al CAAF-Usarci, l'unico centro specializzato di assistenza fiscale per gli agenti di commercio, garantisce i servizi essenziali per le agenzie commerciali.

Contabilità

Ordinaria e semplificata;

Gestione

Ditte individuali, S.n.c., S.a.s. S.r.l.

Rilevazioni delle ritenute secondo le competenze;

Dichiarazioni IVA

Dichiarazione dei redditi

Spesometro

Conteggio versamenti INPS

Conteggio IMU/TASI

Modello 770

Contenzioso tributario

Prima consulenza gratuita;
Gestione di tutti gli strumenti deflattivi del contenzioso tributario:

accertamento con adesione, Acquiescenza, Autotutela ecc.

Gestione del contraddittorio; assistenza in caso di verifica da parte dell'Agenzia delle Entrate o delle Guardia di Finanza.

Contenzioso in Commissione Tributaria Provinciale, Regionale e in Cassazione.

Consulenza Bancaria

Calcolo interessi