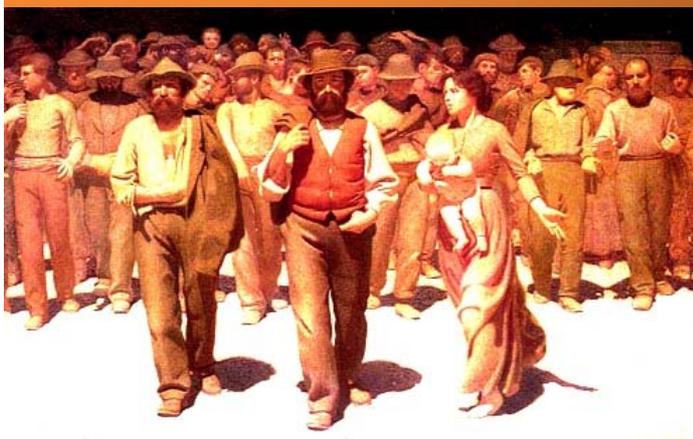


Agenti e Rappresentanti di Commercio

Notiziario del Sindacato Usarci -



Guardando al passato tendiamo a dare per scontate le conquiste che ci permettono di vivere la nostra quotidianità lavorativa, con una certa serenità. Conquiste previdenziali, fiscali e normative frutto di

battaglie che i **Sindacati degli Agenti di commercio hanno combattuto per l'intera Categoria da 70 anni, a tutti i livelli istituzionali.** E' importante comprendere la cruciale importanza del sindacato nella tutela e supporto agli agenti italiani. In pochi sanno quel che è stato fatto, per il bene della categoria (leggi l'articolo a pagina 4)

SOMMARIO

- Pag. 4 A cosa serve il Sindacato
- Pag. 5 Aziende sparite dal mercato
- Pag. 8 Le agenzie in società a responsabilità limitata
- Pag. 9 Il futuro prevede pensioni sempre più basse
- Pag. 11 Gli anni 50
- Pag. 13 La verità sulla situazione (critica) italiana
- Pag. 14 Il concetto di zona
- Pag. 15 Eurispes: Rapporto Italia 2015
- Pag. 16 Ma i clienti sanno che tu ci sei?

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 delle 8,30 alle 12,00 (lunedì chiuso tutto il giorno)

Può essere fissato appuntamento telefonando al 010 5954838

Fax. 010-5848095

e-mail: segreteria@usarciliguria.it

sito: www.usarciliguria.it

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



**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

E' POSSIBILE PAGARE LA QUOTA ASSOCIATIVA 2016

Per chi non lo avesse ancora fatto, può provvedere anche al saldo della quota 2015.

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.

A cosa serve il sindacato?

Le ragioni di una scelta per la categoria

Nei decenni di esperienza alla guida di Usarci Liguria ho più volte constatato, con dispiacere, che il nostro sindacato viene considerato un servizio al consumo. Rappresenta di frequente l'ultima spiaggia, da contattare solo quando si presentano gravi problemi contrattuali, legali o fiscali. Una sorta di "total service" al quale rivolgersi per poi dimenticarsi della sua esistenza, fino a un nuovo problema. E' in parte una nostra responsabilità. Oggi come in passato non siamo stati capaci di comunicare la decisiva importanza che il sindacato riveste per la categoria degli agenti di commercio. Guardando al passato tendiamo a dare per scontate le conquiste che ci permettono di vivere serenamente la nostra quotidianità lavorativa. Conquiste frutto di battaglie, previdenziali, fiscali e normative, che i **Sindacati degli Agenti di commercio hanno combattuto, per l'intera Categoria, da 70 anni, a tutti i livelli istituzionali.** Scrivo queste righe perché vorrei che tutti i colleghi potessero comprendere la cruciale importanza del sindacato nella tutela e nel supporto agli agenti italiani. In pochi sanno quel che è stato fatto, per il bene della categoria, quindi citando le conquiste più significative penso di rispondere a quella domanda che alcuni colleghi mi rivolgono: *a cosa serve il sindacato?*

- Se non ci fosse il sindacato l'agente di commercio **non avrebbe nessuna indennità** di fine rapporto e si potrebbe trovare dopo decine di anni di collaborazione, **espulso senza aver diritto a nulla**
- Se non ci fosse il sindacato l'agente di commercio sarebbe equiparato ai professionisti (avvocati, commercialisti. Ingegneri ecc.) e **non avrebbe la possibilità di scarsi, fiscalmente, tutte le spese legate all'auto e alla mobilità.**

- Se non ci fosse il sindacato l'agente di commercio **non sarebbe neppure preso in considerazione dal Codice Civile** e non potrebbe delegare i suoi rappresentanti a sottoscrivere i Contratti Economici Collettivi che, nel bene e nel male, indicano alle due parti (agenti e aziende mandanti) le linee da seguire per lo svolgimento dell'incarico e le tutele conseguenti..
- Se non ci fosse in Sindacato gli agenti di commercio **non avrebbero doppia copertura previdenziale.** Con l'ENASARCO che, **con poco più del 7%**, di trattenuta da parte delle mandanti, fa maturare una pensione che, fino ad oggi, è, per gli agenti plurimandatari, in linea di massima superiore a quella dell'INPS **alla quale l'agente di commercio versa circa il 24% del reddito.**
- Se non ci fosse il sindacato l'agente di commercio non potrebbe sedersi al tavolo con la mandante e **definire, davanti al "Conciliatore Sindacale" le vertenze di natura economico/contrattuale.**
- Se non ci fosse il sindacato non ci sarebbe nessun dialogo con le Istituzioni locali e Nazionali con conseguenze solo negative perché **la categoria per le istituzioni, non esisterebbe.**
- Se non ci fosse il Sindacato non ci sarebbe Il CAAF agenti di commercio che con la specializzazione **assiste e tutela gli agenti di commercio nei confronti del fisco.**
- Se non ci fosse il sindacato non esisterebbe **il fondo FIRR sul quale le mandanti accantonano,** per la durata del mandato, una percentuale sulle provvigioni liquidate, **senza che l'agente spenda un euro.**
- Se non ci fosse il sindacato, che ottiene gli aggiornamenti in tempo reale di quel che succede nel mondo delle imprese, gli agenti di commercio **non avrebbero le notizie indispensabili per decidere strategie operative e gestionali.**



- Se non ci fosse il sindacato gli agenti di commercio non potrebbero **"certificare in qualità" la loro agenzia. Importantissimo strumento** che consentirà, di qualificare l'organizzazione che, in proiezione, permetterà di essere preferita dalle mandanti nei momenti della scelta dell'agenzia locale.
- Se non ci fosse il sindacato l'agente di commercio non potrebbe votare per **scegliere i delegati, agenti di commercio che eleggeranno i consiglieri dell'Enasarco.**
- Senza l'Usarci Sparci Liguria **32 agenti di commercio nel 2015 non sarebbero riusciti ad incassare un totale di 295.140,00 euro di indennità fine rapporto** dopo conciliazioni sindacali in sede.
- Senza l'Usarci Sparci Liguria **14 agenti di commercio nel 2015 non sarebbero riusciti ad incassare un totale di 51.250,00 euro di rimborso IRAP** promosso dal CAAF Usarci - Genova.
- Senza l'Usarci Sparci Liguria altri **37 agenti di commercio nel 2015 non avrebbero ottenuto integrale soddisfacimento delle proprie pretese** a seguito di vertenze intentate alle mandanti.

Davide Caropreso
Presidente Usarci-Sparci
presidenza@usarciliguria.it

Aziende sparite dal mercato

E' lunga la lista di aziende, anche illustri, che non hanno capito i cambiamenti e sono sparite

Qualche tempo fa mi capitò per le mani un vecchio elenco di espositori di una fiera del mio settore e incominciai a sfogliarlo alla ricerca di nomi di aziende con le quali avevo avuto rapporti. Ad un certo punto della lettura mi resi conto che la maggior parte dei marchi che cercavo non esiste più. La constatazione che moltissime aziende sono sparite dal mercato ha una motivazione: chi non si è adeguato, o non ha potuto adeguarsi ai cambiamenti di mercato non è più presente. Feci presente questa mia scoperta ad un amico che per tanti anni ha venduto televisori. Mi disse: "considera il mercato dei televisori e ti renderai ancora più conto di come sono cambiate le cose".

La lista di nomi, più o meno noti ed illustri, è lunga e l'avventura dell'industria dei televisori italiana ha conosciuto momenti di grande splendore.

Minerva, Magnadyne, Irradio, Marelli, Autovox, Seleo, Ultravox, Brionvega, Industrie Formenti, Sinudyne e fra tanti altri naturalmente Mivar.. Giapponesi prima e coreane poi, hanno spodestato anche i grandi nomi europei alla ribalta fino a un paio di decenni fa, e cioè Philips, Phonola, Thomson, Grundig, Telefunken, Normende, Saba e RCA. Oggi il made in Italy, nel campo delle Tv, è solo un ricordo. L'ultima bandiera della televisione progettata e costruita in Italia è la Mivar che ha chiuso la produzione all'inizio del 2014.

Il destino che ha conosciuto l'azienda creata dal suo titolare (Mivar è

l'acronimo di Milano Vichi Apparecchi Radio) è forse lo specchio di come un intero settore sia andato perduto dopo una stagione d'oro durata fino a cavallo tra anni '60 e '70. All'inizio del decennio succes-



sivo c'è la prima svolta, con l'ingresso in campo dei colossi giapponesi: Sony, Sanyo, Panasonic, Jvc e Mitsubishi. Molte aziende e marchi italiani finiscono nell'oblio ma con il boom dei televisori piccolo formato e a basso costo (14 e 20 pollici) la Mivar costruisce negli anni '90 il suo capolavoro: sopravanzare nelle vendite i giganti dell'elettronica di consumo mondiale, accaparrarsi oltre un terzo di un mercato da oltre due milioni di pezzi e sviluppare un fatturato che ha toccato i 350 miliardi di lire.

Poi è arrivata la seconda svolta, quella decisiva per chi produceva televisori in Italia. L'avvento nei primi anni 2000 di plasma e cristalli liquidi fu l'inizio della fine per tutti, Mivar compresa. L'accelerazione data da Samsung, Lg e dalle aziende turche e giapponesi cambia drasticamente e rapidamente i connotati del mercato. Nel 2005 le Tv a tubo catodico, tecnologia su cui Vichi ha edificato il suo impero e

che abbandonerà solo nel 2008, sono un prodotto "vecchio", che non trova più posto negli scaffali dei punti vendita.

E Mivar ricorre per la seconda volta, la prima fu nel 2001, alla cassa integrazione a zero ore per buona parte dei suoi dipendenti, rimasti nell'ordine delle poche decine (erano 800 a inizio 2000). Gli altri marchi italiani, intanto, a metà anni 2000 sono praticamente tutti spariti o passati di mano. I pochi sopravvissuti diventano solo assemblatori lasciando lo sviluppo del prodotto ai fornitori asiatici, che monopolizzano anche i materiali di base per progettare e realizzare i televisori.. Lo stesso

Vichi va in Cina a comprare i componenti per produrre gli Lcd marchiati Mivar: il primo (un modello da 20 pollici) entrò a listino nel 2004, l'ultimo della serie, è un 32 pollici con retroilluminazione Edge. Il confronto, a livello tecnologico, con la concorrenza è impari.

E nei volumi, Mivar è passata in 15 anni da qualche migliaio a qualche decina di pezzi al giorno. **L'industria italiana dei televisori ha alzato bandiera bianca e paga carenze strutturali, capacità di innovazione e di investimento. La concorrenza straniera, ha conquistato il mercato italiano con l'innovazione tecnologica e con il marketing.**

Anche il mercato dell'auto ha avuto i suoi grossi problemi. In Italia, negli ultimi 5 anni, sono "deceduti" oltre 1.600 concessionari. La moria c'è stata anche negli Stati Uniti dove sono spariti oltre 6.500 "dealer".



Anche l'elenco dei marchi scomparsi è lunghissimo: degli oltre 160 marchi esistenti in occidente negli anni '80 oggi ne restano 38. Saab, Autobianchi, Simca, Oldsmobile, Triumph, NSU, Sunbeam, MG, Bristol, De Tomaso, Innocenti, Austin Healey, DAF, Hillman, American Motors, Giannini, Matra,

prezzati da clienti e concessionari: Subaru commercializzava la 360, 2 cilindri, 2 tempi, 20 cavalli; nelle vetrine dei dealer Suzuki c'era la Fronte, 2 tempi, 3 cilindri, 25 cv; Toyota promuoveva la 800, 2 cilindri boxer 790cc da 43 cavalli. Gli esempi di aziende, anche in altri settori, che non sono state in grado

gli smartphone ormai i giochi erano fatti. Oggi la Nokia è di proprietà di Microsoft, la divisione si chiamerà Microsoft Mobile e lo storico marchio di telefonini finlandese rimarrà un ricordo.

Grandi brand dell'hi-tech nel tempo sono spariti dalla circolazione, a seguito di acquisizioni, fusioni o fallimenti che hanno visto naufragare loghi e nomi ormai entrati nel immaginario quotidiano. Da Atari a Hotmail passando per Amiga e Compaq, illustri aziende dell'elettronica di consumo che sono state presenti nelle nostre vite per anni e che magari, pur sopravvivendo in altri ambiti, ora non ci sono più.

La storia dimostra che solo le aziende che hanno investito su prodotto e sono state capaci di vedere lontano e hanno adottato politiche orientate al cliente hanno avuto successo, mentre gli altri, con gamme non più attuali, ripiegate sui mercati domestici con azioni commerciali errate, annaspiano o non esistono più.

Davide Caropreso

E' lunga la lista di aziende, anche illustri, che non hanno compreso i cambiamenti e sono sparite.

La sparizione dal mercato di molte aziende, solitamente, ha una motivazione: il non essersi adeguati o non aver potuto adeguarsi ai cambiamenti, anche molto repentini, che hanno modificato il mercato nel suo insieme

British Leyland, Volga, Morris, Zaz, Iso Rivolta... persino alla Trabant ha fatto male respirare l'aria del "libero mercato" ed è sparita 2 anni dopo il crollo del muro di Berlino.

Si possono ricordare la DAF 33 con il cambio variomatic; la MG BGT; le Triumph Spitfire e TR7; l'Austin Healey; la AMC Eagle, il primo crossover, concepito da un marchio che aveva nel proprio DNA Studebaker, Packard, Hudson e 30.000 dipendenti, che Chrysler ha cancellato nel 1988 insieme a tutti i concessionari che la vendevano!

Mentre Alfa Romeo lanciava l'Alfetta con motori bialbero, Fiat proponeva la 124 Sport, Renault presentava la rivoluzionaria R5 e Volkswagen stupiva il mercato con la Golf GTI, guardando dentro agli autosaloni a fine anni '70, in pochi avrebbero scommesso sul successo di alcuni costruttori oggi molto ap-

di cambiare e sono scomparse dal mercato è lunghissimo. Si pensi al fallimento di due marchi mondiali che per anni hanno spadroneggiato il mercato: Polaroid e Kodak.

Kodak alla fine del 2011 già in bancarotta, Nel febbraio 2012, la Kodak cessa definitivamente la produzione di apparecchi fotografici per concentrarsi sulla fabbricazione di stampanti. Nello stesso anno, cessa anche la produzione dell'Ektachrome. In questo caso è il digitale che ha ucciso la Kodak, ma la dirigenza non si è accorta che il mercato stava cambiando velocissimamente e ha provato a fabbricare stampanti, ma era tardi.

Tutti noi abbiamo avuto un telefonino Nokia, era forse il marchio più distribuito ma nessuno della Nokia ha capito per tempo che lo smartphone avrebbe definitivamente ucciso il vecchio telefonino. Quando la Nokia a messo in produzione

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

Maggiori informazioni chiamare la segreteria Usarci-Sparci al 010 5954838

Le agenzie in società a responsabilità limitata

Solo svantaggi adottare questo tipo di società per l'agenzia

Accade che quando l'agenzia raggiunge certi livelli di fatturato provvigionale, qualche consulente, o non ben preparato sull'agenzia o interessato a spillare più soldi, prospettati di trasformare l'agenzia in Società a responsabilità limitata. Se qualche anno fa poteva avere un senso, perché si potevano ottenere dei vantaggi fiscali, oggi questi vantaggi non ci sono più e allora perché diventare Società a responsabilità limitata? Qualche agente, un po' megalomane, per dimostrare alle mandanti, ai clienti e ai colleghi e ai concorrenti, che lui ha raggiunto fatturati provvigionali di tutto rispetto, provvede alla trasformazione. E' stato chiesto a un collega che ha trasformato la sua agenzia in S.R.L., assumendone la carica di amministratore, le motivazioni che lo hanno spinto a questa decisione e quali sono i vantaggi che pensa di ottenere. La sua risposta è stata: "la responsabilità... non ho più responsabilità". Questa affermazione non è corretta perché solo i soci rispondono limitatamente alla quota del capitale versato, mentre gli amministratori non sono proprio esenti da responsabilità. Il principio della responsabilità limitata non ha, contrariamente a quanto generalmente si pensa, carattere assoluto. Vi sono casi, infatti, in cui gli amministratori rispondono dei debiti contratti dalla società (pur se a responsabilità limitata).

I creditori potranno rivalersi nei confronti dell'organo amministrati-

vo, per il danno causato da amministratori che abbiano agito con colpa o dolo in violazione dei doveri ad essi imposti. Nel caso in cui l'amministratore presenti infe-

$$\frac{\text{S. r. Non l.}}{\text{S. r. l.}} = \text{Non}$$

deli dichiarazioni dei redditi o bilanci societari irregolari, è evidente che l'amministratore risponderà con il proprio patrimonio personale, in solido con la società, per le conseguenze sanzionatorie a carico della stessa.

Ciò significa che gli amministratori che hanno presentato documenti fiscali, irregolari, per conto della società, causando accertamenti a carico della stessa, ne sono responsabili in solido e, in caso di inadempienza della società, ne risponderanno con il proprio patrimonio personale ai fini del pagamento delle somme dovute all'erario.

In caso di fallimento della società, il riconoscimento della responsabilità degli amministratori nei confronti dei creditori può essere intrapresa da parte del curatore del fallimento. Non si capisce quale tipo di responsabilità un agente di commercio possa evitare di avere.

Altra anomalia rispetto all'agenzia tradizionale è la situazione previdenziale dell'amministratore, non essendo un commerciante dovrà versare i contributi alla "gestione

separata INPS" e quindi avrà un trattamento pensionistico diverso, ma soprattutto ridotto rispetto al trattamento riservato all'agente. Chi ha sempre operato come agente, sia individualmente o come socio di società di persone, ed ha conseguentemente versato contributi all'Enasarco, con la trasformazione in S.r.l. non avrà più diritto di versare contributi sulla sua posizione presso l'Enasarco, quindi andrà a penalizzare la sua futura pensione. Per contro la Società a responsabilità limitata verserà all'Enasarco un contributo di solidarietà del 0,8% fino al 31 dicembre 2015 che verrà portato all'1% nel 2016 che non produce nessun beneficio agli amministratori. Nel caso la S.r.l. debba portare in giudizio una mandante, oltre ad avere come foro di competenza il foro in cui la mandante ha sede, sarà certa che il giudice non avrà un po' "benevolenza" verso il "lavoratore parasubordinato" ma considererà l'agenzia esattamente alla pari della mandante.

Alla luce di queste considerazioni appare chiaro che con la S.r.l. vi saranno solo svantaggi ed è fortemente sconsigliato, in linea di massima, adottare questa forma societaria per un'agenzia commerciale.

D. C.

Il futuro prevede pensioni sempre più basse

Si parla di età pensionabile dopo i 70 anni

Intervenendo al convegno *Pensioni e povertà oggi e domani*, il presidente dell'Inps **Tito Boeri** ha affermato che nel 2050, "nell'ipotesi di un tasso di crescita del pil dell'1%, molti dovranno lavorare anche fino a 75 anni". Non solo. Quando poi andranno in pensione, avranno prestazioni mediamente del 25% più basse. Il presidente dell'Inps continua a dipingere il futuro previdenziale degli italiani con tinte a dir poco fosche. *"Avremo problemi seri di adeguatezza, che non potrebbero che aumentare nel caso di una crescita economica minore - spiega - questo aprirà anche un problema molto serio di povertà per chi perderà il lavoro prima dei 70 anni. "Occorre tuttavia tenere conto, ha spiegato Boeri, del fatto che chi è in pensione attualmente sta ricevendo la pensione per un periodo molto più lungo rispetto a chi la riceverà in futuro".*

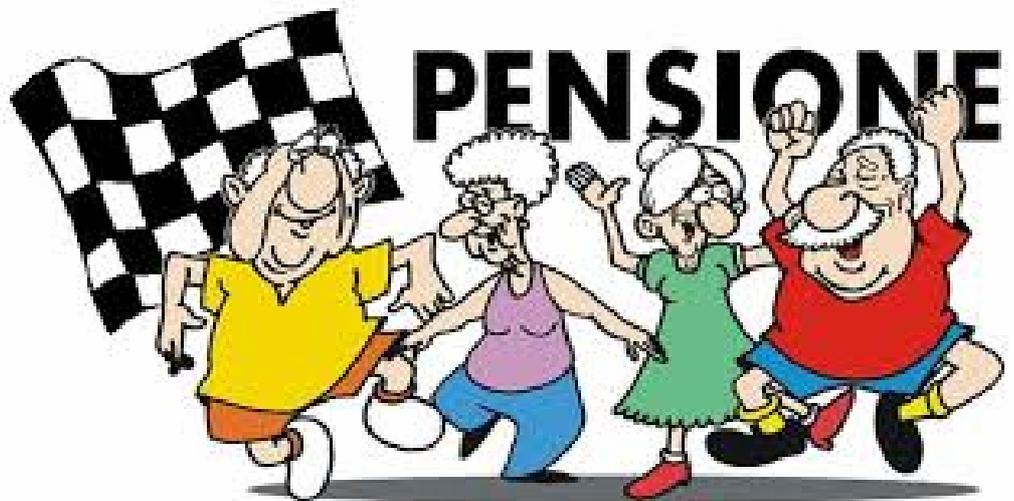
Aumenta la durata della vita e quindi si andrà in pensione più tardi. Questo è il paradigma che gli enti previdenziali devono adottare imposti dai vincoli di bilancio della "riforma Fornero". Come mai in breve tempo dalla pensione facile (in Italia abbiamo migliaia di baby pensionati) si è passati alla rincorsa della pensione? E' solo una questione di speranza di vita. Per fortuna, e soprattutto in Italia, l'aspettativa di vita totale, è oggi di 82 anni. Se andiamo indietro nel tempo e confrontiamo i dati della speranza di vita dalla nascita, nel periodo 1950-1955 ci accorgiamo, che dai 66 anni, abbiamo fatto un balzo di ben 16 anni in più. Poco è cambiato invece nei paesi meno sviluppati; negli anni 50 la vita media era di 40 anni, oggi ci sono paesi come la Nigeria dove l'aspettativa di vita non supera i 47 anni; in Mozambico supera di poco

i 40 e l'Angola ha 37 anni di speranza di vita media; in questi paesi il problema pensione non si pone. E' quindi l'aumento della vita media che ha costretto a spostare sempre più avanti l'età pensionabile degli italiani. Ho un amico, classe 1923 (92 anni), ex alto dirigente dello Stato che percepisce una ricca pen-

6 mesi di anzianità contributiva per gli uomini, e di 41 e 6 mesi per le donne.

I lavoratori dipendenti che oggi hanno 25-30 anni andranno in pensione intorno al 2050/55 con meno di quanto stanno guadagnando oggi.

L'Italia è uno dei Paesi più vecchi e longevi al mondo. Nel 2030 gli an-



sione da ben 32 anni avendone lavorati 34. E' evidente che se si percepisce la pensione per un periodo troppo lungo alle casse degli Enti di previdenza si produce un grosso impoverimento. Dal 1° gennaio 2016 per maturare il diritto alla pensione di vecchiaia, anche gli agenti di commercio dovranno avere qualche mese in più, rispetto a quanto avveniva l'anno prima. Le signore sono ancora più penalizzate perché, in proiezione, l'età della pensione dovrà uniformarsi a quella degli uomini.

Per avere diritto alla pensione di vecchiaia INPS, si dovrà avere una anzianità contributiva di almeno 20 anni, sia per gli uomini che per le donne e si dovrà aver compiuto i 66 e 3 mesi di età per gli uomini e 64 e 9 mesi di età per le donne. C'è ancora la possibilità di andare in pensione di anzianità con almeno 42 anni e

ziani over 65 anni supereranno il 27% della popolazione totale e questo dato in Liguria è già stato raggiunto.

Il sistema pensionistico dovrà confrontarsi con seri problemi di compatibilità ed equità. Se le riforme delle pensioni degli anni '90 hanno garantito la sostenibilità finanziaria a medio termine del sistema, oggi preoccupa il costo sociale della riduzione delle tutele per le generazioni future.

A fronte di un tasso di sostituzione del 72,7% calcolato per il 2010, nel 2040 i lavoratori dipendenti beneficeranno di una pensione pari a poco più del 60% dell'ultima retribuzione (andando in pensione, probabilmente tra i 68 e i 70 anni), mentre gli autonomi vedranno ridursi il tasso fino a meno del 40%.

C'è anche un problema di scarsa consapevolezza sociale. Sebbene il sistema di welfare sia inevitabilmente destinato a ridurre i livelli di copertura, soprattutto il sistema previdenziale, con il passaggio dal modello retributivo a quello contributivo, gli italiani non sembrano percepire il reale impatto che queste trasformazioni avranno sulla loro qualità della vita, e ancor meno sembrano attrezzati per affrontarlo.

Le tendenze demografiche e la situazione dei conti pubblici non consentiranno, in futuro, le attuali tutele previdenziali e non saranno più disponibili fondi per coprire i bisogni delle giovani generazioni. Sarà indispensabile un cambiamento nella ripartizione delle responsabilità tra intervento pubblico e oneri privati, familiari e individuali.

Già oggi, con il sistema retributivo la quota di pensionati che alla fine del mese riceve meno di 1.000 euro lordi è del 42,5%. Si tratta di 6,6 milioni di italiani che evidentemente, anche calcolando l'assegno previdenziale sulla base delle retribuzioni degli ultimi 10 anni di lavoro, come prevede il sistema per chi nel 1996 aveva già 18 anni di contributi all'attivo, non sono riusciti ad ottenere cifre più sostanziose per la vecchiaia.

Con il metodo contributivo introdotto dalle riforme Dini e Fornero, le cose non potranno che peggiorare

Considerato che il 46% degli italiani si colloca nella fascia di contribuenti fino a 15mila euro, che un altro 49% ha redditi compresi tra i 15 e i 50mila euro e che le entrate medie annue emerse dalla dichiarazione dei redditi 2014 si attestano a 20.070 euro (statistiche che comprendono ovviamente anche i pensionati), le simulazioni effettuate sui futuri trattamenti previdenziali di lavoratori con redditi compresi tra i 20 e i 30mila euro l'anno, danno

Il presidente dell'Inps dipinge il futuro previdenziale degli italiani con tinte a dir poco fosche. *"Avremo problemi seri di adeguatezza, che non potrebbero che aumentare nel caso di una crescita economica minore - spiega - questo aprirà anche un problema molto serio di povertà per chi perderà il lavoro prima dei 70 anni. "Occorre tuttavia tenere conto, ha spiegato Boreri, del fatto che chi è in pensione attualmente sta ricevendo la pensione per un periodo molto più lungo rispetto a chi la riceverà in futuro".*

risultati certamente non incoraggianti e dimostrano, che senza una previdenza integrativa tra qualche decennio l'Italia sarà popolata da un esercito di anziani che dovrà tirare avanti con pochi euro in più della pensione sociale.

Lo scenario si fa ben più cupo per i lavoratori autonomi che hanno un' aliquota contributiva (sarà a regime nel 2019) del 24% della retribuzione interamente a loro carico, rispetto al 33% versato dai dipendenti (il 23,8% è pagato dal datore di lavoro). Con un reddito di 30mila euro e 40 anni di contributi il lavoratore autonomo, che con il retributivo avrebbe preso 24mila euro annui di pensione, riceverà invece un assegno mensile di 1.245 euro lordi (16.197 euro annui). Con 25mila euro il trattamento scende a 1.038 euro (13.497) e con 20mila euro il lavoratore autonomo entra nel club dei 6,6 milioni di italiani,

con 830 euro lordi al mese di pensione (10.798 euro all'anno). È evidente che si prospettano tempi duri e che sarà necessario prevedere il proprio futuro previdenziale con azioni anche a carattere individuale.

D. C.

Gli anni '50

Gli anni del "miracolo economico"

In occasione del 70° dalla fondazione del sindacato Sparci, abbiamo incominciato a raccontare, in varie puntate, un po' della storia italiana, da 1945 ad oggi anche con l'ottica dell'agente di commercio. Questo è il secondo 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.

Come per molta parte del mondo occidentale, anche per l'Italia gli anni '50 furono caratterizzati da profonde trasformazioni sia di ordine sociale, economico e culturale, che tuttavia non cancellarono i gravi e radicati squilibri accusati fin dal dopoguerra.

L'appartenenza all'alleanza atlantica e l'egemonia della Democrazia Cristiana costituirono la base da cui prese piede il decollo economico italiano. Il settore più interessato fu quello industriale (specie l'industria meccanica, elettromeccanica e siderurgica), mentre l'agricoltura perdeva progressivamente il peso che portò l'Italia degli anni '30 a caratterizzarsi come Paese

essenzialmente agricolo-industriale. Gli imprenditori poterono avvalersi di una grande disponibilità di manodopera a basso costo, e, conseguentemente, la produzione poté essere indirizzata verso i mercati esteri. La gran parte di questa forza-lavoro proveniva dal Sud del Paese: il Nord-Italia era meta ambita dell'emigrazione meridionale. Simbolo del benessere che cominciava a diffondersi fra i ceti medi della popolazione divennero, dalla seconda metà degli anni cinquanta, le automobili, gli elettrodomestici, e un po'

più tardi, il turismo di massa.

Questi risultati raggiunti dall'economia italiana fecero subito parlare di «miracolo economico», anche se non mancarono i costi sociali: l'agricoltura, non fu in grado di sostenere i bisogni di generi alimentari necessari (quali grano, carne e burro), col risultato che l'Italia si trovò a dover dipendere dalle importazioni straniere; il fenomeno dell'emigra-

seguentemente, aumentati anche i lavoratori occupati.

Fu così che assumere un nuovo lavoratore cominciò a voler dire pagargli un salario più alto, e questo, a sua volta, significò, inesorabilmente, essere costretti ad aumentare il costo del prodotto finito. I prodotti italiani divennero, via via, sempre meno competitivi, fino a che il vantaggio dell'industria italiana rispetto a quel-

la dei Paesi industriali più avanzati andò progressivamente scomparendo.

Le contraddizioni indotte nella società italiana dal modello di sviluppo del dopoguerra, si scaricarono sul sistema politico ed anche all'interno dei partiti.

Già nel 1953 lo schieramento conservatore, guidato dalla Democrazia Cristiana, perse alle elezioni la maggioranza assoluta, se-

gno questo che il centrismo non era più in grado di esprimere e di rappresentare, sul piano politico, i processi di trasformazione che attraversavano la società italiana.

Fu così che all'interno della Dc si imposero le forze riformiste, ora guidate da Aldo Moro. Aprendo politicamente alla sinistra, in particolare modo al PSI, furono abbandonati i tradizionali alleati moderati, cioè il PLI e le componenti più conservatrici dello schieramento parlamentare.



zione dal Sud verso il Nord del Paese portò al progressivo spopolamento delle regioni del Mezzogiorno, acuendo ancor di più la cosiddetta «questione meridionale», tanto da far parlare di due Italie: quella industriale e benestante del Nord e quella povera ed agricola del Sud.

Il modello di sviluppo che aveva prodotto il «miracolo economico», verso la fine degli anni '50 volgeva al termine; con l'aumento del numero delle industrie, tale da consentire la produzione delle quantità richieste dal mercato di beni, erano, con-



Sul versante estero, nel 1951 l'Italia aderì al Trattato di Parigi che istituiva la CECA (Comunità europea del carbone e dell'acciaio), il primo embrione di un'organizza-



zione europea. Nel 1955 venne ammessa alle Nazioni Unite.

Il 1958 vedrà infine la nascita della Comunità Economica Europea, il primo passo verso la realizzazione dell'Unione Europea.

Tra gli altri atti di rilievo della stagione centrista ci fu l'attuazione di un riassetto fiscale operato dal ministro delle Finanze Ezio Vanoni, con una prima revisione sistematica dell'ordinamento tributario attuata nel 1951.

Il ministro delle Finanze Ezio Vanoni, promotore della riforma che prese il suo nome, approntò un sistema di tassazione più moderno ed equo. Le principali innovazioni consistettero nel dare attuazione all'obbligo di dichiarazione annuale dei redditi (già esistente ma sempre disatteso) estendendolo a tutti i contribuenti, sia lavoratori dipendenti che autonomi, e nella riduzione delle aliquote, nonché nell'introduzione di una nuova imposta su società e obbligazioni e l'istituzione della Cassa del Mezzogiorno per finanziare iniziative industriali tese allo sviluppo economico del meridione d'Italia e colmare il divario con le regioni settentrionali.

Furono così poste le premesse per quello che, alla fine degli anni cinquanta, diventerà un vero e proprio boom economico

La produzione industriale accelerò e comparvero i primi segnali del

consumismo; iniziò la produzione su larga scala dei primi motorscooter come Vespa e Lambretta.

Nel 1954 cominceranno le prime trasmissioni televisive della RAI, che portarono a un incremento vertiginoso della vendita di televisori. Gli agenti di commercio, che in quel periodo rappresentavano aziende produttrici di televisori, ebbero un periodo felice!

Nel 1954 si vendettero 170.000 apparecchi, 350.000 l'anno successivo. Il prezzo di un apparecchio oscillava tra 160 mila lire (il costo di una moto) e 1 milione e 300 mila lire, in un Paese in cui il reddito medio pro capite annuo era di 258 mila lire. Il primo canone di abbonamento venne fissato a 1-2.550 lire, ed era allora il più alto d'Europa. Le previsioni di sviluppo di questo mezzo, secondo il parere di quasi tutti gli esperti, erano molto scarse.

Cinque anni dopo, nel 1959, la tv era seguita stabilmente da oltre 20 milioni di persone, circa un milione di apparecchi in case private.

Se nel 1954, anno in cui si ha il picco negli acquisti di frigoriferi marca Fiat, per comperare un frigo erano necessari sei mesi di lavoro, oggi bastano sei giorni. Eppure molto è cambiato da allora in termini di evoluzione tecnologica ma anche di efficienza sotto il profilo energetico. È il frigorifero, l'elettrodomestico che è cresciuto di pari passo con l'Italia alle soglie del boom economico.

Se da un lato stava nascendo una nuova borghesia benestante, nel paese permanevano ancora delle sacche di povertà, dovute al fatto che i salari dei lavoratori crescevano più lentamente rispetto ai ritmi della produzione industriale. Nel novembre 1951 ci fu poi una terribile alluvione nel Polesine che causò 84 morti e rivelò la penuria di mezzi adeguati di contrasto delle catastrofi naturali. La crescita economica peraltro non fu senza sacrifici: il disastro di Marcinelle in una miniera del Belgio nel 1956

mise in luce che l'Italia aveva ceduto ai belgi 50 000 minatori in cambio del carbone di cui aveva bisogno. Un altro provvedimento fu una nuova legge elettorale, ribattezzata dagli oppositori "legge truffa", che prevedeva un premio di maggioranza al partito (la DC nelle intenzioni) che avesse superato la soglia del 50% dei voti. Questa legge non avrebbe danneggiato tanto le sinistre, che mantenevano ampi consensi elettorali nel paese, ma proprio le destre che avrebbero visto esclusi o ridotti i propri rappresentanti al Parlamento.

Nella campagna elettorale del 1953, che vide un ampio ricorso alla satira, i democristiani vennero dipinti dai comunisti come



un pericolo per la democrazia e come gente corrotta; i comunisti invece come trinariciuti e mangiatori di bambini. La contrapposizione tra DC e PCI si rifletterà nei film con Don Camillo e Peppone. Alle elezioni, per un soffio la DC non ottenne la maggioranza assoluta dei voti, e il meccanismo della "legge truffa" non scattò; ci furono peraltro accuse di brogli e irregolarità rivolte agli scrutatori di fede comunista. Si trattò comunque di una sconfitta per la DC che determinò la fine dell'esperienza politica di De Gasperi.



A nuovi scenari che consentissero ad esempio un'apertura ai socialisti guarderà sempre più con favore il nuovo presidente della Repubblica Giovanni Gronchi, esponente della sinistra democristiana, e amico dell'imprenditore Enrico Mattei, presidente dell'Agip, una delle personalità più rilevanti e potenti del panorama post-bellico italiano, di cui appoggiava le iniziative spregiudicate. Fra i primi a intuire l'importanza del petrolio per lo sviluppo dell'Italia, Mattei osteggiò il predominio delle cosiddette sette sorelle in campo petrolifero, e portò avanti una visione neoatlantista che coinvolgesse il Mediterraneo nelle politiche di cooperazione tra Europa e Stati Uniti. Avviò la costruzione di una rete di gasdotti per lo sfruttamento del metano, aprì all'energia nucleare, e negoziò rilevanti

concessioni petrolifere in Medio Oriente e con l'Unione Sovietica. Nel 1954 fu firmato il Memorandum di Londra con il quale il Territorio libero di Trieste veniva suddiviso in due zone, una assegnata all'Italia con il ritorno di Trieste alla madrepatria, ed una alla Jugoslavia, la parte settentrionale dell'Istria.

Con l'uscita di scena di De Gasperi, il vuoto lasciato nella dirigenza della DC fu progressivamente riempito da due nuove personalità, Amintore Fanfani e Aldo Moro. Già nel 1956 Fanfani, uomo dal piglio risoluto, ritenne maturi i tempi per un'alleanza col PSI, ora che questo partito sotto la spinta degli autonomisti, si era deciso a rompere i legami col PCI, contestandone la sottomissione al regime comunista sovietico, soprat-

tutto in occasione della repressione della rivoluzione ungherese del 1956. Pur avviandosi così verso una nuova fase, nel PSI restavano tuttavia forti le resistenze nei confronti di una possibile alleanza con la DC.

Le elezioni del 1958 segnarono il successo del centro-sinistra. Il nuovo governo, era orientato su tematiche care alla sinistra, come una politica estera filo-araba o l'appoggio all'ENI fondato da Enrico Mattei. Venne anche varato il nuovo codice della strada per far fronte al grave incremento degli incidenti automobilistici, dovuto alla motorizzazione di massa nel periodo in cui stava esplodendo il cosiddetto boom economico.

Economia reale

La verità sulla situazione (critica) italiana

I dati che non vengono diffusi

Il nostro Paese, sta vivendo un dramma; dal 2008 ad oggi, sono fallite 60-mila imprese. Lo sostiene Cerved Group, l'azienda che valuta la struttura economico-finanziaria e l'affidabilità delle aziende. Il dato fa riferimento alle sole dichiarazioni di fallimento, che riguardano le imprese con certe dimensioni rispetto al volume di debiti accumulati, all'attivo patrimoniale o ai ricavi realizzati nei tre anni precedenti alla procedura. A queste si affiancano 10-mila imprese che prendono accordi con i debitori per il parziale rimborso del debito o avviano altre procedure d'insolvenza diverse dai fallimenti. Le liquidazioni volontarie, invece, sarebbero 463 mila. È questo infatti il dato che conta, 533mila imprese morte in cinque anni.

Dallo studio emergono due dati preoccupanti. Il primo è che, dopo la comprensibile ondata di chiusure, all'inizio della crisi, i numeri hanno continuato a crescere, dimostrando che la recessione non è conclusa. Un altro studio, della Camera di Commercio di Monza su dati Registro Imprese, stima 6.500 nuo-

ve procedure fallimentari nel primo semestre del 2014, con un aumento del +5,9% rispetto all'anno precedente. La crisi colpirebbe, in più della metà dei casi, aziende più giovani, nate tra il 2000 e il 2009; sarebbero però in aumento anche gli effetti su realtà con oltre 50 anni di attività alle spalle: dal 2010 al 2014 avrebbe chiuso una azienda storica su 4, contro l'uno su 5 degli anni precedenti.

Il secondo dato inquietante riguarda le cause della mortalità aziendale. Secondo il Cerved, se nella prima parte della recessione (2009-2010) le imprese chiudevano per la mancanza di ordini, adesso è soprattutto per i crediti inesigibili e per la restrizione del credito. Sulla questione la Cgia di Mestre, che riunisce artigiani e piccole imprese, sottolinea in particolare il ruolo del debito della Pubblica amministrazione nei confronti delle imprese. È verosimile ritenere che ammontino a circa 120 miliardi di euro: anche se per la nuova legge, la Pubblica Amministrazione italiana dovrebbe pagare i propri fornitori con un po' più di celerità.



Il Cerved segnala poi un altro fenomeno in aumento dal 2013: quello delle liquidazioni di aziende col bilancio in attivo. La colpa sarebbe delle basse aspettative di profitto, ma lo studio non chiarisce se queste società chiudano in Italia per aprire all'estero oppure se semplicemente escano dal mercato. Non esistono dati aggiornati a cura dell'Istat, quindi si può solo fare una stima con quelli privati, come quelli di Cerved. È quindi possibile che i valori totali, quelle 533mila liquidazioni da oggi, possano essere ancora maggiori. La carenza di ordini, una burocrazia tanto pesante quanto vincolante, un fisco eccessivo, un assetto normativo che, invece di aiutare le imprese, le penalizza, un credit crunch sempre più spinto, sono queste le ragioni che stanno spingendo gli imprenditori italiani ad alzare bandiera bianca e gli agenti di commercio si trovano tra l'incudine della clientela che ha sempre più difficoltà e il martello delle mandanti che se non chiudono, chiedono i miracoli.

D. C.

Il concetto di zona

Le variazioni unilaterali operate dalle mandanti

Il concetto di “zona” si desume dal dettato dell’art. 1742 Cod. Civ., con cui la predetta norma stabilisce che: “con il contratto di agenzia una parte assume stabilmente l’incarico di promuovere, per conto dell’altra, la conclusione di contratti in una zona determinata”.

In particolare si intende per *zona*, l’ambito territoriale entro il quale l’agente deve e può operare. Tale determinazione costituisce un elemento essenziale del contratto, tanto più che la citata norma impone che la zona assegnata all’agente debba essere determinata con precisione nella sua estensione territoriale.

Addirittura, in assenza di una esatta indicazione della zona, la giurisprudenza (anche di Cassazione) si è pronunciata ravvisando la nullità del contratto di agenzia che difetti di un tale presupposto definito “essenziale”.

Ma l’aspetto che più di ogni altro interessa gli agenti ed influisce sulla vita (lavorativa) degli stessi e sui rapporti con le mandanti, riguarda le variazioni unilaterali di zona, (ma anche di clientela e prodotti), che le aziende molto spesso mettono in atto in totale sfregio delle pattuizioni contrattuali.

In assenza di uno specifico richiamo normativo, si è portati a ritenere che le modifiche unilaterali al contratto non siano ammesse e che, pertanto, sia necessario che le stesse debbano essere concordate tra le parti.

A tal fine è opportuno che ogni agente sia sempre molto attento a verificare (ed ovviamente a contestare per iscritto) le eventuali modifiche (peggiorative) del contratto, con cui vengono, ad esempio, esclusi clienti, diminuita la zona, etc.

Occorre in tal senso ricordare come la Corte di Cassazione, in una pronuncia di qualche tempo fa, abbia stabilito che la volontà tacita di rinunciare ad un diritto può desumersi soltanto dall’espressa volontà di una delle parti a non voler esercitare il diritto stesso.

In sostanza, come detto, in presenza

di una variazione che si ritenga essere peggiorativa delle clausole contrattuali, occorre subito rivolgersi al proprio sindacato per contestare il comportamento della mandante manifestando, quindi, la propria intenzione a far valere i propri diritti.

Dette situazioni sono state regolate dall’art. 2 degli A.E.C. che, in verità, ha introdotto norme che lo scrivente ritiene altamente penalizzanti per gli agenti, dal momento che le stesse consentono alle ditte Preponenti di “limare” per non dire “erodere” il contenuto economico del contratto (attraverso unilaterali modifiche di zona, clientela e fatturato) a proprio vantaggio.

In particolare l’art. 2 dell’AEC Settore industria (ma analoga norma è prevista dagli AEC Settore Commercio) stabilisce che: “Le variazioni di zona (territorio, clientela, prodotti) e della misura delle provvigioni, esclusi i casi di lieve entità (intendendosi per lieve entità le riduzioni, che incidano fino al cinque per cento del valore delle provvigioni di competenza dell’agente o rappresentante nell’anno civile precedente la variazione, ovvero nei dodici mesi antecedenti la variazione, qualora l’anno precedente non sia stato lavorato per intero), possono essere realizzate previa comunicazione scritta all’agente o al rappresentante da darsi almeno due mesi prima (ovvero quattro mesi prima per gli agenti e rappresentanti impegnati ad esercitare la propria attività esclusivamente per una sola ditta), salvo accordo scritto tra le parti per una diversa decorrenza.

Qualora queste variazioni siano di entità tale da modificare sensibilmente il contenuto economico del rapporto (intendendosi per variazione sensibile le riduzioni superiori al quindici (gli AEC prevedono invece in questo caso il 20%, n.d.r.) per cento del valore delle provvigioni di competenza dell’agente nell’anno civile precedente la variazione, ovvero nei dodici mesi antecedenti la variazione, qualora l’anno precedente non sia stato lavorato per intero), il preavviso



scritto non potrà essere inferiore a quello previsto per la risoluzione del rapporto.

Qualora l’agente o rappresentante comunichi, entro trenta giorni, di non accettare le variazioni che modifichino sensibilmente il contenuto economico del rapporto, la comunicazione del preponente costituirà preavviso per la cessazione del rapporto di agenzia o rappresentanza, ad iniziativa della casa mandante.

L’insieme delle variazioni di lieve entità apportate in un periodo di dodici mesi sarà da considerarsi come unica variazione, per l’applicazione del presente articolo 2, sia ai fini della richiesta del preavviso di due o quattro mesi, sia ai fini della possibilità di intendere il rapporto cessato ad iniziativa della casa mandante”.

Basta una semplice lettura del predetto articolo per rendersi conto della potenziale pericolosità di un’applicazione costante della norma citata.

A tutela degli agenti rimane, in questo ambito, il principio generale di “correttezza e buona fede” nell’esecuzione del contratto.

Sulla base di siffatto principio sono portato a ritenere che una condotta reiterata e palesemente emulativa da parte di una mandante, che ponga in essere una costante opera di riduzione del contenuto economico del contratto, possa essere soggetta ad azione di responsabilità contrattuale, ovviamente da valutarsi caso per caso.

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

Eurispes, Rapporto Italia 2015

Italiani sempre più poveri, euroscettici e sfiduciati per il futuro

Il Rapporto Eurispes 2015 mostra un mal d'Italia ancora grave e fortemente diffuso, effetto di una crisi economica e finanziaria che morde ormai da molti anni. Lo Stivale purtroppo continua a essere zavorrato e il tanto atteso decollo dell'economia e degli occupati cozza contro un muro di scetticismo. Quasi metà degli italiani non riesce ad arrivare alla fine del mese, il 70% degli italiani ha visto ridursi il potere d'acquisto e taglia su tutto, dai regali ai viaggi, quasi metà degli italiani non è contrario a trasferirsi all'estero, quattro italiani su dieci uscirebbe dall'euro. E mentre la crisi pesa, spiega Gian Maria Fara, presidente di Eurispes, "lo Stato sopravvive nutrendosi dei propri cittadini e delle proprie imprese, cioè della società che lo esprime. Con evidente miopia: che cosa accadrà quando non ci sarà più nulla di cui nutrirsi?".

"Mentre l'economia va a rotoli e la società vive un pericoloso processo di disarticolazione - ha aggiunto Fara - assistiamo al trionfo di un apparato burocratico onnipotente e pervasivo, in grado di controllare ogni momento e ogni passaggio della nostra vita". Da qui l'allontanamento dalle istituzioni dei cittadini italiani, che prosegue 'indisturbato' da anni. Colpa anche della burocrazia, attacca Fara: "con l'incredibile incremento della produzione legislativa necessaria a regolare la nuova complessità sociale ed economica, la burocrazia da esecutore si è trasformata prima in attore, poi in protagonista, poi ancora in casta e, infine, in vero e proprio potere al pari, se non al di sopra, di quello politico, economico, giudiziario, legislativo, esecutivo, dell'informazione". La cartella clinica del paziente Italia "è piena zeppa di diagnosi gravi", avverte l'Eurispes. Le principali continuano a essere la disoccupazione, che indietreggiando ha rafforzato il plottone

degli euroscettici, intaccando inevitabilmente anche la credibilità della politica.

Il 47% degli italiani non riesce ad arrivare a fine mese con le proprie entrate. La percentuale è aumentata di 16,4 punti rispetto al 2014. Solo il 44,2% degli intervistati riesce ad arrivare a fine mese senza grandi difficoltà. Registra ancora un calo il potere d'acquisto degli italiani. L'indagine Eurispes rileva che il 71,5% degli italiani hanno visto nell'ultimo anno diminuire nettamente o in parte il proprio potere d'acquisto, un dato in linea con quanto rilevato nel 2014 (70%). Dall'inchiesta emerge che l'82,1% dei cittadini ha ridotto le risorse per i regali, l'80,8% ha tagliato sui pasti fuori casa, il 74,7% ha tagliato le spese per viaggi e vacanze, l'80,1% ha ridotto quelle per articoli tecnologici (+8,5%). Aumentano, ad esempio, le rateizzazioni per far fronte alle spese mediche: nel 2014 il 46,7% degli intervistati ricorre alle rate per pagare cure mediche, si tratta di un incremento di 24,3 punti percentuali rispetto al 2013. Si pagano a rate anche automobili (62,4%), elettrodomestici (60,4%), computer e telefonini (50,3%). Cresce il fenomeno dell'usura: sarebbero 40 mila gli usurari in attività, soprattutto al Nord Italia. Vittime soprattutto i commercianti, ma non solo.

Il 40,1% degli italiani pensano che sarebbe meglio uscire dall'euro: il Rapporto Eurispes 2015 segnala che a inizio 2014 la quota di delusi dalla moneta unica si attestava al 25,7%. Il 55,5% degli euroscettici è convinto che l'Italia debba uscire dall'euro perché sarebbe la moneta unica il motivo principale dell'indebolimento della nostra economia. Inoltre, per il 22,7% l'euro avrebbe avvantaggiato soltanto i paesi più ricchi. I meno convinti sulla moneta unica sono soprattutto i lavoratori atipici (47,5%), vale a dire, segnala l'Euri-



spes, "quelle categorie più indebolite dalla crisi economica e dall'instabilità del mercato del lavoro". Gli occupati con contratto a tempo determinato si dividono invece in due fasce quantitativamente simili, con un 47,4% di favorevoli e un 42,1% di contrari. E' in crescita il numero di coloro che non si sentono in grado di dare garanzie alla propria famiglia con il proprio lavoro (64,7%). Per l'Eurispes, il 28% di chi lavora deve ricorrere all'aiuto di genitori e parenti. Inoltre, secondo l'indagine, riuscire a risparmiare qualcosa in futuro è un miraggio per 8 italiani su 10. Per il 38,5% "certamente no", per il 41,2% "probabilmente no". Il 57,7% dei lavoratori non è per nulla ottimista sulle possibilità che la propria situazione lavorativa permetta di fare progetti per il futuro. Il dato tuttavia è leggermente migliore del 63,4% registrato dalla precedente inchiesta. Inoltre, il 57% dice di non riuscire a fronteggiare spese importanti, anche qui tuttavia si registra un lieve miglioramento rispetto al precedente 66,1% del 2014.

Il 45,4% degli italiani si trasferirebbe all'estero se ci fossero le condizioni. La percentuale, soprattutto a causa della crisi economica e delle difficoltà per chi cerca lavoro in Italia, è cresciuta di quasi otto punti dal 2006. "I dati appaiono come una conferma del fatto che oggi le condizioni di vita nel nostro Paese sono più difficili che in passato per molti cittadini al punto da indurre una parte di loro a valutare l'opportunità di trasferirsi".

Fonte: Eurispes

Ma i clienti sanno che tu ci sei?

Domandati se i tuoi clienti sanno di te: se sei conosciuto, se sei attrattivo, se sei unico e distinguibile

L'acquisizione di clienti nuovi, non è una attività occasionale, né un incontro fortuito e nemmeno un lamento perpetuo: è un lavoro che va fatto sempre! Il cliente nuovo acquisito oggi è frutto del lavoro di ieri! Quindi, non lamentarti che oggi: "non ho fatto clienti nuovi". Domandati piuttosto che cosa hai fatto ieri e studia oggi, il miglior modo per farli domani. Altro che crisi del mercato: è la crisi del tuo cervello! Domandati se i tuoi clienti sanno di te: se sei conosciuto, se sei attrattivo, se sei unico e distinguibile! Non dirmi di sì: tanto non ci credo. Non leggeresti questo mio scritto con questa intensità. Dunque, da dove cominciamo? Innanzitutto pensa con strategia e non con il lamento. Muoviti anticipatamente, invece di giustificarti con l'attuale "tanto non comperano", che non hai bisogno di acquisire nuovi clienti perché tanto ci pensa la Mandante con il suo cosiddetto "marketing". Detto questo, che cosa occorre che tu faccia? **Smettila di cercare i clienti!** Piuttosto fai in modo che siano loro a trovarti! Ricorda: "l'odore" di questo tuo bisogno ti cercarli, si sente lontano un miglio "Cambia! Per fare questo, ti propongo due strade: **alla maniera "vecchia" - ma in modo nuovo - e in una maniera "nuova" ma differente dalla vecchia.** In entrambi i casi, stabilisci sempre il profilo dei tuoi clienti potenziali. Pensa ed agisci sempre orientandoti ai clienti. Loro non cercano un prodotto, né la sua qualità. A loro interessa l'utilità che gliene deriva. **L'utilità è più forte della qualità.** Detto questo, una via è sempre quella alla "vecchia maniera". Ma in modo nuovo: con coraggio e non "per favore mi apra!" Ferma la macchina: scendi e vacci di persona. Senza appuntamento? Sì: fregatene, se non hai l'appuntamento. Suona e risuona. Abbi fiducia e presentati come se tu fossi il "Presidente della Repubblica". Io faccio così! Il cartello è spaventevole "I signori rappresentati si ricevono solo di martedì. Dalle 9.00 alle 10.00". Piove e l'ombrello si appiccica al cancello e costringe la vista

verso il basso. Suono. E la voce arriva sempre dopo lunghi tempi di attesa. Poi il fatidico "Siii ?" Allora dico "COMINETTI! " Sì! Cominetti e basta: come se lo conoscessi, come se fossi conosciuto, come se fossi il Presidente della Repubblica. Riprovo e ripeto il mio unico e distinguibile biglietto da visita: il mio nome!!! Altro che "... *rappresento la ditta ...*" Sii te stesso! Poi scatta il click della serratura. Il Giampi di Novara - un agente amico - sbaglia sempre strada. Gli dico "... *ma non vedi che gli uffici sono dall'altra parte e qui si va in fabbrica?*" "... *E allora?*" - mi risponde - *Se sbaglio mi fermano. Io chiedo sempre scusa. Ma nel frattempo ho già visto tutto quello che mi serve*". Coraggio. Altro modo alla "vecchia" maniera: **i tuoi clienti sono i tuoi agenti.** Chiedi a chi già ti conosce, di farti conoscere a chi tu non sei ancora conosciuto. Li conosce già lui!!! Che te ne fai della soddisfazione del cliente se loro non fanno nulla per te? Che te ne fai della "fidelizzazione" se poi loro non parlano di te agli altri? Sulle targhe delle Mandanti c'è sempre scritto "*orientati ai clienti*". Ma in che film, se ora i clienti guardano altrove?! Tu dici "*Ma già lo fanno: i clienti già parlano di me ad altri*". Certo e proprio per questo, tu faglielo fare ancora di più. Non aspettare però che siano loro a farlo autonomamente: chiediglielo tu ancor prima che siano loro a farlo per te! Chiedi e scoprirai i miracoli. **Altro modo nuovo: fai girare i Bit.** Butta via il tuo sito web. Così come è configurato - in questo contesto di mercato - non serve a nulla! "*Cassettoni da morto*" Sfrutta le possibilità del networking. Crea velocemente un intreccio di relazioni all'interno e all'esterno del tuo settore attraverso un uso non convenzionale del web! Questo ti consente di allacciare - in modo creativo - contatti con semplicità, rapidità e a costo zero! Non importa quanti indirizzi hai nel tuo data base; piuttosto, quel che conta è in quanti file di altri decision maker sei presente! Non la Mandante: tu! In questo modo i potenziali clienti sanno

che tu ci sei, con i tuoi valori e con la tua capacità di offerta: non con quella della Mandante!. Sfrutta le possibilità offerte dalla tecnologia: siamo in una guerra di informazioni e di immagini! Usa le armi persuasive di una comunicazione web in modo differente, accattivante, esclusiva, intrigante, avvincente e a costo ZERO!!!! Fallo in modo diverso da come lo fanno gli altri: guardate quante "casse da morto" girano nel web! Tutti siti che dicono tutti la stessa cosa. Fatti e rifatti, tutti allo stesso modo. Tu cambia: fallo in un modo **TDA: Totalmente Diverso dagli Altri.** Fai parlare il tuo web, movimenta immagini, problemi/prodotti, risultati, clienti che dicono e che parlano di te. Fai girare immagini di utilità in cui hai risolto i problemi e piantala di far vedere i prodotti! I prodotti sono della Mandante: l'intelligenza creativa è tua! **VSW: Visual Sales Web!**

Offri opportunità piuttosto che lo "spiegozzo" dei prodotti. Piantala di pubblicizzare le Mandanti: parla di te e della tua unicità nel saper offrire opportunità totalmente differenti. Investi a costo ZERO una comunicazione web, persuasiva e capace di svegliare il tuo interlocutore. **Suggerimento per il futuro.** Chi vincerà la sfida: chi andrà avanti al solito modo o chi più velocemente cambierà? Fare clienti nuovi è stato il vantaggio di ognuno di noi nella sua zona: non perdiamo questa abitudine in un momento difficile. Il web viaggia alla velocità della luce: e tu a che velocità vai nel farti trovare? Per questo, non agire da solo pensando di saperlo già fare: fatti aiutare! Qui ci vogliono persone che sanno come lavora un agente di commercio e di cosa ha bisogno lui e i suoi clienti potenziali! In **Usarci Genova** gli specialisti ci sono per rendere attrattiva la tua immagine, per farti cercare in modo **Totalmente Diverso dagli Altri.** Fuori dagli schemi il mercato c'è! Renditi visibile, sii attrattivo. Falli parlare di te e fatti trovare. Piantala di lamentarti! Con affetto alla categoria.

Eliano B. Cominetti

I SERVIZI CAAF **USARCI**

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

Contabilità

Ordinaria e semplificata;

Gestione

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

Rilevazioni delle ritenute secondo le competenze;

Dichiarazioni IVA

Dichiarazione dei redditi

Spesometro

Conteggio versamenti INPS

Conteggio IMU/TASI

Modello 770

Contenzioso tributario

Prima consulenza gratuita;

Gestione di tutti gli strumenti deflattivi del contenzioso tributario:

accertamento con adesione, Acquiescenza, Autotutela ecc.

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

Contenzioso in Commissione Tributaria Provinciale, Regionale e in Cassazione.

Consulenza Bancaria

Calcolo interessi