

Agenti e Rappresentanti di Commercio

Notiziario del Sindacato Usarci - Sparci - Genova



MIGLIORAMENTO CONTINUO

E' un processo che si sviluppa con continuità,
passo dopo passo, senza punti di arrivo

definiti.

E' guidato dal management

Opera sull'esistente, consentendo progressi
significativi anche in assenza di grandi

Innovazioni

Ha come obiettivo sia la riduzione delle
problematiche, sia l'aumento delle prestazioni.

Il 2016 che si sta per chiudere, è stato un anno molto importante per la nostra organizzazione. Il miglioramento continuo è da molto tempo il nostro obiettivo e anche nel 2016 pensiamo di aver centrato l'obiettivo.

(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 dal martedì al venerdì 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 2016 Obiettivi raggiunti
- Pag. 5 Agenti di commercio, o cosa?
- Pag. 6 Evoluzione di un ruolo
- Pag. 8 Il concessionario auto
- Pag. 9 Solo
- Pag. 10 Patente dimenticata a casa? Ecco cosa accade
- Pag. 11 La nostra storia "Gli anni '90"
- Pag. 13 Costante informazione in capo alla mandante
- Pag. 14 Il "fine rapporto", questo sconosciuto
- Pag. 15 IVA: comunicazione trimestrale



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

ENTRO IL PROSSIMO **31 GENNAIO SCADE IL TERMINE** **PER SALDARE LA QUOTA** **ASSOCIATIVA 2017**

E' necessario, per chi non lo avesse già 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.

2016 Obiettivi raggiunti

Anno fondamentale per il sindacato di Genova, raggiunta l'eccellenza operativa

Il 2016 che si sta per chiudere, è stato un anno molto importante per la nostra organizzazione. Il miglioramento continuo è da molto tempo il nostro obiettivo e anche nel 2016 pensiamo di averlo raggiunto.

Per gli agenti di commercio poter contare su di una organizzazione sindacale a tutto tondo è senza dubbio molto importante. Sono anni che costruiamo la nostra organizzazione sempre attenti alle esigenze dei colleghi. Il primo passo fatto per presentarci come associazione affidabile e organizzata è stato quello, già molti anni fa, di cambiare la sede del nostro ufficio. Abbiamo scelto una posizione strategica, comoda per tutti. Vicinissima alla stazione Brignole, con numerosi posteggi nelle vicinanze, Via Galata, posteggio della stazione e grandi posteggi in piazza della Vittoria. La ricerca di un ampio ufficio aveva la finalità di poter ospitare tutti i servizi necessari a rendere la nostra associazione efficiente e completa. L'obiettivo era quello di avere un ufficio "full service" che ospitasse tutti i servizi e le persone addette. I 260 m2 a disposizione hanno permesso di ospitare, quindi, oltre all'ufficio segreteria e l'ufficio vertenze, il servizio di assistenza previdenziale, il CAAF-Usarci, lo studio del Commercialista Dott. Rodolfo Gillana, lo studio legale dell'Avv. Andrea Mortara e la Conciliazione Sindacale. Tutti i giorni nei nostri uffici lavorano almeno 12 persone.

La logistica e l'organizzazione ci hanno permesso di definire i quattro pilastri su cui si basano le nostre

azioni: **semplicità, responsabilità, collaborazione e velocità**. Sono, in pratica, i cardini sui quali le aziende basano la creazione del valore. La nostra associazione è responsabile a livello sociale verso i propri associati; veloce nel rispondere alle richieste e alle esigenze della categoria, semplice nei processi operativi e nella fruizione dei servizi, collaborativa a livello di informazioni e conoscenze internamente ed esternamente all'associazione.

Nel corso del 2016 l'operazione più significativa, che ci ha permesso di offrire un servizio ancora migliore, è l'inserimento nel nostro organico di Marco Parodi, informatico che si occupa dell'informatizzazione dei nostri sistemi e della comunicazione, oltre a fornire consulenza informatica agli associati. Questi servizi non erano ancora sviluppati. Oggi possiamo affermare che L'Usarci-Sparci di Genova non ha da invidiare nessuna altra organizzazione. La formazione professionale, per la categoria degli agenti di commercio, è diventata di primaria importanza, chi non si aggiorna o non migliora la propria professionalità, in questo mercato sempre più complesso, non avrà futuro, è

da questo assioma che abbiamo fortemente incrementato gli incontri e i corsi formativi durante tutto l'anno che sta per chiudersi. Per ultimo, ma non per importanza, la nostra sede è stata coinvolta da Eliano Cominetti, nella

progettazione della prima web-radio per agenti di commercio in Europa. Progetto che si realizzerà compiutamente nel primo trimestre 2017. Questo straordinario mezzo di comu-



nicazione permetterà alla categoria di interagire con professionisti che aggiorneranno e informeranno tutti i giorni di quanto accade nel mondo del business e degli agenti di commercio. Questa nuova radio si chiama "Radio Sales" (in italiano radio vendita).

Obiettivo raggiunto: eccellenza operativa.

Secondo Ing Direct sono la velocità, la semplicità e la collaborazione le tre dimensioni di eccellenza operativa e noi questo volevamo raggiungere. Abbiamo centrato l'obiettivo di offrire agli agenti di commercio, senza burocrazie, con semplicità e chiarezza il massimo nei servizi.

Buon 2017 a tutti.

Davide Caropreso
Presidente Usarci-Sparci
presidenza@usarciliguria.it

i quattro pilastri su cui si basano le nostre azioni: semplicità, responsabilità, collaborazione e velocità

Agenti di commercio, o cosa?

Continuano le lamentele degli agenti del comparto farmaceutico

Già nel lontano 2007 abbiamo affrontato con una certa animosità l'argomento relativo ai rapporti tra aziende mandanti, del comparto farmaceutico, e gli agenti di commercio. Si sperava che in tutti questi anni qualche cosa fosse cambiato. Purtroppo dobbiamo constatare, che nulla è cambiato. In Sindacato ci viene confermato, dagli agenti che lo frequentano, che stanno accadendo sempre e con maggior frequenza gli avvenimenti che abbiamo denunciato già dieci anni fa. Parlo del comparto farmaceutico con una certa nostalgia perché mi ricorda la mia infanzia. Mio padre ha fatto il "rappresentante" di medicinali con deposito dal 1922 al 1970 e favoleggiava degli anni venti quando, responsabile di tre regioni, la Liguria, il Piemonte e la Toscana, comunicava ai medici, con una cartolina postale, la sua presenza in un albergo per un certo periodo in un determinato luogo e questi si presentavano, con i mezzi di locomozione più strani, dal calesse a cavalli alla bicicletta, dalla cabriolet al sidecar per ascoltare quello che lui aveva da dire e per ritirare i campioni, merce ambitissima a quell'epoca. Negli ultimi anni di attività lamentava il cambiamento che si era verificato, stavano sparendo piccoli e medi laboratori e con essi i rapporti con le mandanti che fino a quel momento erano impostati sulla reciproca fiducia e conoscenza, disumanizzandosi di fronte alle multinazionali del farmaco che stavano sostituendo o incorporando i medio e piccoli laboratori imperverando con il moderno marketing che mio padre faceva fatica a metabolizzare. In quegli anni la distribuzione avveniva solo attraverso il grossista/distributore e il farmacista non aveva nessun potere contrattuale nei confronti della casa produttrice; nella filiera distributiva non era considerato. Il rappresentante promuoveva il prodotto presso il medico, il quale prescriveva e il farmacista poteva acquistare solo dal grossista. Oggi la



filiera è più lunga e la vendita alla farmacia è un fatto importante, ma questa figura, relativamente nuova, come cliente acquirente, ha scatenato gli appetiti delle aziende farmaceutiche che impongono una sorta di "vendita forzata" agli agenti, i quali dovrebbero riempire gli scaffali degli "sprovveduti" farmacisti. Questa forsennata corsa all'ordine ha portato molte aziende a considerare gli agenti come dei dipendenti a basso costo, sudditi, senza diritti e con tanti obblighi. Siamo venuti a conoscenza che agenti monomandatari sono obbligati a relazionare l'azienda, tutti i giorni, o meglio la sera dopo cena, delle visite effettuate durante la giornata. Mentre nel contratto è ben specificato che l'agente è un imprenditore autonomo e che come tale deve comportarsi. Sappiamo di aziende, sempre del settore, che dopo 4 o 5 anni di attività dell'agente, comunicano che l'azienda ha ceduto le attività commerciali a una nuova ditta e pertanto si devono presentare le dimissioni per ottenere il nuovo mandato. Non viene detto che presentando le dimissioni si perdono tutte le indennità di fine rapporto. Sappiamo di aziende che tengono gli agenti costantemente sotto minaccia di espulsione e costretti a vivere in uno stato di stress perenne. Se poi andiamo ad analizzare la parte economica risulta che gli introiti medi, di queste persone umiliate e abusate, sono molto modesti, sembra che meno sono le provvigioni pagate e più sono gli abusi che si commettono. Queste aziende, con astuzia e immoralità accalappiano giovani laureati con promesse che non vengono poi mantenute e inizia lo sfruttamento scientifico. Quando l'agente si rende conto di che cosa gli è accaduto, in molti casi è tardi. Laureati in biolo-

gia, farmacia, chimica e a volte qualche laureato in medicina, dopo vani tentativi di inserirsi nel mondo del lavoro, attinente al loro titolo accademico, accettano la proposta di fare il "venditore" di prodotti farmaceutici, certi che questo lavoro, scelto in emergenza, sarà solo per un breve periodo. Ci sono agenti che si trovano nelle condizioni che devono svolgere due funzioni, una di informazione scientifica presso gli studi medici e una di vendita alle farmacie, con l'obbligo di digitazione serale degli ordini e delle comunicazioni alla casa mandante con la rilevazione dell'ora della digitazione. Questo obbligo impegna anche il tempo libero e preclude qualsiasi uscita serale a livello personale. Dopo qualche anno come agente, non è più possibile trovare un lavoro di ricercatore, di farmacista o di medico e come risultato abbiamo persone demotivate, demoralizzate, che svolgono un lavoro che in molti casi odiano e con risultati economici, in molti casi, mediocri. Noi come organizzazione Sindacale e come professionisti non possiamo sopportare questo stato di cose, con la dignità professionale molte volte calpestata dall'arroganza aziendale, e quando saremo chiamati a sostenere agenti contrapposti alle mandanti ci impegneremo al massimo, per far prevalere gli interessi di chi lavora con impegno ma viene trattato in maniera odiosa.

Davide Caropreso

Evoluzione di un ruolo

Non più uomo di vendita, ma piccolo imprenditore

Più volte abbiamo affrontato l'argomento dei cambiamenti che il mercato, nel suo complesso, ha subito; sempre più volte abbiamo ribadito la fondamentale importanza di modificare il proprio operare, per adeguarsi a ciò che avviene nel mercato. Probabilmente stiamo diventando noiosi, ma non possiamo non dare importanza a come si sta modificando l'attività dell'agente di commercio. Chi, a questo punto, interrompe la lettura deve prendere coscienza che non interessandosi, oggi, della sua attività, è molto probabile che domani non sarà più in tempo a fare il cambiamento operativo che il mercato chiede all'agente di commercio.

Negli ultimi anni del secolo, l'attività dell'agente di commercio ha subito un radicale cambiamento, non più solo uomo di vendita ma piccolo imprenditore.

La radicale trasformazione dei modelli economici e dei meccanismi di funzionamento dei mercati mette in discussione tutte le logiche e le esperienze consolidate e maturate in molti anni.

E' condizione irrinunciabile che gli agenti sappiano capire l'esigenza di rivedere il loro modo di rapportarsi con il mercato e con le case mandanti. L'Agente sarà scelto dalle imprese, nel prossimo futuro, per la professionalità e per le competenze che gli permettano di interagire con le strategie aziendali, sia nella produzione, che nel marketing.

L'Agente di commercio dovrà essere un professionista con le capacità di consolidare il mercato, un professionista-imprenditore che abbia il profilo ridisegnato come il mercato globale richiede.

L'Agente moderno è comunque un uomo che gestisce lo scambio in modo professionale.

Il grosso cambiamento sta nell'acquisizione di abilità di tipo tecnico e

nelle conoscenze allargate e trasversali alla trattativa di vendita.

Funzione principale è comunicare dall'interno all'esterno dell'azienda e viceversa.

Le competenze sono certamente allargate.

Ma le competenze allargate comportano inevitabilmente l'aggiornamento, che è un elemento di grande responsabilità dell'uomo di vendita.

Vi sono almeno tre ambiti di apprendimento:

quello professionale (come fare meglio l'uomo di vendita in senso lato); quello tecnico (specificatamente riferito ai beni o ai servizi venduti);

quello culturale (che comprende il sapere sociale e che rende un persona interessante e ascoltabile).

Le Aziende mandanti dovranno fornire sempre più un supporto tecnico, ma il grosso del lavoro d'impostazione e di aggiornamento è nelle mani dell'Agente stesso.

E' fondamentale che chi svolge l'attività di Agente di commercio, si renda conto che non è solo prestando attenzione ai fatturati, che si ottengono i risultati sperati, ma è gestendo con attenzione e oculatezza gli investimenti (auto, computer ecc..) e le spese (trasferte, benzine ecc..), che si possono migliorare gli obiettivi di redditività.

L'agenzia commerciale, alla luce del mercato sempre più complesso, dinamico e competitivo, deve essere in grado di svolgere ruoli che fino a qualche anno fa erano, per un agente di commercio, impensabili.

L'agente sarà sempre più il manager della propria zona operativa che, sulla base di obiettivi seri e raggiungibili, organizzerà il proprio lavoro in modo da gestire la clientela acquisita e avere attenzione alla nuova clientela da acquisire.

Il controllo della redditività dei clienti



sarà competenza dell'agenzia di zona che dovrà, inoltre, adottare le azioni necessarie al raggiungimento degli obiettivi prefissati.

L'agenzia si occuperà dell'istruzione del personale dei clienti, trasmettendo agli stessi, le conoscenze e le argomentazioni utili per rivendere i prodotti.

L'agenzia sarà un "comunicatore" verso la clientela ed un importantissimo strumento di informazione delle aziende rappresentate, perché è la fonte più tempestiva ed attendibile riguardo ai clienti, alla concorrenza e all'andamento del mercato.

Queste premesse indicano chiaramente la necessità di percorrere la via del rinnovamento.

Ciò comporta momenti di difficoltà e di molto impegno.

I futuri successi sono legati alla capacità di superare le inerzie, provocate dall'orgoglio generato dai passati successi, e nell'acquisire le abilità aggiunte, necessarie ad adeguare la preparazione alle esigenze della domanda.

Il mercato offre una domanda mutata qualitativamente e quantitativamente, e l'offerta è molto aggressiva.

Lo scambio dei beni è caratterizzato da una diversa relazione tra domanda e offerta.

Il consumatore è diventato acquirente di beni e soprattutto di servizi ed è sempre più informato, attento ed esigente

La conseguenza è la necessità di affrontare questo mutato mercato con una più moderna organizzazione.

Chi non si adeguerà sarà destinato a soccombere.

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

Il concessionario d'auto

Le caratteristiche che deve avere per essere partner degli agenti di commercio



L'automobile per gli agenti di commercio è un "bene strumentale", vale a dire che è parte integrante dell'attività lavorativa, è un po' come il camion per il camionista; senza auto non è possibile fare l'agente di commercio, come senza camion non è possibile fare il camionista.

Al momento dell'acquisto la scelta cade sui modelli che hanno caratteristiche strutturali e di costo più consoni al tipo di impiego che ogni agente ne deve fare. Non esiste un'auto per tutti gli agenti di commercio e non potrà esistere perché le esigenze di ognuno sono talmente diverse e variegiate che non si potrà mai avere uniformità di richiesta. E' evidente che chi deve trasportare un campionario di abbigliamento avrà esigenze diverse di che rappresenta aziende che producono cancelleria, come le esigenze di chi vende prodotti per edilizia non saranno mai simili a chi tratta prodotti farmaceutici.

Queste grandi differenze di aspettative hanno però in comune un riferimento: il concessionario d'auto.

Il concessionario d'auto è scelto da

gli agenti di commercio in base a due considerazioni.

L'acquisto e l'assistenza tecnica.

Per l'acquisto l'agente deve essere certo che, presso il concessionario scelto, otterrà le condizioni commerciali migliori e non dovrà sottostare a lungaggini burocratiche per l'espletamento delle pratiche di acquisto e di vendita dell'eventuale usato.

Mentre l'assistenza tecnica dovrà assicurare, in caso di piccoli interventi, una corsia privilegiata con la certezza di potersi presentare all'officina in qualsiasi momento senza inutili perdite di tempo; per gli interventi più importanti dovrà bastare una telefonata per fissare un appuntamento, molto vicino nel tempo, con la sicurezza di avere l'auto riparata o revisionata in tempi ragionevoli, senza inutili burocrazie e con costi concordati.

A queste esigenze si contrappone la tendenza di creare, da parte dei costruttori d'auto, delle cattedrali sempre più grandi e spersonalizzate dove il cliente è "utente", la burocrazia è tanta e i rapporti umani sono pochi. Gli agenti di commercio, per contro,

per una sorta di deviazione professionale, sono portati a credere fortemente nel rapporto umano e questo disumanizzare la trattativa non crea la giusta familiarità.

E' molto più facile trovare il concessionario partner in un piccolo centro piuttosto che nella grande città, dove tutto è convulso, dove i numeri sono più grandi, dove si è poco considerati.

Vi sono colleghi che quando devono cambiare auto incominciano un vero e proprio tour presso i concessionari di tutta la Regione e anche fuori Regione, con la sola certezza di aver perso tanto tempo e sprecato molte energie per concludere un acquisto solitamente per stanchezza.

La mia agenzia si rivolge da oltre venti anni allo stesso concessionario dal quale ha la sicurezza di avere sia le condizioni migliori che un'assistenza efficiente e rapida e il sapere di poter contare su di una "organizzazione amica" è un sollievo e un grosso risparmio di tempo e di energie.

Sindacalismo

Incontro a Roma dei presidenti di tutte le sedi Usarci d'Italia



Si è svolto a Roma, il 2 Dicembre u.s., convocato dal presidente Nazionale Usarci Umberto Mirizzi, un incontro tra i presidenti delle sedi locali Usarci di tutta Italia. Questo incontro

aveva come scopo di concordare azioni comuni a favore della categoria. Si è stabilito che si dovranno coinvolgere i politici conosciuti, sollecitandoli a sostenere la richiesta di poter scaricare fiscalmente l'auto, nostro indispen-

sabile bene strumentale, al 100% e non più all'80%. Questa battaglia sarà un obiettivo che tutte le sedi a livello nazionale porteranno avanti con la massima decisione.



E' stato deliberato di organizzare un "open day" nazionale, probabilmente a inizio primavera prossima, che vedrà tutte le sedi aperte agli agenti di commercio non associati, offrendo loro la disponibilità di usufruire gratuitamente dei numerosi servizi che l'Usarci

abituamente offre ai soli associati. Sarà anche l'occasione per una raccolta di firme con la richiesta dei portare in detrazione l'auto al 100%. E' stata ribadita l'iniziativa della realizzazione di una web radio per gli agenti di commercio, che vedrà la luce

all'inizio del prossimo anno. Per ultimo abbiamo avuto il piacere di apprendere che il nostro sindacato di Genova è per importanza, il terzo in Italia.

D. C.

Solo

L'agente di commercio è sempre solo

Sembra un paradosso parlare di solitudine, l'agente di commercio incontra decine di persone e con queste si confronta e interloquisce. E' vero che i rapporti dell'agente di commercio sono numerosissimi, ha occasione di rapportarsi con clienti e mandanti, ma non sono rapporti che apportano esperienza di gestione della propria agenzia. L'agente quando deve sottoscrivere un mandato, quando deve decidere le strategie da adottare per strutturare la sua organizzazione, quando necessità di affrontare la situazione finanziaria o la sua posizione fiscale, è solo, e solitamente decide da solo, senza interpellare chi è preparato nello specifico argomento. Ciò cosa comporta? Comporta che se non si hanno le giuste competenze si possono commettere gravi errori. La nostra categoria ha esperienza di vendita, sa negoziare, ha empatia ed è in grado di avere rapporti personali buoni con clienti, non sempre con le mandanti, e mi dispiace dover constatare che, in moltissimi casi manca delle giuste competenze. Non desidero generalizzare, ma gli esempi li abbiamo tutti i giorni in sindacato. Dobbiamo constatare che vengono sottoscritti mandati di agenzia, senza neppure averli letti, vengono prese decisioni di carattere fiscale, senza neppure consultare il commercialista, vengono "inventate" iniziative fantasiose che nella maggior parte delle volte creano problematiche non risolvibili. Questa è la realtà di una categoria che non "perde tempo" ad informarsi per migliorare le proprie conoscenze, che è convinta che quello che sta facendo sia la cosa migliore e che nessun altro potrebbe fare di più. La partecipazione a corsi di formazione e di aggiornamento è sempre scarsa e

questo sta a dimostrare, ancora di più, la presunzione di sapere già tutto. "Io ho sempre fatto in questo modo e non vedo perché dovrei cambiare". Se un formatore mi consiglia di esaminare il mio operato anche sotto un altro punto di vista, cosa vuoi che sappia delle mia agenzia". I colleghi che purtroppo fanno queste affermazioni non sono pochi e non sanno che nel giro di un tempo relativamente breve non saranno più in linea con il mercato. Quando devono portare avanti una pratica previdenziale o una vertenza, non hanno tempo di fermarsi per esaminare una loro posizione, o sono impegnati in altre cose e quindi **decidono da soli** cosa fare e come comportarsi.

Credo che non si debba e non si possa prescindere dall'esaminare, con attenzione e obiettività, le situazioni per prendere, poi, le decisioni operative "giuste" per raggiungere i ragionevoli obiettivi che ci si prefigge, ma difficilmente si riesce da soli a prendere le decisioni giuste

Tutti devono imparare a gestire la propria agenzia e le incombenze che devono essere portate avanti nonostante sembrino perdite di tempo.

L'esperienza non basta più e potrà diventare il limite in un mercato che non darà più il tempo, per adeguarsi ai suoi livelli di velocità e di recupero innovativo.

Tenere i contatti con le aziende rappresentate è compito molto importante ed è necessario dimostrare professionalità e capacità di rapportarsi con tutti i comparti delle aziende rappresentate, dall'ufficio amministrazione, alla direzione tecnica, con competenza e senza esitazioni. Tutto questo significa professionalità che non si acquisisce **da soli**, non basta l'esperienza di tanti anni di



lavoro, ci vuole aggiornamento e formazione.

Anche nell'acquisizione di nuovi mandati è importante proporsi professionalmente. Sono finiti i tempi di quando era sufficiente assicurare alle mandanti clienti e fatturati per ottenere l'agenzia. Oggi le mandanti chiedono organizzazione e professionalità. Altri compiti, relativamente nuovi, che l'agenzia commerciale deve affrontare sono l'organizzare e gestire azioni di marketing, fare ricerche di mercato, individuare le esigenze dei clienti, e verificare la loro soddisfazione ecc

E' ora di comprendere che da soli non si può procedere professionalmente; sarà sempre più importante fare parte di una categoria che è ha spirito di corpo e che deve avere come obiettivo il miglioramento continuo. Obiettivo che si può raggiungere se si migliorano le competenze, cosa che può avvenire non più da soli, ma frequentando corsi di formazione e le numerose manifestazioni che l'Usarci Liguria organizza. Essere parte integrante di un gruppo di professionisti che si scambiano idee, progetti ed esperienze, è garanzia di apprendimento e di maggiore professionalità. Per evitare di sbagliare bisogna abituarsi a chiedere sempre consiglio e assistenza a chi è preposto agli specifici servizi e non prendere più decisioni in solitario.

D. C.

Cosa succede se vi fermano e avete dimenticato la patente a casa?



La multa da 41,00 euro va pagata ed è obbligatorio presentarsi in caserma entro 30 giorni per esibire il documento

Domenica scorsa mi sono recato in Val Fontanabuona per commissioni e non mi sono reso conto di aver lasciato a casa la patente di guida. Ad un incrocio, una pattuglia di Carabinieri mi intima l'alt e mi vengono chiesti il libretto e la patente. In quel momento mi accorgo di essere privo della patente ed ho imparato cosa capita se vi fermano e avete dimenticato la patente di guida e quali sono le conseguenze.

Non si parla di chi guida senza aver mai conseguito la patente; né di chi si mette al volante nonostante abbia subito la sospensione della patente; ma di chi ha la patente in regola, e sbada-

tamente circola con il documento di guida **dimenticato a casa**. D'altronde può capitare a chiunque. Magari si esce senza prendere il portafogli, per la fretta o perché si hanno altri mille pensieri. Oppure si lasciano patente e portafogli in un borsa da lavoro, o in uno zainetto. Poi si entra in macchina e per colmo della sfortuna ci si imbatte nella Polizia che chiede di esibire la patente. Dopo un controllo in un database, probabilmente la Polizia avrà conferma di quanto dite: la patente ce l'avete, ma è a casa, dimenticata. Vi lasceranno andare via in macchina. La Polizia, accertatasi che avete conseguito o rinnovato regolarmente la patente, vi farà firmare un verbale.

Dovrete presentarvi entro 30 giorni in una qualsiasi caserma per esibire la patente.

Per la mancanza momentanea della patente si applica una sanzione **pari a 41,00 euro**, come stabilito dall'articolo 180 del Codice della Strada. La multa va pagata.

Chiunque senza giustificato motivo non ottempera all'invito dell'autorità di presentarsi, entro il termine stabilito nell'invito medesimo, a uffici di polizia per fornire informazioni o esibire documenti ai fini dell'accertamento delle violazioni amministrative previste dal codice, è soggetto alla sanzione amministrativa e al pagamento di **419 euro**.

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 '90

“Anni di progresso tecnologico e del potere dei media”

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 sesto 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.

Negli anni novanta il progresso e la vita moderna cambiano radicalmente la società e lo stile di vita. Cresce enormemente il potere dell'immagine, la moda diventa protagonista dei messaggi promozionali, la pubblicità sempre più mirata e sofisticata grazie all'ausilio di testimonial di successo a garanzia del prodotto. Nello stesso tempo avviene il processo contrario rispetto a quanto accadeva negli anni '80: se nel decennio scorso l'apparenza costituiva un valore fondamentale, negli anni '90 prevale invece il culto dell'essere e dello stile personale. I Media acquistano in questi anni un potere tale da influenzare a dismisura la nostra vita quotidiana. Entrano nelle nostre case proiettandoci in tempo reale dentro le notizie o gli avvenimenti più importanti, rendendo purtroppo oltremodo spettacolari, con le immagini dal vivo, anche gli eventi più crudi. La guerra del Golfo sarà l'esempio più eclatante di questo fenomeno. Ma ciò che ha caratterizzato di più in assoluto questo decennio di fine secolo è l'avvento di internet, la rete attraverso la quale non esistono più confini per chiunque voglia comunicare con il mondo intero stando comodamente seduto davanti al proprio computer: siamo ormai nell'era della comunicazione globale. Il progresso tecnologico continua la sua marcia inarrestabile. Avviene nel 1990 una vera e propria invasione della telefonia mobile con la nascita del telefonino cellulare, destinato a diventare og-

getto di culto del decennio. Cambia anche il modo di comunicare degli agenti di commercio. Nella pratica essendo reperibili 24 ore su 24 si rimane sempre in servizio, non ci saranno più né sabati, né domeniche, né feste comandate. Esplode la moda degli Swatch, i colorati orologi di plastica, che diventano un simbolo degli anni '90. Una curiosità: nel 1990 la torre di Pisa viene chiusa ai turisti perché pericolante. Sarà riaperta al pubblico undici anni dopo, nel 2001. Il mezzo televisivo rivoluziona il mondo dell'informazione mediatica e nel 1991, per la prima volta, la guerra entra nelle

ne Europea. Nello stesso mese prende il via l'operazione denominata "Mani pulite", contro la corruzione ed il malcostume diffuso nel sistema politico italiano, che coinvolgerà un numero impressionante di autorevoli esponenti politici; i più coinvolti risulteranno i Socialisti e il loro leader Bettino Craxi,

Cresce la vendita dei personal computer. Il mercato è diviso in maniera equilibrata tra IBM e Apple, i due maggiori produttori del momento. Inizia la sua scalata anche la Microsoft che presenta la sua prima versione di Windows NT. Nel 1993 la Microsoft mette sul mercato il primo sistema semi operativo "Windows 3", dal quale deriverà in seguito Windows 95. Arrivano in Italia anche i primi microprocessori Pentium per pc.

Esplode il progresso tecnologico. La vita nelle grandi città si adegua velocemente ai tempi moderni e diventa molto più frenetica. In Italia a gennaio del 1994 si dimette il Governo Ciampi. E' l'anno della scesa in campo di Silvio Berlusconi, che fonda il partito di "Forza Italia". A maggio Berlusconi assume

l'incarico di Presidente del Consiglio. Sempre nel '94 Internet diventa finalmente realtà. Nel mese di Maggio si svolge a Ginevra la prima conferenza internazionale sul World Wide Web.



From "Computer Desktop Encyclopedia".
Reproduced with permission.
© 1996 Apple Computer, Inc.

case, grazie soprattutto alla CNN. L'inizio dell'anno 1992 è caratterizzato da alcuni importanti avvenimenti politici e giudiziari. Nel mese di febbraio 12 paesi europei, tra cui anche l'Italia, firmano il trattato di Maastricht, che sancisce di fatto la nascita dell'Unio-



Il 1995 inizia con una crisi che investe numerosi settori dell'economia

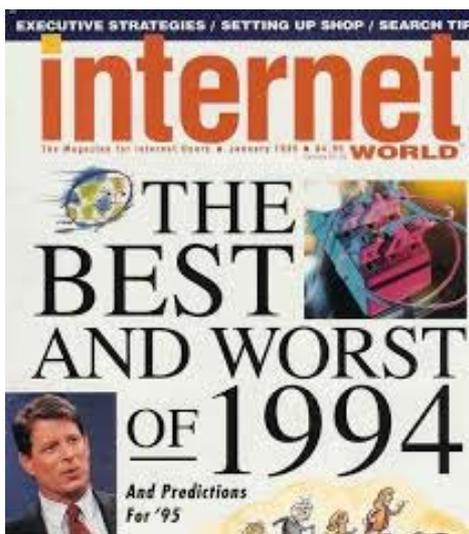


italiana. Tra i settori più colpiti quello dell'editoria: sono molti i quotidiani in perdita e quelli che registrano un forte calo nelle vendite. Alcuni di questi saranno costretti a chiudere la propria attività. Con l'avvento di Internet e di Windows 95 la Microsoft diventa padrona del mercato mondiale. Grazie alla diffusione della rete nascono in Italia centinaia di providers, anche se le connessioni risultano ancora piuttosto lente. In questo clima di grande fermento spuntano come funghi le riviste che si occupano di informatica. Ha inizio da quest'anno anche la grande espansione della telefonia cellulare nel nostro Paese. Nel 1996 finalmente possiamo respirare una boccata d'ossigeno grazie alla ripresa dell'economia, che aveva conosciuto una forte crisi negli ultimi anni. Nel 1996 Internet fa il suo ingresso nelle case e nelle aziende italiane. Molte di queste si dotano di siti commerciali atti a pubblicizzare i propri prodotti e servizi attraverso la rete. Nel mondo dell'editoria si assiste ad una profonda crisi della Mondadori. Nasce "Il Foglio", il nuovo quotidiano diretto



da Giuliano Ferrara. Nel 1997 si inizia a parlare di "clonazione", un argomento destinato a far discutere il mondo intero. Alcuni scienziati scozzesi annunciano la nascita di Dolly, la prima pecora clonata. Parte all'inizio dell'anno la nuova legge sulla privacy,

che prevede delle norme più restrittive sul trattamento dei dati personali. La telefonia mobile promuove quest'anno un'ulteriore espansione dei propri servizi nel nostro Paese. Dalla fusione di Stet e Telecom nasce la Telecom Italia. Le nuove tecnologie nel settore delle



telecomunicazioni dominano, nel 1998, la nostra vita quotidiana. Aziende come Telecom, Wind, Tiscali ed Infostrada si dividono il mercato creando i più svariati servizi per gli utenti del Web e della telefonia mobile. Si parla già di "WAP", la rivoluzionaria tecnologia che permette di navigare in Internet col proprio cellulare, mentre i Tacs lasciano ormai spazio ai più moderni GSM. Anche le riviste settimanali arrivano nelle edicole arricchite spesso e volentieri di supplementi informatici.

Il sesso è un elemento dominante del 1998: una novità a riguardo è costituita dall'arrivo sul mercato del "Viagra", un nuovo farmaco per combattere l'impotenza e che promette miracoli in tema di prestazioni sessuali. Ma, forse, per avere maggiori conferme bisognerebbe chiedere a chi lo ha provato! Ormai, nel 1999, lo stile di vita è cambiato. Rispetto agli anni '80 il modo di comunicare e il modo di lavorare sono enormemente influenzati dalla tecnologia (basti pensare ad internet, oppure alla grande espansione della telefonia mobile) e si vive ogni giorno in maniera più frenetica. Si dà più importanza agli status symbol, per esempio ai cellulari di nuova generazione di dimensioni più contenute e alle agende elettroniche (gli attuali tablet).

A conferma di tutto ciò l'anno è dominato essenzialmente dalle grandi fusioni tra colossi delle telecomunicazioni: Viacom-CBS, AOL-Time Warner e, in Italia, Seat-TMC. In campo informatico inizia ad imporsi Linux, l'unico sistema operativo in grado di competere con Windows di Microsoft, essendo a detta degli esperti addirittura più stabile ed affidabile di quest'ultimo. Per tutto l'anno si parla di "Millennium Bug", termine che ha letteralmente terrorizzato le aziende informatiche di tutto il mondo fino alla fatidica notte del 31 dicembre, passaggio di consegne tra il vecchio ed il nuovo millennio. Le nuove tecnologie, l'informatica e le telecomunicazioni sono pertanto simboli ricorrenti durante tutto il 1999. Del resto si prepara il terreno all'avvento del 2000.

Costante informazione in capo alla mandante

La regolare tenuta della documentazione relativa al mandato è un efficiente strumento di tutela dei propri diritti

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

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

Tali mancanze possono arrecare all'agente gravi pregiudizi, nella fase in cui, terminato il rapporto, l'azienda deve liquidare le indennità dovute.

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

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

L'Agente ha diritto di esigere che gli siano fornite tutte le informazioni per verificare l'importo delle provvigioni liquidate ed in particolare un estratto dei libri contabili. E' nullo ogni patto contrario al presente articolo".

Tali disposizioni costituiscono l'applicazione di un più generale principio di correttezza e buona fede nell'esecuzione del contratto che viene imposta alle mandanti.

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

In ogni caso, il documento proveniente dalla mandante, che assume un'importanza fondamentale per l'agente, risulta essere l'estratto conto provvigionale. L'estratto conto, infatti, è lo strumento necessario, da un lato per verificare la corretta e puntuale liquidazione delle provvigioni e dall'altro per poter correttamente conteggiare le indennità di fine rapporto.

Come si è detto, le mandanti sono tenute ad inviare l'estratto conto entro l'ultimo giorno del mese successivo al trimestre nel corso del quale sono maturate

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

La norma in esame, inoltre, stabilisce



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

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

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

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

Il “fine rapporto”, questo sconosciuto

Quali sono, in caso di scioglimento del mandato di agenzia, le indennità spettanti?

Il fine rapporto è l'argomento, in Sindacato, più dibattuto. C'è chi non conosce i suoi diritti, in caso di disdetta da parte della mandante, e chi favoleggia importi mirabolanti dovuti per la “meritocrazia” senza neppure sapere di che cosa si parla. Certe volte ci troviamo di fronte ad agenti che, supportati dal sindacato in tutte le maniere possibili, con costi irrisori, dopo aver ricevuto indennità di fine rapporto, ben al di sopra delle aspettative, non si dichiarano soddisfatti, e in alcuni casi si lamentano, pensando che avrebbero potuto ottenere chissà quale astronomica “liquidazione”. Ad un nostro associato abbiamo fatto ottenere, in poco più di 4 mesi un importo di 55.000 euro, a fronte di un massimo equivalente a un anno di provvigioni di 63.000 euro. Incassato il “malloppo” ha avuto il coraggio di lamentarsi affermando che si poteva fare meglio. Forse ha pensato che i 55.000 euro si siano ottenuti con facilità e se si fosse insistito un po' di più i 63.000 sarebbero, senza dubbio, arrivati?

Ne abbiamo parlato e scritto più volte, ma devo notare che i dubbi sono ancora molto diffusi e quindi ripetere può giovare a chiarire, quali sono i **diritti veri** che l'agente o rappresentante di commercio ha nel caso di chiusura di un mandato di agenzia **per iniziativa della mandante**.

Mi auguro tutti sappiano che la chiusura di un rapporto di agenzia, comporta, **per la mandante, nel caso sia la stessa a dare disdetta**, la liquidazione di una indennità di fine rapporto. E' l'occasione per ricordare che in caso di **disdetta da parte dell'agente, si perderà il diritto a qualsiasi indennità**, salvo il caso di disdetta per avere raggiunto il diritto alla pensione. Le indennità importanti sono due: l'indennità di clientela e la così detta indennità europea o art. 1751 del C.C. L'indennità di clientela è la “tradizionale” indennità che, grosso

modo, corrisponde circa al 3,2-3,5% delle provvigioni incassate durante tutta la vita lavorativa con quella specifica mandante.

L'indennità europea o 1751 è l'indennità prevista dal Codice Civile che non è precisamente quantificata. Se mentre l'indennità di clientela è facile calcolarla, perché prevede una percentuale sulle provvigioni liquidate durante il periodo del rapporto, per l'europea o 1751 il discorso è ben diverso perché nel Codice Civile non è indicato un tipo di calcolo ed è lasciata al giudice la facoltà di stabilire l'importo che l'agente otterrà dalla mandante; importo che in ogni caso non può essere superiore all'equivalente di un anno di provvigioni. E' chiaro che per ottenere questa indennità, se non concordata con la mandante, si dovrà andare in giudizio.

Dato che l'indennità di clientela, quando si tratta di mandati di durata inferiore ai 10/15 anni, è quasi sempre favorevole alle mandanti, queste cercano di chiudere il rapporto pagando solo questo tipo di indennità e non considerano la possibilità della liquidazione con l'art. 1751.

Il nostro ufficio vertenze, quando sussistano gli elementi per chiedere l'indennità in base al 1751, si attiva per avere, a vantaggio dell'agente, questo tipo di indennità che sostituisce in toto l'indennità di clientela tradizionale, che come detto, nella maggioranza dei casi, è inferiore a quanto si potrebbe ottenere con il 1751. I cardini per ottenere questo tipo di liquidazione, poggiano su tre elementi essenziali: che l'agente abbia procurato nuovi clienti al preponente o abbia sensibilmente sviluppato gli affari con i clienti esistenti e il preponente riceva ancora sostanziali vantaggi derivanti dagli affari con tali clienti.

A questo punto per evitare di andare di fronte al giudice, con il rischio di possibili brutte sorprese, la strategia preferibile è quella di una conciliazione Sindacale tra la mandante e l'agente.

Una considerazione importante da fare è anche quella che se si dovesse portare la mandante in giudizio si avrebbero spese legali dai 5/6.000 euro in su, più le spese processuali e oneri vari. Tempi per la chiusura della pratica dai due ai tre anni, in caso di agente individuale, oltre i 5 anni per agenzia in forma societaria, a fronte di una indennità tutta da vedere.

Quando si decide di utilizzare la strategia sopra indicata, l'ufficio vertenze del Sindacato, in collaborazione con l'avvocato, inizia i contatti con la mandante e con i legali della mandante, cercando di concordare una indennità equa per l'agente. Questi contatti, che sono epistolari, telefonici e personali, hanno lo scopo di monetizzare il costo della liquidazione. Si cercherà di concordare con l'ufficio amministrativo della mandante e in seconda battuta, se non si trova un accordo già ai primi contatti, con i legali, la somma da liquidare all'agente disdettato. Questa trattativa non si risolve in pochi giorni, e anche di fronte alla disponibilità della mandante e alla capacità del legale, i tempi non possono essere brevissimi, come alcuni desiderano. Si consideri che alla mandante si richiede una somma che probabilmente non era stata prevista ed è ragionevole pensare che questa farà tutto il possibile per sborsare meno denaro possibile. E' una questione di abilità fatto di larvate minacce di ricorrere al giudice con richieste esorbitanti e circospette proposte di chiudere rapidamente a costi equi. E' il gioco delle parti che non ha regole fisse, ma si basa solo sul buon senso e la capacità di rapportarsi con la controparte al fine di ottenere il massimo ottenibile. Mi auguro di aver contribuito a chiarire alcuni punti che, probabilmente non sono molto semplici, ma che è importante conoscere.

Davide Caropreso
presidenza@usarciliguria.it



Imprese liguri

Nei primi nove mesi del 2016 più chiusure che aperture

Se si guardano i primi 9 mesi del 2016: le chiusure superano le nuove aperture, con una perdita netta di 433 imprese, mentre nei primi 9 mesi del 2015 il saldo era positivo per 84 aziende. Questo è il quadro di Unioncamere.

Il commercio segna il saldo negativo più consistente: aveva perso 644 imprese a settembre 2015, quest'anno è arrivato a -837 (-110 nell'ultimo trimestre, 419 cessazioni e 309 iscrizioni). Saldo negativo anche per le imprese artigiane nel terzo trimestre 2016: 508 iscrizioni e 528 cancellazioni. Diminuiscono i fallimenti, calati del 20,6% nel terzo trimestre dell'anno rispetto allo stesso periodo del 2015: 54 procedure fallimentari. Frenano anche le domande di concordato preventivo (da 11 a 5).

Fonte Unioncamere

Fiscalità

IVA: comunicazione trimestrale

Un penalizzante aumento di adempimenti

Il decreto fiscale già in vigore, collegato alla manovra, prevede la comunicazione trimestrale dell'elenco delle fatture assoggettate all'IVA. Simile al superato elenco clienti e fornitori di antica memoria.

È un'evoluzione del vecchio spesometro introdotto nel 2010 e poi modificato nel 2012 per farne uno strumento contro l'evasione dell'IVA.

L'ultima modifica varata dal governo entrerà in vigore il primo gennaio prossimo.

Come le versioni precedenti prevede l'obbligo di comunicare le operazioni rilevanti ai fini Iva superiori a 3.600 euro, e un elenco clienti - fornitori.

Ma il nuovo spesometro prevede che ogni tre mesi le partite Iva comunichino telematicamente e «analiticamente», le fatture per singolo cliente e fornitore, una a una, tutte le fatture andranno trascritte nel modello informatico

dell'Agenzia delle entrate e questo ogni tre mesi.

L'idea di semplificazione del governo, consiste nell'obbligare le partite Iva a dare ogni tre mesi il dettaglio delle fatture in entrata e uscita. Con sanzioni pesantissime in caso di errori, tanto che potrà accadere che, nelle nuove comunicazioni trimestrali Iva, per un errore da un euro il contribuente sarà bastonato con una sanzione minima di 5mila euro. Il decreto fiscale collegato alla manovra 2017 rivede pesantemente le sanzioni per colpire quelle comunicazioni che agli occhi del Fisco appaiono omesse, incomplete o infedeli. Sulla base della nuova griglia il contribuente sarà punito con una sanzione amministrativa che va da 5mila a 50mila euro. Non solo. Qualora l'errore dovesse essere ripetuto su più fatture, la sanzione può lievitare fino a 25mila euro.

L'obiettivo di acquisire i dati fat-

tura e IVA in anticipo rispetto alle scadenze annuali, potrebbe rappresentare uno strumento in più per contrastare l'evasione IVA.

La tesi del governo è che i contribuenti non saranno penalizzati più di tanto. Il risultato, invece, sarà un aumento di adempimenti, noi pensiamo poco utile. La comunicazione trimestrale comporterà un aumento di costi per le agenzie commerciali e per tutte le imprese. Senza contare che delle semplificazioni promesse, non se ne vede traccia.

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