


Sparci Notizie

Agenti e Rappresentanti di Commercio

Notiziario del Sindacato Usarci - Sparci - Genova



Si raccomanda: la **Decenza nel Vestito**, la **Sobrietà nella Parola** e il **Telefonino Spento**

Uno stile di vita semplice ci permette di godere di quei piccoli piaceri che non erano considerati tali, perché non esprimevano ricchezza o potere. Si esagerava in tutto, dal mangiare al bere, alla vacanza più dispendiosa possibile. Oggi forse non per volontaria scelta, ma per una conseguenza di ciò che

ci circonda, la vita si è fatta sobria, più semplice, e l'obiettivo non è più solo il denaro ma valori morigerati (leggere l'articolo a pag. 4)

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:

apertura al pubblico dal martedì al sabato dalle 8,30 alle 12,00 (lunedì chiuso tutto il giorno), il pomeriggio dalle 14 alle 16 solo su appuntamento

Per fissare appuntamenti

telefonare al: [010 5954838](tel:0105954838)

Fax. 010-5848095

e-mail: segreteria@usarciliguria.it

sito: www.usarciliguria.it

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

SOMMARIO

- Pag. 4 Come è cambiato il modo di vivere
- Pag. 5 La scelta di una mandante
- Pag. 6 Priorità dell'agenzia
- Pag. 8 Studi di settore
- Pag. 9 Venditori
- Pag. 10 Gestione della Privacy e dei dati sensibili
- Pag. 11 La nostra storia "Gli anni '80"
- Pag. 13 I requisiti
- Pag. 14 Cos'è la qualità
- Pag. 15 I guai che possono creare gli "area manager"



**Se smetti di imparare
Cominci ad invecchiare**

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.

NELLA QUOTA ASSOCIATIVA SONO COMPRESI I SERVIZI DI:

Consulenza normativa

Informazioni generali, consulenza per inizio attività, consulenza su AEC di Categoria e Codice Civile
Conciliazione in Sede Sindacale
Interpretazione e verifica mandati
Consulenza legale e fiscale

Calcoli indennità suppletiva di clientela, indennità meritocratica, indennità per patto di non concorrenza, FIRR, indennità sostitutiva per mancato preavviso, Indennità Europea

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 e per nascita, assegni per pensionati ospiti in case di riposo, soggiorni in località termali o climatiche

Consulenza informatica

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

Consulenza assicurativa

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

Corsi di formazione alcuni corsi sono erogati gratuitamente

SERVIZI EROGATI, A PREZZI CONCORDATI, NON COMPRESI NELLA QUOTA ASSOCIATIVA:

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

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

Assistenza e tutela legale nelle controversie con le Case Mandanti

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

Assistenza tecnica informatica (anche a domicilio), formazione personalizzata, risoluzione problemi

Insinuazione in fallimenti e concordati

QUOTA ASSOCIATIVA 2016

E' DA TEMPO SCADUTO IL **TERMINE PER IL PAGAMENTO**

Per non venire inclusi nell'elenco dei morosi è necessario, per chi non lo avesse fatto, saldare al più presto la quota associativa 2016.

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 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 2016 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 delle varie 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.

Come è cambiato il modo di vivere

La crisi ha ridimensionato certi atteggiamenti

Ho conosciuto, durante la mia lunga vista professionale, agenti di commercio proiettati verso l'edonismo sfrenato, con obiettivi solo materiali: la super-auto, l'abito sempre griffato, il vivere, in ogni caso, sopra le righe. In Liguria, per la verità, queste manifestazioni sono sempre state limitate, a differenza di cosa accadeva in altre regioni, anche non lontane da noi. La recessione ha ridimensionato certi atteggiamenti e ha fatto rivedere lo stile di vita a molti di noi. Gli eccessi che si vedevano negli anni passati, a tutti i livelli, per fortuna, si sono attenuati e vengono rivalutate certe sobrietà che forse un tempo erano viste come vere e proprie rinunce.

Uno stile di vita semplice ci permette di godere di quei piccoli piaceri che non erano considerati tali, perché non esprimevano ricchezza o potere. Si esagerava in tutto, dal mangiare al bere, alla vacanza più dispendiosa possibile. Oggi forse non per volontaria scelta, ma per una conseguenza di ciò che ci circonda, la vita si è fatta sobria, più semplice, e l'obiettivo non è più solo il denaro, ma valori morigerati. Il piacere

per le piccole cose che sono portato a svolgere, tutti giorni per gestire il nostro Sindacato, si ricollega a quanto in premessa. Risolvere un problema, per un associato o per l'organizzazione dell'ufficio, nel nuovo contesto di moderazione,

riesce a trasmettermi un piccolo piacere che forse qualche anno fa

non avrei provato. Ho imparato ad apprezzare il valore di una cena tra amici, senza eccessi nel cibo e nel bere, apprezzo un incontro tra professionisti che ci permette, insieme, di risolvere una vertenza. Gli incontri del sabato mattina, in Sindacato, tra noi del Consiglio Direttivo, dove viene usato un linguaggio semplice, dove i sotterfugi non alloggiano, dove la simpatia e l'amicizia ci legano e ci indirizzano verso obiettivi comuni, mi dà una grossa soddisfazione. Siamo tutti sullo stesso piano, nessuno è più ricco o meglio vestito, siamo amici che hanno il semplice piacere d'incontrarsi per aiutare chi ne ha bisogno, anche se qualche volta non ci viene riconosciuto l'impegno, o siamo criticati per non aver fatto od ottenuto di più. L'apprezzare e l'aver il piacere nel cosa si fa è uno stimolo a migliorare, e a impegnarmi maggiormente.

Sono anche queste situazioni di mercato che hanno ridotto i margini, per tutti, che vedono case mandanti sempre pronte ad addebitare alla categoria la colpa di

ciò che non va, disdettando selvaggiamente mandati di agenzia, senza plausibili motivazioni, mettendo sul lastrico intere famiglie, senza neppure rendersi conto dei danni che vengono procurati, che hanno contribuito a modificare il modo di vivere di

molti agenti di commercio. In tanti hanno dovuto rivedere lo



stile di vita per necessità e non per scelta. Se qualche lettore chiedesse al nostro responsabile di segreteria, Maurizio Garbero, come vanno le cose per la categoria sentirebbe impropri e parole. Perché posizioni ormai ai limiti dell'indigenza sono all'ordine del giorno e noi facciamo l'impossibile per cercare di far ottenere, almeno, quel poco che spetta di diritto e che in molti casi non vuole essere riconosciuto. Anche per rispetto a queste posizioni è giusto che tutti rivedano il proprio atteggiamento e che si impari ad attribuire valore solo a ciò che è importante e che si goda delle piccole cose, abbandonando l'inutile consumismo che per molti anni ha inciso sulla vita degli italiani.

Davide Caropreso
Presidente Usarci-Sparci
presidenza@usarciliguria.it

Uno stile di vita semplice ci permette di godere di quei piccoli piaceri che non erano considerati tali, perché non esprimevano ricchezza o potere

La scelta di una mandante

Quando si crede di aver trovato la migliore mandante

Tempo fa un collega amico mi disse: "questa volta ho il mandato giusto con l'azienda giusta". A questo collega era stata proposta l'agenzia di una multinazionale veramente leader del mercato. Essendo del settore e conoscendo l'azienda in questione, mi permisi di esprimere il mio pensiero circa i rapporti che sapevo sempre difficili tra la mandante e gli agenti. Era il Novembre 2012. Gli dissi: "stai attento perché questa azienda ti chiederà molto impegno sia organizzativo che economico. E' una certezza che l'azienda voglia consolidare la sua presenza in una zona dove ha già un peso importante, con un importante fatturato". "E' questo il punto", mi rispose, "mi viene offerta una zona dove sono già consolidate provvigioni per almeno 80.000 euro all'anno". Anche senza conoscere i particolari della trattativa appare evidente che un'azienda non porta in dote provvigioni così importanti a un'agente plurimandatario senza richieste in contropartita. Il collega, garantiva a questa nuova mandante una buona organizzazione sia all'esterno, che in ufficio. Dotato di una buona struttura informatica e di una segretaria sempre presente in ufficio, con ottima introduzione presso la clientela del settore, e buona conoscenza tecnica dei prodotti, aveva senza dubbio le caratteristiche per poter portare avanti bene questa nuova agenzia. In fase di trattativa più approfondita fu chiesta la presenza di un collaboratore con l'incarico di promuovere il marchio presso i piccoli clienti. Fu chiesto anche di investire su nuove apparecchiature informatiche per il collegamento diretto con l'azienda. Di fronte a 70/80.000 euro e con il vantaggio di poter annoverare tra le rappresentate un marchio di altissimo livello, che in molti casi

aiuta a trovare altre aziende, sono pochi gli agenti che si soffermano ad esaminare, oltre alle positività, anche i lati negativi di un nuovo rapporto che si preannuncia molto impegnativo.

Il mio collega acquisì il mandato, acquistò una nuovo potentissimo PC, un nuovo scanner, nuove stampanti, nuovo collegamento ADSL, e iniziò l'attività. Come si poteva immaginare nessuno regala oltre 80.000euro senza interferire nell'attività. Capi area sempre in zona, collaboratore da gestire, lavoro d'ufficio raddoppiato, corsi tecnico-commerciali da frequentare con cadenza mensile, a Milano, in Germania, a Roma ecc. Report, statistiche, relazioni, corrispondenza, incontri in sede. Un impegno notevole, ma anche buoni risultati, infatti nel 2014 le provvigioni di competenza, erano arrivate quasi a 100.000 euro.

Primo Marzo 2015: disdetta immediata senza preavviso.

In due anni e qualche mese le vendite sono state incrementate di oltre il 25%, in un mercato difficile, con l'economica internazionale non tra le più interessanti, con la concorrenza sempre più agguerrita. In una situazione del genere un'agenzia che ha incrementi così importanti dovrebbe essere premiata, nessuno poteva immaginare una fine così... eppure succede anche questo.

La motivazione della mandante è stata quella che con l'agenzia non aveva la situazione reale in pugno, mentre con un funzionario diretto sarebbe stata più presente e meglio rappresentata sul territorio.

Non aver messo in conto la possi-



bilità di perdere questa mandante ha messo il morale del mio amico a terra, nonostante gli avessi fatto presente, due anni prima che l'azienda presentava senza dubbio delle spigolosità, però, obiettivamente e di fronte a risultati di vendita, senza dubbio molto positivi, era difficile pensare che l'azienda avrebbe dato un calcio nel sedere ad un collaboratore con quelle caratteristiche.

Questo esempio, di vita vissuta, deve insegnare che si devono esaminare con attenzione tutte le possibili evoluzioni che può avere, per una agenzia, l'acquisizione di un mandato importante, senza trascurare la possibilità di trovarsi dalla mattina alla sera senza un contratto da 100.000 euro di provvigioni anche di fronte a incrementi di fatturato.

D. C.

Priorità dell'agenzia

L'interesse dell'agenzia deve avere la precedenza

I cattivi esempi li vedo tutti i giorni. Tutti i giorni mi capita di ascoltare quello che comunemente viene considerata prassi normale: dare sempre priorità ai clienti e alle mandanti, tralasciando gli interessi dell'agenzia. Si dovrebbe prendere ad esempio il comportamento dei nostri clienti ed imparare da loro. Alcune volte mi stupisco, come i clienti, possano perdere del tempo inseguendo "risparmi", che risparmi poi non sono, mentre noi agenti di commercio "sprechiamo" provvigioni concedendo sconti extra, abbuoni, in alcuni casi neppure

**l'imprenditore ha
come obiettivo l'utile
della sua azienda**

richiesti, in pratica "sbragandoci" con estrema facilità, quando le mandanti e i clienti, per 5 euro, riescono a innescare delle diatribe infinite. Gli agenti accettano senza nessun dubbio riduzioni di provvigioni, anche consistenti, pur di accaparrarsi l'ordine, quando le mandanti per concedere un extra 5% fanno resistenze fortissime. I paradossi più rilevanti li constato quando la mandante di fronte alla richiesta di condizioni particolari, chiede anche il contributo dell'agente. Questa, che segue, è una delle tante bufale che di solito vengono portate dalle varie direzioni aziendali.

"Abbiamo deciso, per incrementare le vendite, un promozionale che i clienti gradiranno moltissimo e quindi anche gli agenti do-

vanno partecipare economicamente, allo sforzo aziendale. Per equità e perché l'azienda è generosa si è pensato di fare a metà del sacrificio, in pratica il cliente ha un super sconto del 7% e quindi sia l'azienda che gli agenti metteranno un 3,5% a testa". Facciamo un esempio facile, per comprendere meglio la proposta in questione: se l'agente ha una provvigione base del 7%, in questo caso contribuirà con il 50% dei suoi introiti e l'azienda con solo il 3,5%. Ho provato ad esaminare, con alcuni colleghi, questa situazione. I se e i ma si sprecano, le giustificazioni sono le più fantasiose. "con quelle condizioni potremmo raddoppiare il fatturato, con quella promozione faremo il salto di qualità" ecc. ecc.. Non ho mai visto nessun agente aumentare le sue provvigioni con i promozionali, eventualmente ho visto le provvigioni ridursi. Non riesco a capire questi atteggiamenti, quando di fronte al cliente che imbufalito perché gli è stato addebitato un trasporto di 5 euro, l'agente di commercio inizia una serie di telefonate e di contatti con la mandante perorando la causa di quel cliente così "gravemente penalizzato", mentre la grave penalizzazione per l'agenzia non viene mai evidenziata. Qui sta la differenza tra l'imprenditore e l'impreparazione: l'imprenditore ha come obiettivo l'utile della sua azienda e di conseguenza oltre al fatturato ha un controllo, molto attento, dei costi, mentre l'agente impreparato considera come suo obiettivo principale "l'accontentare il cliente", passando sopra gli interessi della propria agenzia. Essere sempre dalla parte del cliente, in qualsiasi caso, è un errore, non



un vantaggio. Di solito si rivela un errore, perché assecondando sempre il cliente, si perde credibilità nei confronti delle mandanti, che considerano l'agente uno "sbragone" e non si ottengono certo i vantaggi auspicati nei confronti dei clienti perché questi ritengono sia tutto dovuto. In alcuni casi si ottiene più considerazione quando si dice un no piuttosto che un sì. In ogni caso, è assolutamente necessario, affinché il bilancio della propria agenzia sia sempre positivo, dare priorità all'economicità di tutte le operazioni intraprese, lasciarsi trascinare dall'entusiasmo delle situazioni può essere disastroso.

D. C.

Sportello



aperto tutti i giovedì

Per essere sempre più vicini degli 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 all'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

Per maggiori informazioni chiamare la segreteria Usarci-Sparci al 010 5954838

Studi di settore

Saranno trasformati da strumento di accertamento a indicatore

Italia Oggi informa che prenderà il via l'imposta sul reddito imprenditoriale: l'Iri per le **partite Iva**.

Nel 2017, la nuova imposta che riguarderà i lavoratori autonomi avrà un'aliquota del 24 per cento per chi ad esempio sceglie di lasciare i propri redditi in azienda. Pare che nella prossima legge di Bilancio accanto alla sterilizzazione delle clausole di salvaguardia, con la eliminazione degli incrementi di Iva previsti a partire dal 2017, verrà attuata l'Iri che consentirà anche alle imprese personali di beneficiare, già nel 2017, di una tassazione al 24% per i redditi lasciati in azienda, in parallelo a quanto previsto per le società di capitali. Inoltre ci saranno novità anche per i piccoli lavoratori autonomi: il reddito risponderà al criterio di cassa. Dunque pagheranno sul fatturato. Il governo ha assunto anche l'impegno di rivedere le norme sugli studi di settore per trasformarli da strumento di accertamento a strumento indicatore di **compliance** (conformità), **non** saranno più misurati dal "**ricavo di congruità**" ma da **un indicatore** che con un dato sintetico sarà in grado di fornire, su una scala da uno a dieci, il grado di **affidabilità** del contribuente. Ciò valutando sia i ricavi dichiarati, sempre integrabili peraltro in dichiarazione, che un insieme di elementi che contribuiranno a dare affidabilità ai contribuenti eliminando in questo modo, per i contribuenti ad alta affidabilità, la minaccia delle verifiche fiscali. In più sarà previsto un **sistema premiale**, per coloro che raggiungeranno un grado elevato di conformità si prevede tra l'altro un percorso accelerato per i rimborsi fiscali, la riduzione dei tempi e l'esclusione da alcuni tipi



di accertamento.

Il nuovo indicatore sarà articolato in base all'attività economica svolta in maniera prevalente, con la previsione di specificità per ogni attività o gruppo di attività e verrà costruito sulla base di una metodologia statistico-economica innovativa, che prenderà in considerazione diversi elementi: gli indicatori di normalità economica (finora utilizzati per la stima dei ricavi) diventeranno indicatori per il calcolo del livello di affidabilità; invece dei soli ricavi saranno stimati anche il valore aggiunto e il reddito d'impresa:

- il modello di regressione sarà basato su dati panel (8 anni invece di 1) con più informazioni e stime più efficienti;
- il modello di stima coglierà l'andamento ciclico senza la necessità di predisporre ex-post specifici correttivi congiunturali (cd correttivi crisi);
- una nuova metodologia di individuazione dei modelli organizzativi consentirà la tendenziale riduzione del numero, una maggiore stabilità nel tempo e assegnazione più robusta al cluster.

E' stata ribadita l'esigenza di arrivare, anche gradualmente, alla deducibilità completa dell'Imu dal reddito di impresa, e la necessità di definire l'autonoma organizza-

zione, per escludere con certezza migliaia di piccole imprese dal pagamento dell'Irap".

Quanto sopra si apprende dagli organi di stampa. Noi che siamo per natura diffidenti, vogliamo toccare con mano queste, che sono presentate come positive, innovazioni fiscali, perchè non vorremmo che fosse una delle solite bufale, visto che si parla di passare da strumento di accertamento ad indicatori di "**compliance**". (parola inglese che significa conformità). Chi sa perchè non si usano parole italiane, forse si desidera addolcire la pillola? Sospettiamo che gattopardescamente si cambino le parole, ma la sostanza resti la stessa. Si parla di una metodologia statistica, ci auguriamo che non sia statistica alla Trilussa: io mangio due polli, tu nulla, e per la statistica ne abbiamo mangiato uno a testa, con la conseguenza che chi non ha mangiato nulla pagherà le tasse come se avesse mangiato!!

D. C.

Venditori

In che direzione promuovere la formazione?

Primo antefatto.

La conferenza del 23 settembre a Roma giunge al termine. Il favore dei partecipanti non si fa attendere. Gli applausi, le strette di mano e le richieste di appuntamento su cui proseguire i contenuti espressi in platea sono attestazioni di un ampio consenso. Dall'altro mostrano la necessità di giungere ad una nuova proposta formativa capace di "facilitare l'apprendimento" attraverso la pratica. Si impara facendo e non spiegando. L'agente di commercio deve necessariamente sopravvivere alle mutate condizioni di mercato acquisendo nuove competenze di vendita. L'Università ti dà il bollino, il Cliente te lo può togliere e la concorrenza non sa cosa farsene. Ci vuole competenza e abilità. Quest'ultima, anche

mercio è una decisione coraggiosa, che richiede un sapere e un saper fare unitamente ad un saper essere venditore, quale scelta di vita oltre che qualifica professionale.

Con l'eco di queste parole e le strette di mano mi avvio all'uscita ricco di questo accoglimento.

Mi si avvicina un signore distinto seppur giovane nell'età con un sorriso proporzionale all'apertura delle sue braccia. Mi dice: "Lei è un *PNLista*?" Per alcuni secondi il mio cervello rielabora il contenuto e il senso della mia risposta. "NO! sono Eliano Cominetti. Battista è anche il nome dei miei due nonni". Quasi muovendosi in un suo copione, specifica ulteriormente il senso della richie-



Si impara facendo e non spiegando

se è frutto di una esperienza acquisita nel tempo, non è più in grado di sostenere i mutamenti che questo mercato impone. Aver avuto successo nei "begli anni che furono" non ha nulla a che fare con l'acquisizione di un cliente nuovo. Altre logiche, altre dinamiche e un susseguirsi di barriere che complicano la trasformazione del processo di vendita tra moventi d'acquisto e motivazioni alla vendita. La "vecchia" guardia perde clienti e si affanna a cercarne altri, mentre i giovani fanno fatica ad accettare di "partire da zero" in una professione che richiede la stessa esperienza che loro non hanno. Scegliere di fare il venditore e diventare anche agente di com-

sta: "Ma certo, la sua origine indica che è un *Master Practitioner*? - NO! sono originario di Grumello ... " Il dialogo prosegue con "... ma il suo scopo non è quello di creare scelte? "NO! - ribatto un po' divertito - il mio scopo ora è quello di attendere una persona con cui condividere la gioia di questo evento! " Se non ti metti dei titoli non sei considerato. Se non usi degli inglesismi nel tuo linguaggio non vieni ritenuto un "guru". Se non fai citazioni celebri non sei un erudito. Anziché dirlo con parole tue bisogna dirlo con parole degli altri. Se non citi Aristotele o il guru indiano non hai valore. Siamo diventati degli attaccapanni: continuiamo a metterci etichette per caricarci di presun-

ti valori. Dov'è l'asta che sostiene questi pesi? Gli agenti hanno bisogno di persone capaci ricche in esperienza di vendita. A chi affidare la formazione degli uomini di vendita? A degli attaccapanni viventi che la teorizzano o a chi la vive nel momento presente. Autenticità dove sei?

Secondo antefatto.

Questo sono io. Lo stesso che era a Roma: applaudito e cercato. Il dito indice suona il campanello di un Amministratore di Condomini. Oggi affiancamento con un venditore di ascensori. Cliente nuovo, mai visto, mai sentito. L'appuntamento dice a ore 9,30 e noi siamo lì alle 9,25 puntuali. Formazione alla vendita sul campo. Lui ha 15 anni di esperienza e l'umiltà di dire: faccio fatica a giungere al mio target. Lo sguardo si abbassa e il sospiro ha un valore che esprime sofferenza: risultato, guadagno, considerazioni ... Un giorno con lui sul campo a vendere. →

Cinque clienti nuovi è la condizione di partenza. Un metodo con 15 azioni, 26 passaggi e 4 criteri di autocontrollo e l'entusiasmo che si può "sistemare la bicicletta", anche in un sol giorno. Si impara facendo: oltre l'aula, con te sul campo.

Terzo antefatto.

"Lei Cominetti – mi dice il Presidente di una multinazionale - è noto nel mondo delle vendite ed in particolar modo tra gli agenti di commercio ...". Lo sguardo tradisce l'interruzione e sulla sua fronte appaiono parole non dette: "vil razza d'annata! ...". Nel proseguo del colloquio esprimo compiacimento per questa sua considerazione nei miei riguardi. "Un po' meno conosciuto – aggiunge poi – nel mondo del management. Penso ai miei Direttori Generali.

Ma lei, ha mai fatto formazione a dei Direttori Generali? "Mi vien da dire "Lei non ha capito ancora niente!" Mi trattengo poiché potrebbe diventare un buon cliente per me: il business alimenta l'energia e l'intelligenza di noi venditori. Mi faccio forza grazie alla visione del futuro. "La sua domanda è giustificata. Ogni anno formo dai 150 ai 200 Direttori Generali: "Sgrana gli occhi contenendo una sorpresa quasi non prevista. "Veramente! Non sapevo! Chi sono questi manager? "Faccio un po' di silenzio per raccogliere l'energia necessaria ad una risposta con la quale rischio di giocare il cliente: "Sono degli AGENTI RAPPRESENTANTI DI COMMERCIO! Loro sono a tutti gli effetti I DIRETTORI GENERALI DELLE LORO IMPRESE!" Lo fisso negli occhi e con

un lieve sorriso gli sussurro: "I suoi, sono Direttori Generali della SUA Impresa, non della loro! Loro non sanno cosa vuol dire essere Direttori Generali della propria microimpresa. Cosa aspetta a trasformarli in Direttori Generali della loro microimpresa?". Tace. Mi fissa un appuntamento. Sospiro di sollievo.

Eliano B. Cominetti

Privacy



GESTIONE DELLA PRIVACY E DEI DATI SENSIBILI

Clienti, mandanti e fornitori devono essere informati che i loro dati sono trattati

E' importante regolarizzare al più presto la posizione, per quanto riguarda la gestione e il trattamento dei dati in possesso delle agenzie, per non incorrere in pesantissime sanzioni da parte degli Organi di Vigilanza.

Gli adempimenti minimi da rispettare sono:

- Scrivere una lettera a clienti, mandanti, fornitori ed eventuali dipendenti, per informare che i loro dati sono trattati dalla vostra agenzia.

- Organizzare nella vostra 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 (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 singola posizione.

Per quanto espresso in precedenza, la partecipazione a questi incontri è fortemente caldeggiata.

E' consigliato prendere immediato contatto con la segreteria per maggiori informazioni.

Gli anni '80

“Anni di edonismo”

In occasione del 70° dalla fondazione del sindacato Sparci abbiamo incominciato a raccontare, in varie puntate, un po' della storia italiana, dal 1945 ad oggi, anche con l'ottica dell'agente di commercio. Questo è il quinto capitolo, ne seguiranno altri fino a completare il periodo. Si prenderanno in esame, soprattutto, i cambiamenti che si sono verificati nel mondo del lavoro e del vivere civile.

Sono gli anni dell'edonismo, della voglia di affermarsi e di apparire a tutti i costi. Un decennio in cui si dà più importanza all'apparenza che alla sostanza. Cresce il progresso in campo tecnologico e con esso il modo di vivere e di lavorare nella società moderna. Nascono i primi computer, i cd e la competizione tra i media televisivi. La neonata Canale5 darà del filo da torcere alla Rai fin dai primi anni, costringendola a rivedere simboli e palinsesti per adeguarsi alla concorrenza. La competizione è un elemento dominante anche nel mondo del lavoro soprattutto tra uomini e donne. La donna in carriera, sempre bella, efficiente ed elegante rappresenta l'espressione più tipica dell'universo femminile degli anni '80. Dilaga il consumismo. In Italia i prezzi salgono alle stelle e l'inflazione raggiunge, nella prima parte del decennio, livelli altissimi.

Il decennio inizia con un terremoto nel mondo del commercio a causa dell'introduzione della ricevuta fiscale obbligatoria. Il 1980 vede l'inizio della grande avventura di Bill Gates e della Microsoft che, con l'arrivo del DOS, apre la strada alla produzione dei personal computer. La Fiat, entrata in crisi verso la fine degli anni 70 per l'arrivo in forza, sul mercato italiano, della VW e di altri agguerriti concorrenti stranieri, reagisce, mettendo in commercio la "Panda", una piccola vettura destinata ad un grande successo.

Tra i più giovani dilagano le prime scarpe da barca: le Top-siders. Prezzi alle stelle e inflazione al galoppo si avranno tra il 1980 e 1985. Fu un periodo importante e coinvolgente perché il mercato era in continuo fremito, le aziende riuscivano a sfruttare le ricorrenti svalutazioni della nostra lira per aumentare le esportazioni e i clienti italiani, che si trovavano a fronteggiare l'aumento dei listini quattro o cinque e in alcuni casi anche sei volte in un anno, riuscivano, con acquisti mirati, a sfruttare al meglio la situazione negativa.



Uno dei primi Personal Computer degli anni '80

La categoria degli agenti di commercio dovette affrontare un periodo di grosso impegno operativo, si pensi solo alla difficoltà di gestire quattro o cinque listini in un anno, ma riuscì anche a caval-

care la tigre sfruttando le opportunità che in quel periodo di grossa confusione, si presentavano.

Contemporaneamente, il mondo della tecnologia era in gran fermento. Compaiono i primi personal computer della Apple. In tv la concorrenza delle emittenti private si comincia a far sentire. La Rai ammodernava il proprio look introducendo i tre simboli geometrici che, fino all'arrivo della farfalla, hanno identificato le tre reti: la sfera per RAIUNO, il cubo per RAIDUE e la piramide per RAI-TRE. Comincia il serrato dibattito su cosa deve trasmettere un servizio pubblico in quanto tale.

Decolla nella moda "il made in Italy". I grandi stilisti come Armani, Valentino, Missoni, Krizia, Versace, invadono tutto il mondo con i loro abiti firmati e fatturano decine di miliardi. Si vedono periodi frenetici, esuberanti e ricchi di novità. L'inflazione nel 1985 inizia a scendere e gli Italiani possono finalmente respirare un po' dal punto di vista economico. Il primo PC per uso domestico, il famoso Commodore 64, si comincia a vedere in molte case. Anche i videoregistratori diventano ormai comuni. L'avvento del CD, il supporto digitale, cambierà per sempre il modo di ascoltare musica mandando in pensione il glorioso vinile. La Fiat produce nel 1983 un'altra utilitaria che fa epoca: la "Uno".



Esplode il boom dei ristoranti cinesi, che si moltiplicano anche



La carta che iniziò a sostituire i gettoni, già nei primi anni 80

nei piccoli centri. Apparire diventa importante anche nell'abbigliamento. Vanno di moda i colori Fluorescenti e scoppia il boom dei jeans usati. Più sono

perature raggiunsero punte di ben 21 gradi sotto zero. Per una decina di giorni l'economia del paese si fermò. Le merci non potevano essere consegnate, causa strade ghiacciate, nella case di moltissimi liguri mancò l'acqua per diversi giorni. La lira continuava a perdere quota

raggiungendo una svalutazione pari all'8%. Nel 1985 lo stipendio medio di un italiano è di 600.000 lire. Il dollaro per la prima volta vale oltre 2.000 lire.



Piaggio Ciao il sogno dei ragazzi degli anni 80

rotti e consumati, più sono ricercati. Addirittura c'è chi li compra e li strappa. Uno degli inverni più rigidi in assoluto degli ultimi anni è il 1985. Una crisi di freddo senza precedenti. Si sciava nel centro di Roma, si andava in slitta a Milano e a Firenze si pattinava sull'Arno gelato. Le tem-

Il 19 luglio arriverà a toccare quota 2.200 lire. In Italia la "Y 10", la piccola utilitaria della Lancia, viene eletta auto dell'anno, conquistando il mercato e diventando una delle vetture più vendute. Dopo i primi computers arriva la versione di Windows. E' un'interfaccia con poche funzio-

ni, ma è l'inizio di quello che diventerà tra pochi anni il monopolio assoluto della Microsoft. Nel 1988 per la prima volta si comincia a parlare di comunicazioni senza fili, di nuove tecnologie che permetterebbero ai computer di comunicare tra loro da parti opposte del pianeta in tempo reale. E' internet. Si sviluppa parallelamente il mercato delle antenne paraboliche, con le quali si possono ricevere i canali via satellite.

Seguono dodici mesi intensi e ricchi di avvenimenti che cambiano letteralmente il mondo dal punto di vista politico, sociale e culturale. La rivoluzione parte ancora una volta dai giovani che sono il motore trainante della ribellione ai regimi totalitari e monopartitici che governano molti stati dell'Est. Inizia davvero un nuovo corso della storia. Cade il muro di Berlino davanti agli occhi del mondo e dei capi di stato presenti alla storica cerimonia, che segna ormai anche il disgelo nei rapporti tra le due superpotenze Stati Uniti e Russia. Tra le fine degli anni 80 e per i primi anni '90 avviene una vera e propria rivoluzione anche in campo tecnologico. Le aziende si affidano quasi totalmente alle reti computerizzate, mentre i personal computer per uso domestico raggiungono una buona diffusione, non solo a livello delle piccole e medie aziende ma anche nelle famiglie italiane.

I requisiti

Per esercitare l'attività di agente di commercio

Dal 2012, il ruolo agenti e rappresentanti di commercio è stato definitivamente soppresso.

L'esercizio dell'attività rimane comunque subordinata al possesso dei requisiti morali e professionali richiesti dalla Legge 204/85 che tra le altre cose stabilisce che l'attività di agente: *“è incompatibile con l'attività svolta in qualità di dipendente, ad eccezione del dipendente pubblico in regime di tempo parziale non superiore al 50% delle ore complessive previste dal contratto; è preclusa a coloro che svolgono attività di mediazione o che sono iscritti nell'albo dei mediatori creditizi”*.

Si segnala che, a partire dal 12.05.2012, coloro che intendono iniziare l'attività di agenzia e rappresentanza di commercio devono presentare al Registro delle imprese apposita dichiarazione denominata S.C.I.A (Segnalazione certificata di inizio attività) in cui dichiarano di essere in possesso dei requisiti morali e professionali richiesti dalla legge.

Le persone fisiche e le società, iscritte nel ruolo agenti ormai soppresso ed esercitanti l'attività di agenzia e rappresentanza, devono aggiornare la loro posizione nel Registro Imprese, pena l'inibizione alla continuazione dell'attività. Le persone fisiche, iscritte nel soppresso ruolo, non esercitanti l'attività di agenzia e rappresentanza, possono invece iscriversi nell'apposita sezione REA.

Ma quali sono i sopra citati “requisiti” necessari per esercitare l'attività di agente di commercio?

Vediamoli. Per l'abilitazione all'esercizio dell'attività di agente e rappresentante di commercio le persone fisiche o legali rappre-

sentanti di società devono essere in possesso dei seguenti requisiti: maggiore età; non essere interdetto o inabilitato; non aver riportato condanne per delitti contro la pubblica amministrazione, l'amministrazione della giustizia e la fede pubblica, l'economia, l'industria e il commercio, o per delitto di omicidio volontario, furto o rapina, estorsione, truffa, appropriazione indebita, ricettazione e per ogni altro delitto non colposo, per il quale la legge commina la pena della reclusione non inferiore, nel minimo a due anni, e nel massimo a cinque anni; non essere stato sottoposto a misure di prevenzione ai sensi della normativa per la lotta alla delinquenza mafiosa; non svolgere attività in qualità di dipendente da persone, associazioni o enti, privati o pubblici; non svolgere attività di mediazione (come già evidenziato poc'anzi).

Come si può notare non tutti i reati inibiscono ad un soggetto la possibilità di esercitare l'attività di agente. In particolare il legislatore ha inteso inserire nel novero solo quei reati che abbiano attinenza con l'attività effettivamente svolta da un agente. E' dunque evidente che una condanna per truffa o appropriazione indebita siano considerati talmente gravi (proprio perché attuabili nell'esercizio dell'attività di incasso come avviene per alcuni settori) rispetto ad altri.

I requisiti elencati sopra (salvo quello della “maggiore età”) sono definiti “requisiti morali”.

Alcuni sorrideranno nel sentir parlare di “morale” ma i più anziani tra voi forse meno.

A prescindere dalla fredda elencazione dei reati che comportano l'impossibilità o meno di eserci-



tare l'attività di agente di commercio, ci si dovrebbe chiedere perché nell'immaginario collettivo l'agente di commercio sia diventato un soggetto “pronto a tutto pur di vendere” e magari “senza scrupoli”.

Chi conosce la categoria (come il sottoscritto) sa benissimo che il mondo agenti è formato in stragrande maggioranza da professionisti seri che ogni giorno con sudore e fatica (e spesso poche gratificazioni) svolgono con estrema serietà ed al meglio il proprio incarico. Tuttavia (come in tutte le categorie professionali peraltro) il mondo agenti è stato a volte “rovinato” da un manipolo di spregiudicati che non rispettando le regole ha creato danno irreparabile a tutti gli altri.

Solo il rigoroso rispetto delle regole può favorire l'emarginazione di chi non è degno di essere qualificato “agente”.

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

Cos'è la qualità

Cos'è davvero la qualità e come si raggiunge?

Succede spesso di sentir parlare di Qualità, anche a sproposito. Ogni giorno siamo bombardati dalla parola "qualità", ma cos'è davvero la Qualità (con la "q" maiuscola) e come si raggiunge?

Se provassimo a chiedere a dieci persone diverse cosa significhi per loro "qualità", probabilmente, ci ritroveremo con dieci definizioni differenti.

La qualità può essere intesa come caratteristica o come valore ed è un concetto relativo che, e come tale, può essere definito in molteplici modi, proprio perché si compone di una parte fortemente oggettiva (gli aspetti tecnici che devono soddisfare le specifiche del cliente), ma anche di una parte assolutamente soggettiva (gli aspetti che devono soddisfare le aspettative e i desideri del cliente).

La qualità è sempre stabilita dai clienti e i clienti sono i soli deputati a valutare il livello della qualità di un bene o di un servizio. La qualità dal punto di vista dei clienti è design, sensazioni comunicate dal prodotto, affidabilità, valore.

La percezione della qualità può dipendere dalla natura del prodotto/servizio, dal contesto di riferimento, dalle aspettative, dalla percezione, dai convincimenti, dai valori, dalle emozioni, dalle informazioni, dai bisogni al momento della valutazione, ecc.

La qualità, dunque, è il punto di incontro tra diverse esigenze che possono ricondursi principalmente a:

- l'efficacia (la qualità del prodotto/servizio)
- l'efficienza (il contenimento dei costi e dei tempi)
- l'elasticità (la risposta al cambiamento)

Non c'è qualità se manca anche uno solo di questi fattori:

- la voglia e la capacità di cambiare per tenere il passo del progresso
- la capacità di cambiare rapidamente
- l'etica
- la motivazione

Dopo queste premesse possiamo sintetizzare che la qualità è: *l'insieme di tutte quelle caratteristiche che danno ad un prodotto o ad un servizio la capacità di soddisfare le esigenze espresse o inesprese della clientela.*

E' considerata dunque un elemento competitivo, che consente al pubblico di valutare e scegliere le aziende che possiedono un elevato standard qualitativo. Ma che cosa è un sistema di qualità? E la certificazione? Quali sono i suoi vantaggi?

Che cosa è un Sistema di Qualità applicato all'agenzia commerciale?

E' l'insieme della struttura organizzativa, delle procedure e delle risorse necessarie a definire e conseguire gli obiettivi di qualità aziendale. I metodi e gli strumenti utilizzati, per verificare lo standard qualitativo, sono la *Garanzia della Qualità* e il *Controllo della Qualità* tutte le attività e le procedure tecnico - operative attuate per assicurarsi che un servizio rispetti gli standard qualitativi.

Che cosa è la certificazione?

E' un complesso di norme sulla qualità. Ciò implica che le agenzie devono soddisfare i requisiti di servizio offerto. Per molte agenzie, in settori specifici, rientrare in queste regole significa avere a disposizione un mezzo sicuro per inserirsi nel mercato.



Quali sono i vantaggi per una agenzia certificata?

- Miglioramento dell'immagine, più prestigio e credibilità.
- Aumento della produttività e quindi maggiori profitti.
- Maggiore potere contrattuale nei confronti delle case mandanti e dei clienti.
- Maggiori garanzie di qualità per i clienti.

Cosa è la politica della Qualità?

Fissare gli obiettivi, le linee guida e gli strumenti in relazione ai metodi lavorativi, per il raggiungimento dei fini stabiliti.

L'agente responsabile della qualità deve occuparsi di effettuare controlli periodici del piano di qualità aziendale, per verificarne l'efficienza ed i risultati ed eventualmente apportare delle modifiche.

I Documenti del Piano di Qualità.

Un sistema di qualità prevede una serie di documenti quali:

- *Manuale della qualità* (è il documento principale a cui si fa riferimento durante la stesura e la realizzazione di un Progetto della Qualità)

- *Procedure operative* (le linee guida date dalla certificazione per l'applicazione dell'attività dell'agenzia inerenti alla qualità).

D. C.

I guai che possono creare gli “area manager”

Sempre a proposito di capi area

Gli area manager ne hanno combinate di cotte e di crude. Eppure le aziende non vogliono capire che questa figura non porta, non dico mai perché qualche eccezione esiste, ma quasi mai a buoni risultati. Ho conosciuto area manager impreparati, incolti, improvvisati, inefficienti, petulanti, presuntuosi, arroganti, micragnosi, sfaticati. I meno pericolosi sono gli sfaticati, perché basta portarli in buoni ristoranti, lasciarli in albergo per una bella pennichella, e accompagnarli verso le 18,00 a prendere un buon aperitivo e ti sei tolto l'incomodo.

Solitamente non sono preparati e arrivando in zona si sentono

è necessaria una grande capacità di mediazione, una forte componente di diplomazia ed è assolutamente necessario disporre di mezzi alternativi, per evitare che il cliente cambi fornitore

autorizzati a pontificare su strategie, su assorbimenti mercato, su come affrontare la clientela e su come comportarsi; pontificano su tutto e di solito oltre a parlare a vanvera sputano gratuite sentenze. Sono pericolosi, perché sono in grado di causare anche gravi danni.

A proposito di danni desidero raccontare quello che mi è stato riferito, qualche giorno fa, a conferma di quanto sostengo da tempo sulla incapacità di molti di questi, quasi sempre, inutili figure.

Cosa è riuscito a combinare un area manager, del settore farma-

ceutico in occasione di una visita in cui doveva rivedere un accordo commerciale con un importante farmacista, titolare di una decina di farmacie.

Il cliente acquistava, dall'azienda di quel capo area, circa 150.000,00 di prodotti parafarmaceutici all'anno.

Il cliente in questione godeva, da parecchio tempo, di condizioni commerciali molto vantaggiose. L'azienda, ad un certo punto, decide di rivedere, in peggio, le condizioni ed invia l'area manager in zona con lo scopo di far digerire al farmacista una consistente riduzione di sconto.

In questi casi è necessaria una grande capacità di mediazione, una forte componente di diplomazia ed è assolutamente necessario disporre di mezzi alternativi, per evitare che il cliente cambi fornitore. Nel caso in questione il “nostro” area manager è riuscito dopo una lunga e insulsa trattativa a bisticciare con il cliente fino ad essere messo alla porta

Per giustificare questo insuccesso, appena in auto, invia alla mandante un e-mail relazionando il fatto e addebitando al farmacista la colpa del diverbio motivandolo con atteggiamenti di mala educazione e di poca serietà, lasciando intendere che l'instabilità mentale del cliente non ha permesso di concludere l'accordo. Questo personaggio nell'inviare la mail, dimostrando anche incapacità informatiche, spedisce il messaggio per



conoscenza al farmacista. L'infuriato cliente chiama la direzione commerciale e racconta la sua versione dei fatti. Anche il direttore commerciale dimostra di essere un incapace e non dà peso alla lamentela. Il cliente inizia a non comprare più. Dopo qualche mese è il direttore commerciale che contatta il cliente chiedendogli spiegazioni per il fortissimo calo negli acquisti. Questa telefonata invece di rasserenare riesce a esacerbare gli animi ed è a questo punto che il farmacista esige delle scuse. Le scuse non arriveranno, ma per dimostrare di aver preso atto dei malumori del cliente, il direttore commerciale cosa combina? Disdetta l'agente di commercio. Siamo alla follia!! Ma ormai non ci si stupisce più di nulla. Forse possiamo chiederci come fanno a sopravvivere certe aziende.

Davide Caropreso

Contrassegno Assicurativo

Anche in formato digitale

In caso di controlli da parte delle Autorità, il contrassegno assicurativo può essere esibito anche in formato digitale tramite i device che ormai sono diventati di uso comune. Basta un pdf.

La diffusione degli **smartphone**, e la sempre più grande integrazione con le attività di tutti i giorni, anche quando si tratta della **verifica di documenti**, ci consente di mostrare il documento in formato **digitale**. La novità è che si può presentare in questa maniera anche il **contrassegno assicurativo** alle autorità che ne facciano richiesta.



E' scritto in una circolare del **Ministero dell'Interno**: “*Nel caso di stipulazione di contratti di assicurazione obbligatoria della responsabilità civile derivante dalla circolazione dei veicoli a motore, la trasmissione del certificato di assicurazione avviene su supporto cartaceo tramite posta o, ove il contraente abbia manifestato il consenso ai sensi del comma 2, su supporto durevole, anche tramite posta elettronica*”.

Il tutto significa che, al classico controllo ad un posto di blocco, basterà mostrare agli agenti la copia della propria **Rc Auto** salvata in digitale su **smartphone** o **tablet**, magari in formato pdf. Il **tagliando** o il **certificato assicurativo** possono altresì essere esibiti accedendo al proprio **account personale** sulla pagina web della compagnia assicurativa.

Come è noto già da circa un anno non è più obbligatorio esporre sul **parabrezza** il tagliando. Prima di questa novità i tagliandi falsi in Italia pare fossero circa **4 milioni**, di conseguenza altrettanti erano i mezzi che circolavano senza **copertura** assicurativa. Ed è proprio per combattere questo fenomeno che la **digitalizzazione** e le tecnologie elettroniche potrebbero venire in aiuto. I controlli automatici della Rca tramite gli **occhi elettronici** di autovelox, Tutor e ZTL sono già tecnicamente una realtà ma mancano solo i **decreti attuativi** che li rendano efficaci

SERVIZIO FISCALE



CAAF USARCI

E' sempre più difficile orientarsi tra le normative fiscali e tributarie. Affidarsi al Servizio fiscale Usarci, 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, Snc, Sas, Srl

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