

Sparci Notizie

Agenti e Rappresentanti di Commercio



Si è svolto a Roma il XXIII congresso nazionale Usarci. Una consistente rappresentanza dell'Usarci-Sparci di Genova era presente a questo importante incontro durante il quale è stato eletto il nuovo direttivo nazionale.

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
Federico Repetti
Eliano B. Cominetti
Mauro Spagnoli

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

SOMMARIO

- Pag. 4 Congresso Nazionale Usarci
- Pag. 6 Se il fatturato è in calo
- Pag. 7 Agenzie 2013 - sfiducia sul presente e sul futuro
- Pag. 8 La legge fallimentare riformata
- Pag. 9 Nuovo corso "Agenzia di qualità"
- Pag. 10 Il redditometro dichiarato illegittimo
- Pag. 11 L'obbligo d'informazione agente - mandante
- Pag. 12 Due che ragionano e uno che corre
- Pag. 14 Quando manca professionalità



Notiziario del Sindacato Usarci - Sparci - Genova

Che Servizi!

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

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.

Informazioni con invii personalizzati di fax ed e-mail relativi alle novità di interesse comune.

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 2013

E' SCADUTA

da oltre due mesi

ancora qualche associato non ha provveduto al saldo.

E' possibile il pagamento della quota associativa 2013 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

Ricordiamo gli importi delle quote:

€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 rimasta di **€ 50,00**

I servizi specificatamente diretti a soddisfare le esigenze della categoria degli agenti e rappresentanti di commercio possono essere garantiti solo se le quote associative sono pagate con regolarità, perché i costi, della nostra organizzazione sono coperti solo da queste, senza le quali il conto economico dell'associazione entrerebbe in sofferenza, e non sarebbero più assicurati i servizi di eccellenza che oggi sono offerti.

Congresso Nazionale Usarci

Un incontro importante

Dal 24 al 25 Maggio si è svolto a Roma il 23° Congresso Nazionale Usarci. Io ho partecipato e ho incontrato delegati in arrivo da tutta Italia. Sono sempre momenti di arricchimento perché si scambiano opinioni ed esperienze, anche se di solito lo scambio di idee avviene nell'atrio dell'albergo in fretta e quasi di sfuggita. Questo Congresso Nazionale era elettivo e ha confermato alla Presidenza l'amico Umberto Mirizzi. Genova è rappresentata nel nuovo direttivo con due rappresentanti: Giuseppe Gasparri, consigliere nazionale e Mauro Spagnoli proboviro. Come di consueto, in apertura, l'intervento del Presidente Nazionale Umberto Mirizzi ha esaminato con obiettività, e attenzione la situazione politica. Ha preso in considerazione tutti gli argomenti di interesse per la nostra categoria.

Per l'importanza degli argomenti e per la chiarezza dei concetti espressi riporto, qui di seguito un estratto dei punti significativi del testo del discorso introduttivo che il Presidente Nazionale Usarci ha fatto in apertura del congresso, con la speranza che gli agenti di commercio lo leggano soffermandosi, a fine lettura, su quei giudizi e considerazioni che il Presidente Nazionale ha fatto con saggezza, obiettività, e tanta capacità di analisi:

D.C.

Fare l'agente di commercio non è mai stato un mestiere facile. Oggi è diventata una sfida quasi temeraria. Viviamo giorni difficili da anni. Questa spirale negativa sembra non arrestarsi più. In Italia in molti contesti si respira l'aria della disperazione, tutto sta cambiando.

Il nostro modo di vivere ha subito tantissime trasformazioni in questi decenni e continua a trasformarsi

velocemente. Il cambiamento non ci spaventa, per noi agenti di commercio è un modo di essere, ci siamo abituati.

L'impegno dell'Usarci nei prossimi anni deve andare nella direzione della rimozione delle barriere che rendono ancora più complicato il nostro lavoro stimolando il governo a fare qualcosa di serio ed efficace. Se un esempio della semplificazione amministrativa che sono stati capaci di imporci è stata l'abolizione del Ruolo in favore dell'iscrizione al registro delle imprese, che comporta farraginosi adempimenti, c'è da domandarsi se non fosse stato meglio che questa semplificazione non ci fosse stata.

La complessità delle leggi e degli adempimenti, la lentezza della burocrazia, i lunghissimi ed incerti tempi della giustizia, l'insopportabile carico fiscale, la mancanza di infrastrutture adeguate sono mali antichi del nostro Paese ed oggi pesano come macigni sulle spalle di chi lavora. Non c'è da stupirsi se l'Italia ha segnato un tasso di crescita dell'economia fra i più bassi al mondo ed ha allontanato più che attratto investitori esteri.

Il PIL italiano ha perso il 6% dal livello pre-crisi, mentre Stati Uniti e Germania hanno recuperato le quote perse già nel 2011. Nello stesso periodo, la produzione industriale si è ridotta di un quinto e mese dopo mese si registrano continui cali in gran parte dei settori industriali. Le imprese italiane, specie quelle orientate sul mercato interno, sono in una crisi senza precedenti.

Manca la domanda interna e manca liquidità. L'accesso al credito bancario è problematico, in alcuni casi



impossibile. Lo Stato paga i suoi debiti con ritardi che non sono più tollerabili, indegni per un paese civile. Con l'eccezione del settore alimentare anche le imprese private hanno allungato tempi di pagamento ai fornitori, in Francia e Germania li hanno accorciati. Questo fenomeno ha aumentato il fabbisogno finanziario ma stranamente proprio in questo momento il credito bancario viene spesso negato.

In questo modo la crisi di liquidità si avvita alla crisi economica producendo una spirale che mette a rischio la sopravvivenza di molte imprese. Oltre a questo, l'Amministrazione Finanziaria, in nome di una sacrosanta lotta agli evasori, sta seminando terrore tra i contribuenti onesti, che hanno sempre pagato le tasse, con lettere ricattatorie che contengono continue richieste che minacciano accertamenti. L'amministrazione finanziaria è vista ormai come un vero e proprio nemico. Sempre più spesso verifiche ed accertamenti sulle imprese si basano su teoremi sprovvisti di solido ancoraggio legislativo - elusione, abuso del diritto, atto antieconomico - o su interpretazioni discutibili.



E' giusto che l'Amministrazione Finanziaria faccia la sua parte, ma con metodi inquisitori proprio no, il solo risultato prodotto è il calo vertiginoso dei consumi. In questo clima viaggiare, acquistare un'auto, un gioiello o un'abitazione è diventato quasi pericoloso.

Negli ultimi mesi ho continuato ad incontrare molti colleghi in tutta Italia e parlando con loro ho percepito preoccupazione, ansia, a volte angoscia. Il nostro lavoro è diventato sempre più pesante, impegnativo ed oneroso e per contro i ricavi si sono sempre più assottigliati.

Siamo angustati dalla paura di non vendere e poi però se vendiamo siamo terrorizzati dal timore che non vengano pagate le forniture e con esse le provvigioni e che tutto questo metta a repentaglio l'esistenza delle nostre aziende mandanti. Nei discorsi dei nostri clienti si ascolta una gran voglia di chiudere bottega, di abbassare le saracinesche di fuggire da un mercato senza profitti e pieno di insidie, la cui principale causa è la scure del fisco che ha trasformato l'Italia in un Paese in cui tutti sono potenziali evasori e nel quale ad ogni contribuente spetta almeno un accertamento fiscale. Le conseguenze sociali ed umane di tutto ciò sono drammatiche e purtroppo entrano sempre più spesso nella cronaca nera.

Ma insieme alla paura, all'angoscia ed alla preoccupazione, tra i nostri colleghi ho anche trovato la tenacia di chi non vuole mollare, di chi ha ancora tanta voglia di fare, di chi ha la vendita nel proprio "dna" ed è imprenditore, un libero professionista del commercio prima di ogni altra cosa e sa che non po-

trebbe fare altro mestiere. Senza impresa, piccola o grande che sia, non si genera ricchezza non si creano posti di lavoro e non si dà futuro ai nostri figli ed al nostro Paese, questo deve essere chiaro a tutti, perché è dalle imprese che l'Italia deve ripartire.

Per uscire da questa crisi è necessario ritrovare la fiducia ed arrestare l'emorragia che ci ha fatto perdere decine di migliaia di imprese, ed altrettante decine di migliaia di posti di lavoro.

Dobbiamo lasciarci alle spalle quel senso di sgomento che ci ha reso immobili e rassegnati al fatto che il peggio fosse inevitabile. Dobbiamo coltivare la strada della speranza, dell'entusiasmo e della fiducia. Dobbiamo metterci in testa che anche noi, anche la nostra Categoria deve fare la sua parte abbandonando il palco degli spettatori che osservano, scendendo in campo per giocare la partita della ripartenza.

Dobbiamo far capire a tutti che senza intermediazione commerciale le imprese non hanno sviluppo, che la competitività è anche la capacità di poter essere su tutto il mercato con agenti di commercio capaci, professionali e formati, che noi siamo l'anello fondamentale tra la produzione e la commercializzazione che permette di assicurare livelli produttivi che assicurano occupazione e benessere.

Per superare questa crisi che ha espulso dal mercato migliaia di nostri colleghi dobbiamo creare delle solide condizioni per far tornare a crescere la nostra Categoria.

È necessario individuare soluzioni a breve e lungo termine che nasca-

no dalla concertazione tra le Associazioni che rappresentano insieme a noi la Categoria e quelle datoriali al fine di rilanciare la competitività ed il mercato interno.

Credo sia giunto il momento di prendere in seria considerazione ,anche per la nostra Categoria, la creazione di strumenti finalizzati al sostegno del reddito perché non possiamo chiedere ai nostri colleghi di andare in pensione a 67 anni senza pensare che già a 50 il mercato tende ad espellerli.

Sono convinto che le riforme , quelle che davvero servono a noi tutti, possiamo farle noi.

La storia della nostra Categoria ha dimostrato quanto siano stati lungimiranti i nostri predecessori nel darci una previdenza integrativa solida ed efficiente , oggi noi potremmo - insieme- dare una risposta mutualistica e solidale a chi, perdendo tutti i mandati, necessita di un sostegno per ripartire .

Penso che sia giunto il momento in cui la nostra Categoria impari a dire "NO" a quelle aziende che pretendono di lavorare con noi senza rispettare ne' le leggi ne' il nostro lavoro.

Quelle aziende non devono più trovare agenti di commercio disposti a lavorare per loro!

Cari Amici, occorre lavorare moltissimo per tornare a crescere, per uscire da questa crisi, sappiamo bene che è giusto chiedere aiuto a chi te lo può dare, ma sappiamo che alla fine ciascuno può contare solo sulle proprie forze!

Umberto Mirizzi
Presidente Nazionale Usarci

Il tuo indirizzo di posta elettronica e il tuo numero di telefono cellulare ci permetteranno di comunicare direttamente con te: mantienici sempre aggiornati!

Se il fatturato è in calo

È facile attribuirlo alla crisi



Non è detto che il calo di fatturato sia imputabile solo al momento congiunturale, per la verità molto negativo, o dei prezzi di vendita elevati, in questo momento nel quale la clientela chiede solo “prezzi bassi”. Potrebbero esservi anche altre ragioni all’origine del decremento. E’ facile, quando dobbiamo affrontare un mercato particolarmente difficile, perdere entusiasmo e motivazioni. Quindi non dobbiamo subire passivamente la situazione in attesa che le cose si sistemino da sole. E’ proprio quando i momenti sono brutti che è necessario fermarsi ed esaminare con attenzione ed obiettività ciò che potrebbe essere una causa al calo del venduto.

Vi sono alcune situazioni che potrebbero essere anche origine di questo decremento. Sono situazioni che si possono modificare se individuate. Esaminiamo quali potrebbero essere le aggravanti che si possono modificare:

- Siamo certi che la nostra agenzia non abbia carenze organizzative, come scarsa pianificazione, mailing list della clientela non aggiornata, gestione poco efficiente del tempo?
- Abbiamo carenze personali, ad esempio insufficienti motivazioni?
- Siamo sicuri che la nostra agenzia abbia i giusti programmi per l’acquisizione di nuova clientela, di nuovi obiettivi verso nuovi mercati. Siamo sicuri di avere la giusta attenzione per le nuove tendenze del nostro settore e per i mutati gusti del consumatore finale?
- Siamo in grado di redigere offerte studiate su misura per le esigenze dei singoli clienti?
- La priorità nel rapporto con i clienti è ben definita?
- E’ facile cadere nel banale nelle argomentazioni di approccio. Siamo sicuri di analizzare i bisogni dei clienti

con attenzione? Siamo sicuri di aver un approccio positivo e coinvolgente e non noioso e ripetitivo?

● E’ un fatto purtroppo assodato, forse è un difetto nel DNA degli agenti ma è spesso riscontrabile un atteggiamento negativo nei confronti dei clienti ma e soprattutto nei confronti delle mandanti. Non sarà che il nostro atteggiamento è negativo?

E per ultimo è importante analizzare il rapporto di collaborazione che si è instaurato con gli addetti all’ufficio vendite delle mandanti, se il rapporto di collaborazione vede attriti e incapacità alla collaborazione le conseguenze non possono che essere negative. Fate un’auto-analisi per capire dove c’è bisogno di miglioramenti e poi mettetevi subito all’opera.

D. C.



Comunicazione alla Camera di Commercio

È stata prorogata la data di comunicazione alla camera di commercio al 30 settembre 2013

Entro tale data gli agenti di commercio dovranno, obbligatoriamente, comunicare alla Camera di Commercio alla quale sono iscritti, di essere ancora in attività. La mancata comunicazione **fa perdere i requisiti per l’attività professionale, con il rischio di essere disdettati dalle mandanti, per colpa.**

Questo adempimento dovrà essere fatto solo on line inviando apposito documento, chiamato “Segnalazione certificata di inizio attività (SCIA)”,

L’incombenza non potrà essere svolta in prima persona dagli agenti di commercio, presso gli uffici della Camera di Commercio, come potrebbe sembrare. Dovrà essere compiuta **solo** dalle associazioni di categoria o dal proprio commercialista.

E’ evidente che i costi che sono di, minimo 60 euro per i soci e di 90 per i non soci, saranno a carico degli agenti.

Per procedere a quanto sopra è necessario disporre di un indirizzo di posta elettronica certificata (Pec).

Anche per le ditte individuali entro il 30 Giugno 2013 dovranno essere in possesso dell’indirizzo PEC.

La segreteria è in grado di abilitare la Pec.

Gli agenti che hanno già cessato l’attività e che potrebbero, in futuro, riprenderla, devono presentare la SCIA per non perdere i requisiti.

La nostra segreteria è a disposizione per svolgere la pratica.

Invitiamo gli associati a non attendere gli ultimi giorni.

Agenzie 2013 - sfiducia sul presente e sul futuro

Cosa pensano gli agenti di commercio dell'attuale situazione economica

Il contatto quotidiano con la nostra base, gli agenti di commercio, ha permesso di renderci conto che le lamentele, sulla situazione delle agenzie sono motivate da un andamento economico in ribasso. Come tutti sappiamo gli agenti di commercio subiscono ingiustizie, umiliazioni, riduzioni nei compensi provvigionali, ma difficilmente esasperano i toni, di solito enunciano il fatto e non drammatizzano. Per renderci meglio conto di come stiano veramente le cose abbiamo creato un formulario con sette domande, alle quali sono indicate tre possibili risposte e lo abbiamo inviato, mezzo e-mail agli associati e a qualche altro nominativo di agenti non associati. Le risposte sono state numerose e immediate, segno che l'argomento ha interessato, perché siamo andati a mettere il dito sulla piaga. Dal campione significativo che ha dato le risposte abbiamo tratto le seguenti conclusioni:

la maggior parte degli agenti intervistati afferma che la situazione economica, nei primi mesi del 2013 è peggiorata, infatti:

l'83,05% afferma che le provvigioni sono più basse rispetto allo stesso periodo del 2012;

Il 15,25% afferma che le provvigioni sono invariate rispetto allo stesso periodo del 2012.

Solo l' 1,69% afferma che le provvigioni sono più alte rispetto allo stesso periodo del 2012.

Le tinte restano fosche anche sull'andamento dei pagamenti delle provvigioni da parte delle mandanti: il 47,07% afferma che i pagamenti delle provvigioni avvengono in ritardo, il 44,46% non ha problemi perché le mandanti sono

regolari nei pagamenti, mentre il restante 8,47% afferma che le proprie mandanti hanno grosse difficoltà nell'assolvere gli impegni.

Per quanto riguarda la clientela era immaginabile che le difficoltà avrebbero peggiorato i pagamenti delle forniture, infatti il 50,85% afferma che i clienti pagano in ritardo, mentre le grosse difficoltà della clientela lo riscontra il 3-7,29% dei colleghi; solo l'11,86% afferma che non vi sono problemi per la clientela perché i pagamenti avvengono con regolarità.

Il venduto negli ultimi sei mesi, rispetto allo stesso periodo del 2012 presenta un decremento per l' 84,75% degli intervistati, mentre solo il 11,86% ha ordini (venduto) stazionari e pochi, solo il 3,39%, ha riscontrato un incremento.

La situazione insostenibile è sulla pressione fiscale che le agenzie subiscono, infatti ben il 64,41% afferma che la pressione fiscale sul reddito della propria agenzia è sproporzionata, il restante 35,59% pensa che la pressione fiscale è molto alta.

Su questo argomento abbiamo ricevuto anche commenti tra l'allarmato e il disperato e questo ci conferma quello che stiamo vedendo in associazione, che l'agente appena può va in pensione o cerca altre alternative e la causa principale di questo è l'irragionevole e insostenibile pressione fiscale che le agenzie, impossibilitate ad evadere sono costrette a subire.

Le ultime due domande poste si riferiscono alla clientela. La prima



chiede il giudizio che la clientela ha circa la situazione economica del paese; il 38,98% considera la situazione molto delicata mentre un 59,32% pensa che sia insostenibile. Poi abbiamo una piccola percentuale di ottimisti (1,69%) che pensa che la situazione economica dell'Italia non sia difficilissima

Per ultimo è stato chiesto, come la clientela affronti la situazione contingente. Qui le risposte sono distribuite tra chi non reagisce e subisce passivamente gli eventi, (42,37%) e chi pensa di non proseguire più l'attività (32,20%) e chi reagisce e inventa nuove iniziative (25,42%)

Alla luce delle considerazioni di cui sopra si può affermare che la professione di agente di commercio, in un'Italia in crisi economica, ma anche sociale e politica, è in un doloroso declino che rende necessario una seria e approfondita riflessione, coinvolgendo la classe dirigente del paese responsabile di questa intollerabile situazione.

Davide Caropreso

La legge fallimentare riformata

I debiti delle aziende in difficoltà sono congelati

Come al solito in Italia si prendono decisioni senza considerare le conseguenze che queste decisioni possono avere. Per cercare di mettere un freno alla crisi che sta colpendo le aziende è stata riformata la legge fallimentare contenuta nel decreto chiamato “sviluppo”!! La nuova formula si chiama “concordato in continuità”. Mette in condizioni le aziende in crisi, anche di fronte a istanza di fallimento di andare avanti perché i debiti verso i creditori sono congelati. Sono centinaia le aziende che stanno utilizzando questo strumento. Il legislatore pensava di aver risolto il problema, ma non ha considerato che avrebbe messo nei guai migliaia di altre imprese che non riescono ad incassare i propri crediti. La nostra agenzia ha un cliente che di fronte ad una grossissima multa dell’agenzia delle entrate ha usufruito di questa opportunità bloccando tutti i pagamenti e proponendo il pagamento dei debiti al 2%!!!!. Alcune mandanti non pagano più le provvigioni... ma assicurano il pagamento di quelle sulle prossime forniture. La situazione in Italia è molto grave ma tutto passa sotto silenzio. Pare che nella regione Emilia, “*comunica la CNA di Reggio Emilia che nel solo comparto delle costruzioni ben 1300 imprese sono in difficoltà e rischiano di trascinarsi con se circa 12.000 imprese*” Peggio il rattoppo che il buco.

Qui di seguito l’Avv. Federico Repetti pubblica un articolo che esamina con attenzione la situazione sotto l’aspetto puramente legale.

D. C.

Il Concordato in continuità

Mi riferisco a quanto scritto da Davide Caropreso per evidenziare quanto sta avvenendo a proposito del cosiddetto concordato in bianco. Secondo i dati pubblicati dalle Camere di Commercio, nel primo trimestre del

2013 le ammissioni al concordato preventivo (o con riserva) registrate dai tribunali sono aumentate del 70%. A ciò si aggiunge la media di 40 istanze di fallimento giornaliere presentate all’autorità giudiziaria. Il Presidente della Sezione Fallimentare del Tribunale di Milano, Dott. Filippo Lamanna, ha affermato in una recente intervista: “*Il boom delle richieste è l’effetto della recessione, ma anche di una riforma* (il decreto n. 83 del 2012, che introduce il cd. “concordato in bianco”, ndr.) *nata con buone intenzioni, ma che si è trasformata in abuso diffuso: prima della riforma le istanze di concordato si contavano sulle dita di una mano*”. L’art. 33, comma 1, D. L. 22 giugno 2012, n. 83 ha infatti aggiunto un nuovo comma all’art. 161 della legge fallimentare, introducendo la cosiddetta domanda di concordato in bianco. Tale domanda consente al debitore di beneficiare degli effetti protettivi derivanti dalla procedura di concordato, nelle more della predisposizione della proposta e del piano di ristrutturazione, così al fine di evitare di attendere che lo stato di insolvenza dell’impresa sia divenuto irreversibile e sia, pertanto, ancora possibile assicurare la conservazione e la continuità dell’attività aziendale, definendo, al contempo, la situazione debitoria. Tale normativa di favore verso le imprese debentrici non avrebbe dovuto, però, trasformarsi in abuso da parte delle stesse, a scapito dei creditori. Gli effetti che la presentazione della domanda di concordato in bianco produce dal deposito del ricorso presso il registro delle imprese sono, in sintesi, il divieto di iniziare o proseguire le azioni esecutive e le azioni cautelari sui beni del debitore. La vera novità di tale procedura con-



siste nella semplificazione della documentazione da allegare alla domanda: è sufficiente infatti presentare solo i bilanci degli ultimi tre esercizi, riservandosi poi di presentare la proposta, il piano e la documentazione per il concordato preventivo entro un termine fissato dal giudice, compreso fra sessanta e centoventi giorni e prorogabile, in presenza di giustificati motivi, di non oltre sessanta giorni. Il vantaggio immediato, a fronte di una siffatta domanda sprovvista di esauriente documentazione, è quello di non esser assoggettato alle azioni esecutive dei creditori nonché dell’inefficacia delle ipoteche giudiziali già iscritte nei novanta giorni antecedenti alla domanda. L’istituto del concordato preventivo aveva lo scopo di permettere la composizione della crisi con i creditori dell’azienda, consentendo all’impresa di pianificare con tutta calma un piano di intervento che può poi concretizzarsi nella liquidazione, nella continuità aziendale o nella ristrutturazione dei debiti. Il recentissimo cosiddetto “Decreto del fare”, non ancora pubblicato in Gazzetta Ufficiale ma approvato dal Consiglio dei Ministri, è intervenuto sulla materia modificando la norma che disciplina il “concordato in bianco”.



Proprio al fine di evitare istanze dirette soltanto a rinviare il momento del fallimento, quando lo stesso non è evitabile, il Decreto è intervenuto apportando sostanziali modifiche alla disciplina. Se il Parlamento convertirà in legge il decreto nel suo testo originario, l'impresa non potrà più limitarsi alla semplice domanda iniziale in bianco, ma dovrà depositare, ai fini di una compiuta e immediata verifica,

l'elenco dettagliato dei propri creditori e, quindi, anche dei propri debiti. Il Tribunale potrà, inoltre, nominare un commissario giudiziale con il compito di riscontrare se l'impresa in crisi si stia effettivamente attivando per predisporre una precisa e soprattutto concreta proposta di pagamento ai creditori. Staremo a vedere quale sarà il destino di questa tipologia di concordato, con il vivo auspicio che esso

non si trasformi ulteriormente in uno strumento a tutto svantaggio dei creditori (soprattutto i fornitori, i dipendenti e gli agenti), i quali a loro volta subiscono gli effetti della crisi e non possono certo ritrovarsi vittime di macchinazioni fraudolente di alcune imprese debtrici.

Avv. Federico Repetti

Nuovo corso per ottenere la certificazione "Agenzia di qualità"



Si svolgerà, presso l'Usarci-Sparci di Genova, il 3° corso per accedere alla certificazione di qualità dell'agenzia commerciale. Ottenere la certificazione permetterà di presentarsi alle aziende ed il mondo del lavoro come un professionista qualificato e quindi in grado di operare secondo i migliori standard di mercato. L'Agente/Rappresentante **Certificato in Qualità** è visibile alle grandi aziende. Il riconoscimento della professionalità è una esigenza mondiale e, in Europa, costituisce un requisito fondamentale di confronto. Sempre più le Case Mandanti e i clienti hanno necessità di interfacciarsi con personale commerciale competente e adeguatamente formato. Gli Agenti/Rappresentanti che ottengono il prestigioso riconoscimento, sono visibili sul WEB ed iscritti nel registro nazionale della Qualità delle società di certificazione italiane. Potranno esibire sui propri biglietti da visita, sulla propria carta intestata, sulle proprie e-mail o sul proprio sito, il Marchio di Qualità D.T. 58 "Processo di Agenzia Certificato". In un momento di difficoltà dell'economia mondiale, è bene poter cogliere le opportunità che si presenteranno alle persone qualificate. Le aziende mandanti per migliorare le posizioni tenderanno a riorganizzare le reti di vendita e la scelta sarà indirizzata verso chi ha dei numeri in più. L'agente certificato sarà senza dubbio preso più in considerazione di chi

non è certificato. In alcuni settori, le direzioni commerciali stanno già chiedendo "agenti certificati in qualità". E' meglio essere oggi i primi che rincorrere domani un certificato che potrebbe non essere raggiunto. E per questo chi è interessato è invitato a non attendere oltre e a iscriversi al prossimo corso.

Struttura del corso:

- 1) Presentazione requisiti documentali per la certificazione (n° iscrizione alla CCIAA, n° matricola Enasarco, copia di un mandato di agenzia ecc.);
- 2) Identificazione dei processi per il sistema di gestione di agenzia;
- 3) Preparazione di manuale operativo con la descrizione dei campi di applicazione del sistema di gestione e le procedure predisposte;
- 4) La definizione della politica della qualità con specificati gli obiettivi generali dell'agenzia;
- 5) La tenuta sotto controllo dei documenti;
- 6) La tenuta sotto controllo delle registrazioni;
- 7) Gestione dei reclami;
- 8) Pianificazione di apposito piano di sviluppo annuale atto a ottemperare agli obiettivi di vendita e di miglioramento;
- 9) Riesame della documentazione (gli obiettivi del piano di sviluppo, risultati del grado di soddisfazione del cliente, analisi della struttura organizzativa, analisi di comparazione economica sullo stato provvisoriale per ogni singola mandante ecc.)

10) Comunicazione, pubblicità e marketing (come l'agenzia deve assicurare adeguati processi di comunicazione con le case mandanti e i clienti ecc.)

11) Gestione delle risorse.

12) Realizzazione dell'attività (riesame dei contratti di agenzia)

13) Misurazioni, analisi e miglioramento (monitoraggio e misurazione dei processi)

14) Come correggere e prevenire le azioni.

Il corso si svolgerà per un totale di 16 ore con 4 incontri di 4 ore.

Almeno due mesi dopo la fine corso si dovrà sostenere una verifica con l'istituto di certificazione Certiquality a Milano o presso la sede dell'Usarci-Sparci, superata positivamente la verifica, si otterrà la certificazione.

Per informazioni prendere contatto con la segreteria al 010 59544838

Il corso programmato, si svolgerà nel prossimo mese di Ottobre, nei giorni di lunedì o di sabato. Il calendario preciso sarà disponibile al più presto.

Il numero di partecipanti è limitato ad un massimo di dieci. L'ufficio segreteria è a disposizione per le informazioni e per le iscrizioni.

D. C.

Il redditometro dichiarato illegittimo

L'occhio sempre più indiscreto del fisco è stato orbato

L'argomento è già stato affrontato, dalla nostra pubblicazione nel Dicembre 2012. Si considerava il fatto che non basta versare il dovuto, ma dovranno essere giustificati tutti pagamenti che possono essere considerati non congrui confrontati al reddito. I nostri burocrati, si sono inventati questo strumento che dovrebbe contrastare l'evasione, cosa tutta da verificare. Dal 20 Novembre l'Agenzia delle Entrate ha messo online un software, chiamato "redditest", che autoverifica la coerenza del proprio tenore di vita, un po' come gli studi di settore per le varie categorie di imprese. In pratica si dovrà risalire al reddito dalla capacità di spesa di ogni cittadino italiano. Il sistema si basa su sette gruppi di costi per un totale di 100 voci: abitazioni, mezzi di trasporto, assicurazioni e contributi, istruzione, tempo libero e cura della persona, investimenti immobiliari e mobiliari e altre spese significative. Il controllo con le dichiarazioni permetterà di misurare la coerenza tra spese ed entrate. Se il risultato sarà distante da quanto previsto dall'Agenzia delle Entrate, il contribuente sarà chiamato a dare spiegazioni. Le critiche che ha suscitato questo strumento anti-evasione sono fortissime e ampiamente condivise, fino ad arrivare alla bocciatura della Commissione Tributaria di Reggio Emilia che l'ha definito "illegittimo e incostituzionale". La questione nasce dalla sentenza che ha accolto il ricorso di un contribuente contro un avviso di accertamento sintetico relativo al periodo d'imposta 2007. Questa è l'ultima "bocciatura", dopo quella del tribunale di Napoli dello scorso febbraio, verso questo strumento anti-

evasione che ha ingenerato critiche a non finire. Che le critiche siano oggettive è dimostrato dal fatto che a oltre un anno dal primo redditometro il suo inizio continui ad essere rinviato. L'Amministrazione finanziaria precisa che nel merito della decisione dalla Commissione tributaria provinciale di Reggio Emilia, questa pronuncia produce effetti che sono circoscritti al singolo caso. E' in sostanza una decisione che non produce conseguenze generalizzate e, a detta delle Entrate "non inficia il decreto ministeriale 24 dicembre 2012, la cui disapplicazione è stata disposta dal giudice esclusivamente in riferimento al caso "dedotto in giudizio". Questo è evidente perché tutti sanno che in Italia una sentenza non fa giurisdizione. Ma la sentenza di Reggio Emilia, è motivata dal fatto che la violazione della privacy deriva dall'obbligo di presentare gli scontrini, e quella del diritto di difesa del contribuente, attraverso una presunzione di spesa basata su medie statistiche tipo Trilussa: "io mangio due polli e tu non mangi nulla.. per la statistica abbiamo mangiato un pollo a testa". Una delle migliaia di anomalie di cui purtroppo il nostro paese è invaso, è questa di usare delle medie statistiche per fissare i livelli minimi di spesa per ognuno di noi. Come si fa a stabilire quanto ogni persona spende per mangiare o per vestirsi? Sempre sulla sentenza della Commissione Provinciale tributaria di Reggio Emilia, l'Amministrazione finanziaria proporrà ricorso, questa decisione non modifica la situazione in atto che vede la stessa Amministrazione ridurre il campo di applicazione di questa



sciagurata normativa che è stata ridimensionata con la non applicazione ai pensionati monoreddito, che non considererà scostamenti tra reddito e spesa fino a 1.000 euro al mese, ed infine che questo strumento serve solo ad individuare anomalie ma da verificare con il contribuente.

Nel frattempo la Corte dei Conti ha espresso forti dubbi sull'efficacia del redditometro e dello spesometro che, sempre secondo la Corte dei Conti, non risolvono i problemi ma anzi stimolano le transazioni in nero. In effetti questi due strumenti sono riusciti a deprimere i consumi, basta considerare il tonfo che hanno fatto molti consumi come l'acquisto di immobili di auto, di imbarcazioni ecc.. Conseguenza di ciò: meno introiti per l'erario. Siamo alle solite, non considerare le conseguenze di decisioni prese con miopia.

D. C.

L'obbligo d'informazione dell'agente alla mandante

Prestazione accessoria del contratto di agenzia. Obbligo di retribuzione?

Tra i compiti e i doveri che per legge e per pattuizioni contrattuali sono previsti in capo all'agente, quello del cosiddetto "obbligo di informazione" è certamente tra i più contestati o meglio, meno accettati di buon grado dalla categoria.

Questo non perché l'agente, in generale, non abbia a cuore le sorti della propria casa mandante e non intenda collaborare per una più efficiente gestione della propria zona, ma perché, sempre più spesso, nel corso degli ultimi anni ed in modo particolare per alcuni settori (pensiamo ad esempio al settore farmaceutico), l'obbligo di informazione si è tradotto molto spesso – per volere o "imposizione della mandante – in un vero e proprio "incarico accessorio" al mandato di agenzia.

Gli agenti si trovano, infatti, molto spesso dinanzi a clausole contrattuali che prevedono un obbligo di trasmettere, non più mensilmente come avveniva un tempo, ma più spesso settimanalmente e, nei casi più eclatanti, giornalmente, "rapportini", relazioni e indagini di mercato, etc.

Sia chiaro, questi strumenti sono sicuramente utili per il miglioramento delle strategie di vendita ma la questione posta da molti agenti è un'altra: questa attività è ricompresa nell'incarico affidato? Deve essere remunerata a parte o, come nella stragrande maggioranza dei casi, è da considerarsi "ricompresa" nella provvigione riconosciuta all'agente?

Orbene, occorre, in primo luogo, delineare meglio il concetto di "informazione". L'agente, in particolare, in base a quanto disposto dall'art. 1746 del codice civile ha l'obbligo di tenere informata la propria casa mandante circa la situazione di mercato della propria zona essendo, tra l'altro, altresì obbligato a fornire "ogni altra informazione utile a valutare la

convenienza dei singoli affari".

Tale obbligo, pertanto, è da considerarsi quindi parte integrante del mandato di agenzia non essendo necessaria, né, tantomeno, obbligatoria una remunerazione specifica (fatto salvo il rimborso delle eventuali spese sostenute).

Vi è però un limite, determinato in particolare dalla libertà ed autonomia gestionale ed organizzativa dell'agente che deve essere sempre libero di gestire la propria attività del tutto autonomamente (ovvero senza imposizioni di sorta).

Si ricorda, infatti, come tutta l'organizzazione del lavoro dell'agente debba essere improntata alla più totale autonomia. Detta caratteristica riguarda, inevitabilmente anche l'organizzazione dell'attività di informazione di cui si è parlato sino ad ora.

Vi è chi sostiene, anche in assenza di un orientamento giurisprudenziale consolidato, che, laddove la mandante imponga alla propria rete vendita di inviare report, relazioni, etc. con scadenze e modalità predeterminate, si configura un'indebita intrusione della libertà ed autonomia gestionale che caratterizza la figura dell'agente di commercio, con conseguente diritto in capo a quest'ultimo a richiedere un compenso separato rispetto alla provvigione dovuta per l'attività di vendita.

Anche in tal senso sarebbe opportuno verificare caso per caso la tipologia delle informazioni trasmesse e la frequenza delle stesse al fine di poter operare una valutazione oggettiva in ordine al diritto a percepire e, ancor



prima, a poter "pretendere" il compenso aggiuntivo.

Va da sé che la questione andrebbe valutata dall'agente in sede di stipula del mandato in quanto la sottoscrizione di una specifica clausola del contratto che preveda, appunto, l'obbligo di inviare i report settimanali e/o giornalieri, rende la successiva eventuale richiesta da parte dell'agente molto più difficile da sostenere.

Si raccomanda, pertanto, grande attenzione – come sempre – al momento della sottoscrizione del contratto anche in ordine alla previsione di obblighi che molto spesso vengono considerati "secondari".

La prudenza nelle valutazioni sopra rappresentate sono giustificate dal fatto che – ad oggi – non Vi sono precedenti giurisprudenziali di significativa importanza tali da giustificare una presa di posizione definitiva.

**Avv. Andrea Mortara
Centro Giuridico Nazionale Usarci**

Due che ragionano e uno che corre

Quello che serve è la ridefinizione di una strategia aziendale

“Come vede Cominetti – mi dice un imprenditore all’interno di un seminario al quale sono stato chiamato recentemente a partecipare come relatore - stiamo facendo molte cose. Da questa crisi abbiamo intensificato i controlli e dato attenzione ai costi. Per farlo coinvolgo i miei manager con riunioni studiate appositamente su queste finalità. Non passa giorno che creiamo momenti di analisi. Ogni mese riunione di CDA per coinvolgerli e decidere le attività correnti. Concentriamo le deleghe e assumiamo noi il potere riducendo il rischio e i costi. Gli agenti li teniamo sotto controllo con report e le statistiche ci danno la situazione ... “

“Certo – rispondo con senso di riconoscimento - molte aziende corrono in questo modo il rischio di soffocarsi attraverso azioni ed iperattività, solo per paura di fermarsi a riflettere sul proprio destino. La sua è una di queste?” Non mi ha più rivolto la parola e il suo volto si è ingrugnito nel proseguo dei lavori. Oggi, quello che serve è la ridefinizione di una strategia aziendale che delinei una nuova finalità dell'azienda, coinvolgendo e orientando tutte le risorse, per indirizzare i processi operativi in modo integrato e sinergico attraverso lo sviluppo delle singole personalità evitando concentrazione di potere a scapito anche della crescita delle persone. Molti imprenditori e top manager concentrano su di sé potere operativo, chiedono velocità e azione ai propri collaboratori e risultati a profitto

alla rete vendita, senza indicare la direzione e l'obiettivo verso cui l'azienda deve muoversi e senza la strategia indispensabile per attuare i processi auspicati. Operatività, azione, esecuzione, efficacia, contenimento dei costi sono le parole d'ordine che si sentono quotidianamente nelle aziende. Tutti sono coinvolti nell'ottimizzazione della singola funzione, ma pochi hanno il coraggio di ridefinire il quadro complessivo d'insieme in modo tale da ridisegnare la direzione verso cui coinvolgere tutte le energie presenti impegnandole con convinzione al raggiungimento di un obiettivo chiaramente esplicito. Penso sia giunto il momento di rimettere la strategia al centro delle attività dell'imprenditore. In questa recessione che non da segnali migliorativi, le imprese dovrebbero adottare un approccio più strategico alla crisi di crescita e di profitto che vivono e classificare i loro costi come capaci di portare nuovo valore aggiunto. Spesso la scelta più difficile che un'impresa deve fare durante una crisi riguarda la strategia: perseverare con quella esistente o rivolgersi verso una nuova direzione strategica? Attenzione! Strategia non è riunione di CDA né CDO o



Comitati come dir si voglia! Non vuol nemmeno dire una concentrazione su procedure o report che nessuno poi né legge né attua in significative attività e che altro non fanno che ingolfare una macchina che già soffre di stenti. Strategia non è un'operazione isolata, né espressione di poteri concentrati, ma una completa riprogettazione dei processi di delega e controllo in ambito di responsabilità delle risorse coinvolte.

Sempre nello stesso seminario un altro si avvicina e complimentandosi mi dice: “Giusto quel che dice Cominetti. Ho studi classici. Direi che oggi ciò che conta è il detto latino “*oculus futuro*”



Ma che oculus e con quale futuro! Non so nemmeno che cosa accadrà nel presente! Se poi acuisco lo sguardo verso obiettivi leggermente più lontani, mi si annebbia la vista e corro il rischio di perdere qualsiasi riferimento. Oculus futuro: uno sguardo al futuro? Difficile farlo in tempi dove il presente è assente e non si hanno indicazioni per una possibile fuoriuscita da questa situazione. Meglio sarebbe "animus ad mutare": coraggio di cambiare. Per farlo ci vuole solo una condizione: accettare che non possiamo guardare al futuro con gli stessi occhiali con i quali abbiamo osservato il passato. Se lo sguardo al futuro sarà ancora legato ai nostri specchietti retrovisori, il rischio che si correrà sarà poi quello di andare a sbattere. Oculus futuro? Tempo perso. Ribatto secco. Il futuro prossimo andrà preparato e governato attraverso nuove lenti: concorrenza elevata, prodotti facilmente sostituibili, livelli di innovazione sempre più stretti renderanno le decisioni sempre più veloci e i livelli di copiabilità sul prodotto diventeranno sempre più raffinati. Sarà la fine del prodotto e il servizio non farà più la differenza rispetto ad un

Cliente che vorrà "vedere" solo il suo business attraverso lo sviluppo del business dei Suoi Clienti. Sarà un Cliente egoista! Poco propenso all'acquisto e cauto nella gestione finanziaria delle spese. Il costo prevarrà sull'investimento. Internet farà ancora la sua parte e il Cliente diventerà sempre più veloce rispetto a qualsiasi tempo di visita. Già stanno cambiando gli stessi criteri d'acquisto e si potrà sempre più acquistare anche senza venditori.

Altro che aspettare i clienti, altro che posticipare le visite, altro che attendere tempi decisionali, altro che non forzare la vendita, altro che guardare al futuro: ventre a terra. Vincerà chi arriverà prima! Nei tempi dell'abbondanza della domanda si vinceva comunque! Ci siamo abituati a vincere. Occorrerà apprendere come si potrà riemergere di più rispetto alle volte che si dovrà cadere. Orazi e Curiazi: più leggeri per essere più veloci. Organizzazione snella. Meno abitudini e maggior volontà a reinterpretare le proprie esperienze. Decisioni rapide e cambiamenti frequenti. Flessibilità e resilienza. Anticipare le esigenze, anticipare le scelte, anticipare le visite, anticipare il suo business. Portare il

Cliente a vedere quello che ad oggi non vede: ma occorre farlo ancor prima che lo faccia lui stesso. Se poi lo fanno gli altri noi siamo finiti! Differenziarsi: valorizzare competenze distintive. Dalla sala del seminario alla stazione il percorso è breve tra i saliscendi genovesi. Mi accompagna un venditore di vecchia data. "E' stato un incontro utile anche per la nostra preparazione professionale. Ma che fine faremo noi agenti di commercio?" Bella domanda posta tra i pesi delle borse e il fiato corto rispetto ai tempi di partenza del treno per Milano. "Senti - rispondo un po' affannato - faccio fatica a risponderti. Il treno mi sta scappando". "Stai tranquillo Cominetti - faccio una corsa e te lo fermo io". Stante l'età, non me ne voglia, schizza in avanti e lo perdo di vista tra i gradini del sottopasso. Che tipi questi genovesi: da un lato correre, dall'altro prepararsi alla corsa. Ecco la risposta!

Eliano B. Cominetti



Quando manca professionalità

L'improvvisazione non paga

La mia agenzia si è sempre occupata di materiali per impianti tecnologici e tra questi sono presenti prodotti molto particolari ad alto contenuto tecnico che si installano in strutture pubbliche. Per questo tipo di forniture, di solito, si deve partecipare a gare a licitazione privata dove il prezzo ha la sua importanza, ma sono anche altri elementi che determinano l'acquisizione dell'ordine. Qualche tempo fa fummo invitati a una gara per la fornitura di prodotti per impianti speciali, con noi venne invitato un agente nostro concorrente. Personaggio molto attivo, presente in tutti gli Enti, sempre alla ricerca di consensi, invadente, anche se relativamente giovane, alla vecchia maniera, un po' rozzo e rampante. Per poter presentare le offerte era necessario sentire i vari tecnici dell'Ente per realizzare l'offerta in base ai loro precisi intendimenti. Soprattutto nei locali, misurazioni, rilievi. In più era necessario ascoltare le necessità degli utilizzatori per poter offrire il prodotto giusto per l'utilizzo specifico. In occasione di una nostra visita alla struttura incontrammo il nostro concorrente, che ormai da settimane, in pratica alloggiava presso il locale di questo Ente. Ci salutammo con poca simpatia, ma scambiammo qualche parola. Io mi resi subito conto che il personaggio era convinto di vincere la gara. Le motivazioni di questa sua convinzione erano da ricercare, presumibilmente, nel fatto che lui aveva parlato con tutti e dico tutti i personaggi che in qualche modo potevano aver a che fare con la gara, dal fattorino al presidente dell'Ente. Dopo qualche tempo

presentammo la nostra offerta e nonostante le appa-

renze e la convinzione del nostro concorrente, la fornitura fu affidata alla nostra mandante. Dato che sono curioso, dopo che la fornitura era andata a buon fine, chiesi le motivazioni che avevano escluso il nostro concorrente. "L'improvvisazione e gli arruffoni non piacciono alla direzione" mi fu detto. "D'accordo" risposi "ma è l'azienda mandante del nostro concorrente che ha fatto l'offerta, lui l'ha solo consegnata". In pratica accadde che la mandante del ns. concorrente stilò l'offerta in base alle indicazioni ricevute, le indicazioni si basavano su ovvietà e su fatti e tecnologia già visti e banali. I colloqui di vendita e le presentazioni non bastano quando si vendono impianti sofisticati, è necessario fare proposte scritte, le quali evidenzino i motivi per cui si merita la fornitura. La nostra agenzia fece, prima dell'offerta vera e propria stilata dalla mandante, una proposta scritta così strutturata:

una lettera accompagnatoria contenente chiarimenti tecnici; un indice e riepilogo che offre una breve panoramica degli argomenti contenuti nella "proposta"; un esame del sistema attualmente utilizzato con indicate le dotazioni tecniche, i metodi, la struttura, e i limiti dell'attuale sistema impiantistico, obiettivi e aspettative, soluzione proposta con risultati, esigenze soddisfatte, problematiche risolte; descrizione dei prodotti proposti; analisi dell'investimento e dell'ammortamento.



Per ultimo la presentazione della nostra mandante, anche se molto conosciuta, con indicazioni relative alla migliore clientela, referenze e tecnologie impiegate.

Questa proposta scritta fu analizzata e discussa da noi e dai tecnici dell'Ente e quando tutto il materiale tecnico e le esigenze del cliente furono sviscerati, fummo in grado di trasmettere gli elementi, alla nostra mandante, per redigere l'offerta giusta alle condizioni giuste.

L'agente nostro concorrente non capì il motivo della sua esclusione, e non lo capì soprattutto quando seppe che il nostro prezzo finale era superiore al suo.

E' molto importante la qualità dell'approccio non la quantità, con un mercato così instabile ma esigente non è sempre vincente il prezzo più basso ma la professionalità.

Davide Caropreso



**Servizio di
contabilità
fiscale**

**Tariffe
agevolate agli
associati Usarci-
Sparci**

**Dichiarazioni
IVA**

**Dichiarazione
dei redditi**

**Analisi del conto
economico e del
budget di
agenzia**

**Guida sulle
scelte gestionali
dell'agenzia**

**Controllo di
gestione**

**Calcolo IRAP e
INPS**

**Consulenze on
line su
problematiche
fiscali e
amministrative**

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

Caaf Usarci

**L'unico centro
autorizzato di assistenza
fiscale specializzato per
agenti di commercio.**

*Rivolgiti con fiducia a chi, da
anni, è specializzato nella
materia fiscale per l'agente di
commercio e conosce nei minimi
dettagli la legislazione inerente
la gestione dell'Agenzia.*

*Ti aspettiamo per un confronto e
per un colloquio, senza impegno,
sulla migliore forma di gestione
fiscale della tua Agenzia*

A presto

Caaf-Usarci-Genova

consulentefiscale@usarci-sparci.it