

Sparci Notizie

Agenti e Rappresentanti di Commercio



Si dice che gli agenti di commercio siano dei bugiardi, e nessuno di loro andrà in Paradiso. Molte volte per coprire la malefatte delle mandanti sono costretti a non dire tutta la verità, quindi sono bugie a fin di bene, e mentire a fin di bene non è “peccato”

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:
Massimo Pesare
Andrea Mortara
Mauro Spagnoli

Comitato di redazione direzione e amministrazione Pubblicità e informazioni:
P.zza Brignole 3/7 V° piano
16122 Genova

Orario segreteria:
Martedì, Mercoledì, Giovedì, Venerdì
e Sabato **dalle ore 10 alle 12**
Tel. 010-5954838
Fax. 010-5848095
e-mail: info@usarci-sparci.it
sito: www.usarci-sparci.it

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

SOMMARIO

- Pag. 3 (Editoriale) Nuovo Sparci Notizie
- Pag. 4 Estratto verbale Assemblea
- Pag. 6 Prossime scadenze fiscali
- Pag. 7 Skype con segreteria
Collegato Lavoro
- Pag. 8 Cosa pensano i clienti
- Pag. 9 La polemica
- Pag. 10 Tempi di conservazione documenti
- Pag. 11 Largo ai giovani
- Pag. 12 Il “Patto Portofino”



I servizi

Usarci-Sparci

Genova

Consulenza normativa - interpretazione e verifica mandati;

Assistenza e tutela – nelle controversie con le Case Mandanti;

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

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

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

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

Convenzioni – locali e nazionali con Banche, Gestori telefonici ed altre realtà commerciali e di servizi riservate agli associati.

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

Servizio di domiciliazione servizio volto a fornire agli associati una "segreteria" nell'ambito del Sindacato.

Corsi di formazione – di alfabetizzazione informatica, di gestione operativa e amministrativa dell'agenzia commerciale.

**E' SCADUTO IL TERMINE
PER IL PAGAMENTO DELLA
QUOTA ASSOCIATIVA 2011**

**E' ancora possibile
effettuarne il pagamento**

Come già comunicato, il Consiglio Direttivo ha dovuto appattare una modifica alla quota associativa per i rincari nei costi di gestione, ha mantenuto al minimo indispensabile l'aumento, pertanto i nuovi importi sono:

€150,00 per gli agenti operanti in forma individuale

€ 150,00 per l'amministratore delle Società più **€ 30,00** per ogni socio componente la società

La quota associativa per i pensionati è rimasta di **€ 50,00.**

E' possibile provvedere al saldo 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
061750141000000156
6880

***Il vecchio conto presso
della Banca Nazionale del
Lavoro è stato chiuso, si
prega effettuare bonifici
solo ed esclusivamente
presso la Banca Carige, su
indicata.***

La nuova versione di “Sparci Notizie”

è stato deciso di cambiare la veste di
“Sparci Notizie”

Questa pubblicazione è inviata per la prima volta e a Enti e Istituzioni che forse non conoscono bene la categoria degli agenti e rappresentanti di commercio. Per poter dialogare è importante che si sappia chi sono gli agenti di commercio e da chi sono rappresentati. Lo Sparci di Genova aderente alla Federazione Nazionale Usarci è una Associazione Sindacale che assiste e tutela gli agenti di commercio della Provincia di Genova dal 1945.

In Liguria gli agenti e rappresentanti di commercio, in attività sono oltre 10.000, la sola provincia di Genova ne conta circa 6.000. Una categoria che produce ricchezza e che contribuisce allo sviluppo dei consumi e quindi dell'economia del territorio.

E' una categoria di professionisti che sale in auto e percorre di media 200 Km. al giorno, molti dei quali percorsi nelle vie del capoluogo, perché la città di Genova rappresenta oltre il 50% del mercato ligure.

Che consuma 85.000/90.000 litri tra benzina e gasolio, al giorno, che acquista, sempre nella sola provincia di Genova, 2.300/2.500 auto nuove all'anno per un giro di affari che supera i 60.000.000 (sessanta milioni) di euro, che acquista computer, fax, stampanti, telefoni cellulari per oltre 2.000.000 (due milioni) di euro, all'anno; che fa affluire in zona personale delle mandanti che frequentano alberghi in Liguria per oltre 20.000 presenze all'anno, che consuma da 12-0.000 a 140.000 pasti fuori casa all'anno, che acquista polizze assicurative per circa 5 milioni

di euro all'anno e movimentata merci e servizi, nella sola provincia di Genova, per un totale tra i 3,5 e i 4 miliardi di euro all'anno.

Un categoria che abbassa la testa e lavora duramente 6 giorni la settimana non fa scioperi, magari mugugna, ma non chiede nulla.

Alcuni agenti di commercio non conoscevano lo Sparci Notizie e lo ricevono oggi per la prima volta. Gli associati Usarci-Sparci di Genova e molti altri agenti non associati, per almeno sei anni hanno ricevuto, l'ultima versione di questa pubblicazione, in formato cartaceo, d'ora in poi lo riceveranno in formato elettronico. Abbiamo considerato che l'allegato in PDF a una e-mail sarebbe stata la soluzione più idonea e così, il presente numero di “Sparci Notizie” è stato inoltrato, agli associati e a numerosissimi agenti di commercio non aderenti alla nostra associazione. Il perché di questa scelta è dettato da due considerazioni: per primo la possibilità di contattare il maggior numero possibile di agenti e rappresentanti di commercio per far conoscere la nostra associazione e i servizi che vengono erogati; per secondo ottenere un riduzione dei costi di stampa e spedizione riuscendo a prendere contatto con oltre 4.000 nominativi. Da trimestrale diventerà bimestrale con 12/14 pagine. La versione bimestrale in PDF permetterà ai lettori di ricevere un allegato leggero che potrà essere stampato e inserito in una cartella per una successiva e facile consultazione. Inoltre potranno essere



fornite notizie meno datate e avremo l'occasione di essere in contatto con gli agenti di commercio con maggior frequenza.

Il sito www.usarci-sparci.it, offre la possibilità anche di recuperare tutti i numeri più vecchi pubblicati dal 2006 ad oggi. Non abbiamo voluto creare un collegamento con il sito anche per agevolare chi ha poca dimestichezza con l'informatica. La limitatezza degli spazi ci costringerà ad essere più sintetici ma questo non limiterà la quantità né la qualità delle notizie. Ci scusiamo, soprattutto con molti agenti pensionati che non hanno la possibilità di ricevere la pubblicazione, perché non fruitori del computer. Sarà cura della segreteria stampare un certo numero di news e consegnarle di persona a chi non è in grado di consultarle sul PC.

Anche la grafica subisce una modifica e le nostre copertine, sempre molto apprezzate, dovranno essere più piccole ma conterranno sempre icone grafianti. Il comitato di redazione ed io siamo certi che le notizie che verranno diffuse, anche con questo nuovo strumento, saranno sempre un aiuto professionale a tutta la categoria degli agenti e rappresentanti di commercio.

Davide Caropreso
Presidente Usarci-Sparci-Genova

Estratto del Verbale Assemblea del 7 marzo 2011

presenti dirigenti della Fondazione Enasarco

Presso l'Hotel Marina Place di Genova Aeroporto si è tenuta l'assemblea ordinaria dei soci come deliberato dal Consiglio Direttivo dell'Usarci-Sparci, indetta con regolare avviso spedito "per posta prioritaria" e/o a mezzo e-mail a tutti i soci effettivi, in regola con le quote associative.

Alle ore 09,15 il presidente Davide Caropreso da il benvenuto ai partecipanti ed esamina la situazione contingente poco chiara soprattutto a livello internazionale. Afferma che quando l'incertezza e la poca chiarezza prevalgono è importante fare squadra. Affrontare momenti difficili in solitudine è sciagurato.

Ricorda che gli agenti di commercio sono imprenditori ma nella realtà sono dei parassubordinati, e moltissime volte sfruttati e mal pagati, per quello che fanno,

Bisogna di dire basta alle arroganze di certe mandati, ma questo difficilmente può essere fatto dal singolo è necessario essere uniti, dimentichiamo le divisioni, le invidie, le inimicizie da concorrenti, stringiamo accordi tra di noi per affrontare con determinazione quelle situazioni conflittuali con le mandanti, che con sempre maggior frequenza si stanno presentando. Il presidente ricorda che per essere più vicini ai colleghi che si rivolgono agli uffici dell'Usarci Sparci è stato redatto un regolamento interno che detta i criteri generali di organizzazione, dopo aver recepito lamentele e alcuni consigli, da parte di associati che hanno espresso considerazioni condivisibili.

Il presidente propone la nomina di Donatella Franchin a presidente e moderatore dell'assemblea, e Massimo Pesare segretario, l'assemblea approva all'unanimità.



Interviene il Tesoriere Angelo Mondini che riepiloga la situazione economica dell'associazione indicando come l'incasso delle quote, nell'insieme è in linea con quanto previsto, mentre è senz'altro un lusinghiero risultato, la crescita degli introiti da parte Caaf e consulenze in generale, che sono il motivo portante della nostra associazione. L'impegno profuso nel recupero delle quote arretrate ha portato all'incasso di una somma importante, tale azione era doverosa nel rispetto degli associati precisi e puntuali che da sempre vedono nella nostra associazione una precisa scelta di partecipazione. Sul fronte delle uscite l'affitto, il costo complessivo del dipendente, e la nostra pubblicazione sono le voci di maggiore entità. Il bilancio dell'anno 2010 si chiude con un disavanzo di 2.691,00 euro. Il patrimonio netto risulta essere al 31.12.2010 di € 9.558,00. Alla luce di quanto sopra il consiglio direttivo ha deliberato l'innalzamento della quota sociale per l'anno in corso a € 150,00, lasciando invariata la quota per i soci pensionati. Di

conseguenza il bilancio di previsione per l'anno 2011, se non interverranno nuove entrate, si prevede debba chiudere in passivo per circa 4.000,00 euro. L'Assemblea approva i bilanci all'unanimità.

Interviene l'avv. Paolo Lavagnino, riprendendo l'argomento già trattato nella scorsa assemblea, circa la guida in stato di ebbrezza, illustra l'evoluzione della normativa: il provvedimento del 29 luglio 2010 depenalizza il reato di prima fascia (tasso alcolemico rilevato da 0,50 a 0,80) viene ridotto da reato a procedimento amministrativo sanzionato comunque con sospensione della patente ed ammenda 500 euro oltre le visite periodiche alla commissione medica locale. Oltre il tasso di 0,80 resta il procedimento penale ma viene introdotta la possibilità di convertire la sanzione pecuniaria in lavoro di pubblica utilità con la proporzione 1 giorno = 250 euro. Nasce una discussione spontanea con la platea, particolarmente interessata all'argomento.





Interviene fuori programma l'Avv. Andrea Mortara commentando alcuni dei molti casi di successo ottenuti grazie all'utilizzo dello strumento del decreto ingiuntivo per obbligare le ditte mandanti non collaborative a fornire gli estratti conto e/o le fatture, necessarie per calcolare correttamente l'indennità di fine rapporto.

Alle ore 11,00 Arrivano gli ospiti più attesi,

Il Dott. Antonello Marzolla, Consigliere di Amministrazione della Fondazione ENASARCO e segretario Nazionale Usarci, ed Il Dott. Carlo Felice Maggi Direttore Generale della Fondazione ENASARCO.

Si crea immediatamente con l'assemblea un clima di cordialità ed il desiderio di conoscere scena e retroscena del "PROGETTO MERCURIO" il

piano di vendita di parte del patrimonio immobiliare attualmente posseduto dall'Ente, svia i relatori dalla trattazione degli argomenti all'ordine del giorno.

Il portafoglio immobiliare della Fondazione in vendita è quello acquistato nel periodo che va dal 1973 al 1997, ed ubicato prevalentemente in quartieri popolari. Esso risulta numericamente sproporzionato, oltre che scarsamente redditizio, essendo locato a condizioni derivanti da "equo canone". Basti pensare al rendimento annuo inferiore allo 0,9% contro un'aspettativa di mercato superiore al 4%. Tale realtà contrasta con la missione prima dell'ente, che impone agli amministratori l'obbligo di intraprendere tutte le attività necessarie per far fruttare e redistribuire sotto forma di pensioni e servizi i contributi versati dagli Agenti di Commercio.

Tutto lo spazio dedicato agli interventi è stato utilizzato per rispondere ad innumerevoli domande, sia di carattere tecnico, che "giornalistico", essendo tale argomento venuto recentemente alla ribalta dei media, colorato in termini impropri se non in certi casi scandalistici.

E' stata garantita dai responsabili dell'operazione, nostri graditi ospiti, l'assoluta trasparenza nei modi e nei fini di questa importante voce del bilancio del nostro ente.

Alle ore 12,30 viene chiusa l'Assemblea.

**Il Segretario
Massimo Pesare**



Le prossime scadenze fiscali

16 MAGGIO	Versamento bollettino INPS personale I rata 2011
16 MAGGIO	Versamento IVA 1° Trimestre (gennaio, febbraio, marzo)
16 GIUGNO	-Versamento Saldo/Aconto Tasse (IRPEF, IRAP) e Saldo/Aconto INPS -Versamento I rata ICI o dell' ICI in una sola rata annuale
2 LUGLIO	Presentazione Dichiarazione Unico tramite banca o ufficio postale
16 LUGLIO*	-Versamento saldo e acconto IRPEF + 0,4% -Versamento saldo e acconto IRAP + 0,4% -Versamento saldo conguaglio INPS (anno 2010) + 0,4% -Versamento acconto INPS (anno 2011) + 0,4%
16 LUGLIO	Versamento bollettino della Camera di Commercio + 0,4%
31 LUGLIO	Presentazione Dichiarazione Unico via telematica
16 AGOSTO	Versamento Bollettino INPS personale II rata 2011
16 AGOSTO	Versamento IVA 2° Trimestre (aprile, maggio, giugno)
16 NOVEMBRE	Versamento bollettino INPS personale III rata 2011
16 NOVEMBRE	Versamento IVA 3° Trimestre (luglio, agosto, settembre)
30 NOVEMBRE	-Versamento acconto IRPEF -Versamento acconto IRAP
16 DICEMBRE	Versamento II rata ICI
27 DICEMBRE	Versamento acconto IVA

* I versamenti di cui sopra continuano a poter essere effettuati entro il 30° giorno successivo ai termini previsti, maggiorando le somme da versare dello 0,40% a titolo di interesse corrispettivo.

Nel caso in cui i versamenti dell'IVA vengano eseguiti mensilmente, il 16 del mese si versa l'IVA relativa al mese precedente. Se il giorno di scadenza di un qualsiasi tributo cade di Sabato o giorno Festivo il versamento può essere effettuato il primo giorno successivo lavorativo.

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

Il “Collegato Lavoro”

e le novità per gli agenti di commercio

In data 19/10/2010 è entrato in vigore il c.d. “collegato lavoro”, ovvero un provvedimento di notevole impatto sulla normativa del lavoro subordinato. Anche gli agenti di commercio ne sono interessati e non in minima parte. In primis è stata abolita l’obbligatorietà del tentativo di conciliazione quale inderogabile presupposto e condizione di procedibilità per la presentazione di una causa nei confronti di una mandante.

In realtà il tentativo di conciliazione rimane in vigore (e con una procedura leggermente diversa rispetto a prima) ma diventa facoltativo.

La conseguenza è semplice e immediata. L’agente che vorrà fare causa alla propria mandante non sarà più obbligato a passare attraverso il “filtro” della Direzione Provinciale del Lavoro, ma potrà rivolgersi direttamente al

Giudice del Lavoro.

Un’altra notevole riforma attiene ai termini entro i quali un lavoratore può impugnare il licenziamento comminato dal proprio datore di lavoro.

Il Collegato lavoro prevede, infatti, che il lavoratore debba inderogabilmente ed a pena di decadenza – impugnare il licenziamento entro 60 giorni (questo termine per i dipendenti era, in realtà, già in essere nella previgente legislazione) ma – fatto ancor più rilevante – la norma fissa un successivo termine di 270 giorni entro il quale è fatto obbligo di depositare il ricorso al Giudice (in caso di mancata composizione stragiudiziale della lite).

La norma non chiarisce espressamente se questa disposizione si applichi anche per i rapporti di agenzia (della questione è investito il Ministero del Lavoro che



a breve chiarirà la questione) ma parte della dottrina ha già preso posizione ritenendo indubitabile ed incontestabile l’assimilabilità della previsione anche ai rapporti di agenzia.

Quindi per ragioni di tranquillità e sicurezza, ed al fine di evitare eccezioni da parte delle mandanti, si invitano tutti coloro che abbiano ricevuto una disdetta a impugnarla nel termine di 60 giorni dal ricevimento della stessa rivolgendosi all’Ufficio vertenze e consulenze dell’Usarci Sparci che saprà consigliare ed assistere al meglio.

Avv. Andrea Mortara

Puoi prendere contatto con la segreteria anche gratis con Skype



Le nuove tecnologie aiutano molto e se usate bene fanno anche risparmiare.

Da oggi si potrà raggiungere la segreteria di Usarci-Sparci Genova non solo chiamando lo **010 59 54 838**, ma anche utilizzando “Skype, il programma che permette di telefonare o videotelefonare gratis attraverso il computer. Le telefonate, o videochiamate, tra gli utenti che utilizzano Skype sono gratuite. Per usufruire di questo interessante strumento bisogna dotarsi oltre che naturalmente del computer con connessione a internet anche di microfono, altoparlante e volendo di video camera e installare gratuitamente il programma “Skype”. Una volta creato il proprio account si dovrà cercare il contatto *Usarci-Sparci* e premere il tasto di chiamata. L’addetto alla segreteria risponderà e il tutto sarà a costo zero.

Questo è un altro servizio che la nostra Associazione Sindacale desidera offrire ai propri associati.

Cosa pensano i clienti degli agenti di commercio

Intervista presso l'ufficio acquisti di alcuni clienti



Cosa pensano le mandanti di noi agenti di commercio lo abbiamo più volte esaminato e in più occasioni, le risultanze non sono state lusinghiere per la categoria. Cosa pensano gli agenti di commercio delle mandanti è stato sviscerato ampiamente. Fino ad oggi non è mai stato preso in considerazione l'altro angolo del triangolo: il cliente. La composizione del rapporto commerciale è triangolare e i tre lati sono la mandante, l'agente o l'agenzia, e il cliente. Affinché il rapporto sia equilibrato è necessario che i tre lati siano equilateri, e perché ciò avvenga deve esserci intesa, fiducia, e rispetto. Il rapporto fluido sia con la mandante me e soprattutto con la clientela è fondamentale per ottenere buoni risultati. Non sempre le aspettative del cliente nei confronti degli agenti sono soddisfatte.

Si è voluto sentire dalla viva voce dei clienti il pensiero ricorrente sul rapporto cliente-agente e sono stati intervistati alcuni clienti.

Queste interviste, oltre a cercare di capire ciò che è il vero pensiero dei clienti circa la categoria degli agenti e rappresentanti di commercio, vogliono approfondire le aspettative che la clientela ha nei confronti di questi partners.

Abbiamo quindi rivolto a quattro responsabili degli acquisti di aziende distributrici di quattro settori diversi queste domande:

Lei nella sua posizione di responsabile degli acquisti di una grossa azienda commerciale del settore, ha occasione di incontrare giornalmente agenti di commercio, potrà quindi esprimere, con cognizione di causa, un suo pensiero sui comportamenti professionali degli agenti di commercio. E' evidente che non è possibile generalizzare ma Le chiedo alcune sue considerazioni e più precisamente:

1. quanti sono gli agenti di commercio che hanno con la sua azienda rapporti costanti e continuativi?

2. Un nuovo agente cosa deve dimostrare per essere accettato come fornitore, a parte la qualità dei prodotti offerti?

3. Quale il servizio più importante che chiede alle agenzie?

4. La sua azienda è più fedele all'agente o alla ditta rappresentata?

5. Le informazioni che riceve dalle agenzie, in linea di massima, le ritiene tempestive, opportune, o inutili perché tardive?

6. La conoscenza dei prodotti, da parte dell'agente è per Lei importante?

7. L'affidabilità è una delle caratteristiche che distinguono gli agenti con i quali ha maggiori rapporti?

8. Il post vendita è fattore importante nel rapporto con le agenzie sue fornitrici?

9. Quali sono gli errori più grossolani che gli agenti commettono nei rapporti con la Sua azienda

Quali sono le caratteristiche operative che lei apprezza di più in una agenzia?

La sintesi delle risposte dei quattro clienti è stata:

1. il numero di agenti che hanno rapporti continuativi con le aziende è sempre in diminuzione vuoi per la scelta di ridurre al minimo il numero di fornitori, vuoi per il fatto che le aziende desiderano avere rapporti solo con interlocutori affidabili.

2. A un nuovo agente i clienti chiedono che rappresenti una mandante di spicco, in seconda battuta vorranno coerenza, chiarezza, disponibilità, capacità nel risolvere i problemi.

3. Il servizio più richiesto alle agenzie è la precisione e la serietà nei rapporti.

4. Il cliente in linea di massima, se ha

rapporti intensi con l'agenzia è fedele a questa, piuttosto che alla mandante, ad esclusione dei marchi leader che hanno la preferenza sull'agente.

5. A questa domanda gli interpellati hanno risposto che le informazioni ricevute dagli agenti con i quali sono in rapporti, di solito sono tardive o inutili.

6. Alla sesta domanda circa la conoscenza dei prodotti, che i clienti considerano fondamentale, viene aggiunto che pochi sono gli agenti con le competenze specifiche relative ai prodotti che vendono.

7. L'affidabilità è una caratteristica che deve avere l'agente perché nel rapporto commerciale è determinante saper di potersi fidare dell'interlocutore.

8. Il post-vendita è decisivo, ma non sempre le agenzie sono sensibili a questo importante servizio.

9. L'elenco degli errori commessi dagli agenti sarebbe lungo, però le manchevolezze più rilevanti sono da cercarsi nelle "promesse non mantenute", nell'incapacità di risolvere i problemi derivanti da errori e/o mancanze, nella scarsa considerazione che viene data al post-vendita.

L'ultima domanda è forse quella che ha messo in evidenza le maggiori manchevolezze delle agenzie, infatti i clienti concordano che le caratteristiche operative dell'agenzia si possono sintetizzare in una sola parola "organizzazione", ma pochi sono gli agenti organizzati e strutturati e si possono vedere le conseguenze nella mancanza di precisione nella trasmissione degli ordini, nella irreperibilità, nella gestione delle controversie, nella mancanza di collegamenti con le case mandanti.

Non desidero aggiungere nulla, ognuno dovrà farsi la valutazione relative alla propria agenzia.

Davide Caropreso

La Polemica

è caratteristica dell'agente di commercio

Wikipedia definisce il termine **polemica**, dal greco, "attinente alla guerra", descrive quindi una sorta di guerra, per lo più verbale, condotta contro un avversario, detto bersaglio della polemica. Può indicare un atteggiamento reciproco oppure unilaterale. Normalmente, la parola ha connotazione negativa. Questa è la definizione che possiamo leggere sull'enciclopedia on line. Nella realtà chi polemizza, di solito, attacca l'avversario, per difendersi, si dice, appunto, che l'attacco è la migliore difesa, si deduce che chi ha la coda di paglia cerca di attaccare per primo, in pratica cerca di creare uno scudo a difesa di una sua posizione. Altre volte la polemica indica la poca propensione ad esaminare situazioni che non rientrano nelle idee del polemico e che, complice, la testardaggine, fa insorgere nel soggetto questi atteggiamenti di aggressione verbale che sono volti a difendere le proprie convinzioni e che non accettano pensieri diversi dal proprio. La polemica nella nostra categoria alloggia abbondantemente.

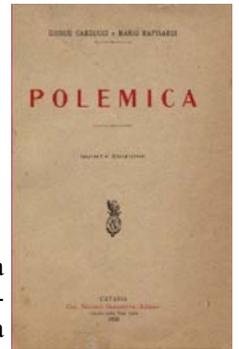
Chi non ha mai assistito durante qualche riunione aziendale allo show di colleghi che con atteggiamenti aggressivi polemizzavano sugli argomenti trattati, su nuove linee di prodotti o su particolari di nessuna rilevanza? E' normale trovarsi in queste situazioni. Mi sono sempre chiesto il perché di certi atteggiamenti, poi ho iniziato a realizzare che i polemici, di solito, hanno qualche cosa da difendere. Qualche giorno fa ero in compagnia di un dirigente vendite, di una nostra mandante, per un giro di visite presso la clientela per presentare

un nuovo prodotto. Il riscontro, da parte dei clienti, si dimostrava più che positivo e, cosa insolita, nel nostro settore, già alla prima visita si raccoglievano ordini di campionatura. Squillò il cellulare del mio area manager e dall'altro capo del telefono potevo sentire la voce di un mio collega di una regione confinante che relazionava il funzionario sullo scarsissimo interesse da parte della sua clientela nella presentazione dello stesso prodotto che noi stavamo già campionando. La motivazione era da ricercare in un piccolissimo particolare, puramente estetico, al quale nessuno dei nostri clienti aveva dato peso. Secondo il mio collega la produzione doveva essere modificata perché con questa particolarità il prodotto non sarebbe mai stato acquistato dai clienti della sua zona. Il funzionario non replicò. A cellulare chiuso espresse, a me, tutto il suo disappunto e il suo nervosismo. "Ma è possibile che noi qui abbiamo riscontri più che positivi e lui (il mio collega) a 100 km. di distanza trovi tutte queste difficoltà?" Io, per non aggravare la situazione, non dissi nulla.

Non sono poche le motivazioni che fanno accettare o meno un nuovo prodotto dal cliente: dal tipo di presentazione, da come si approccia il cliente, da come si conduce la trattativa, dalla conoscenza o meno, del prodotto, dalla capacità di trasmettere emozione ecc. Ma la verità, nel caso in questione è un'altra. Questo mio collega, che opera in una zona molto importante, dove i numeri potrebbero essere molto ma molto più grandi, di quelli realizzati, sta cercando di crearsi uno scudo che lo ripari da possibili interventi della man-

dante sulla sua zona visti i risultati non in linea a quanto è auspicabile in una regione di quella rilevanza. Si polemizza e di conseguenza si innervosisce "l'avversario-mandante" con il rischio di essere cacciato, non tanto per i risultati, ma per un atteggiamento che, francamente, infastidisce non poco. Se il mio collega fosse un professionista preparato, prima dell'intervento della mandante, dovrebbe chiedere un incontro per verificare la posizione della sua zona e della clientela. Dovrebbe esaminare con attenzione, il fatturato, o il venduto, di ogni cliente acquisito. Dovrebbe redigere un elenco di tutti i potenziali clienti in zona. Dovrebbe considerare il suo indice di introduzione presso la clientela. Dovrebbe creare tabelle di confronto tra le vendite degli anni passati e dell'anno in corso o dell'ultimo anno, e poi, con umiltà chiedere all'azienda un supporto, operativo, un sostegno promozionale, iniziative mirate verso quel certo tipo di clientela ecc. La professionalità, comprende tutta una serie di capacità che spaziano, come in più occasioni ho avuto modo di scrivere, dalla conoscenza, al modo di affrontare e di comprendere le situazioni, all'organizzazione dell'agenzia. In questo caso il nostro collega dimostra di non aver capacità di leggere la situazione e pensa che il suo atteggiamento lo metta al riparo da attacchi della mandante. Io credo che se continuerà nella sua sterile polemica finirà disdettato senza possibilità di appello.

D. C.



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

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

Non fare più code inutili, rivolgiti ai ns. uffici, risolverai il tuo problema in un baleno.

Usarci-Sparci Genova

Per quanto tempo bisogna conservare ricevute e bollette?

Attenzione alla diversa durata dell'obbligo di conservazione delle ricevute di pagamento

Per quanto tempo vanno conservate le bollette, le ricevute, le fatture, domestiche e professionali, in caso di contestazione dell'avvenuto pagamento? Prima di cedere alla tentazione di fare pulizia tra le carte di pagamenti che cadono in prescrizione i tempi diversi, vale a dire che non

si è più tenuti a dimostrare nulla soltanto dopo un certo numero di anni fissati caso per caso dalla legge, fate attenzione alla diversa durata dell'obbligo di conservazione. E comunque, è sempre meglio essere previdenti e conservare le ricevute perlomeno un paio di anni in più: può capitare, infatti, che i termini di rivalsa da



parte degli enti per il recupero dei crediti vengano allungati anche di molti mesi e dunque il rischio è quello di dover pagare due volte perché si è buttata via la ricevuta troppo presto.

Davide Caropreso

artigiani	3 anni	tempo di conservazione consigliati per le fatture pagate dalla data di effettuazione della prestazione.			
affitto	5 anni	le ricevute dei pagamenti devono essere conservate per cinque anni	mutui	5-10 anni	ai fini fiscali le quietanze delle singole rate si conservano fino alla fine del quinto anno successivo a quello nel corso del quale sono stati detratti gli interessi passivi pagati, per i rapporti con la banca, però, è consigliabile conservare le quietanze fino a 10 anni dalla scadenza in quanto questi debiti non sono soggetti alla prescrizione di cinque anni ma a quella decennale.
alberghi	6 mesi	passato questo periodo di tempo l'albergatore non potrà più fare contestazioni circa il pagamento del conto.			
assicurazioni	1-5 anni	se non è previsto alcun termine nel contratto, le quietanze si conservano per un anno. se sono usate anche ai fini fiscali si conservano per 5 anni, fino a quando cade in prescrizione il periodo d'imposta in cui sono state sostenute.	nettezza urbana	10 anni	la ricevuta di pagamento della tassa va conservata fino al decimo anno successivo al pagamento
			professionisti	3 anni	termine consigliato per la conservazione delle parcelle dalla fine del rapporto.
banca	10 anni	gli estratti conto si conservano per un decennio visto che in questo tempo sono impugnabili per errori e omissioni	rai tv	10 anni	la richiesta del canone, come di quasi tutti i tributi, si prescrive decorsi 10 anni (tra la fine di gennaio dell'anno in cui si versa il canone e la notificazione della cartella, salvo atti d'interruzione). le ricevute si conservano quindi per 10 anni
bollo auto	5 anni	il bollo dell'automobile per legge va conservato tre anni dalla sua data di scadenza, anche se la macchina è stata nel frattempo venduta, ma una sentenza della Corte di Cassazione ha prorogato il termine di altri quattro mesi: per questo conviene tenere il documento non meno di quattro anni o, meglio, per un quinquennio.	scontrino	2 anni o più	vale come garanzia e quindi si conserva per tutta la durata della garanzia. Quella legale è attualmente di due anni.
			scuole	1 anno	i termine dei dodici mesi vale per le ricevute di iscrizione a scuole o palestre private.
cambiali	3 anni	il termine dei tre anni vale dalla scadenza.	spedizioni	12-18 mesi	le ricevute di spedizionieri e trasportatori si conservano per un anno o 18 mesi a seconda che il trasporto sia effettuato in Europa o fuori Europa.
condominio	5 anni	le ricevute per le spese non si distruggono almeno finché non sono passati cinque anni.	telefono fisso	5 anni	la prescrizione per la bolletta telefonica di apparecchi fissi è fissata dopo cinque anni.
contravvenzioni	5 anni	si devono conservare le ricevute delle multe pagate.	telefono mobile	10 anni	la prescrizione per la bolletta telefonica per 1 cellulari è di dieci anni dopo il termine ultimo del pagamento.
dichiarazione dei redditi	5 anni	le ricevute dei pagamenti delle tasse e dell'IVA si conservano fino a 5 anni a partire dall'anno successivo a quello della dichiarazione, fatti salvi i differimenti previsti in caso di condoni o sanatorie fiscali.	utenze domestiche	5 anni	le ricevute delle bollette dell'acqua, della luce e del gas vanno conservate per cinque anni dalla data di scadenza.
icipi	5 anni	il bollettino dell'icipi si conserva per cinque anni a partire dall'anno successivo a quello di pagamento.			

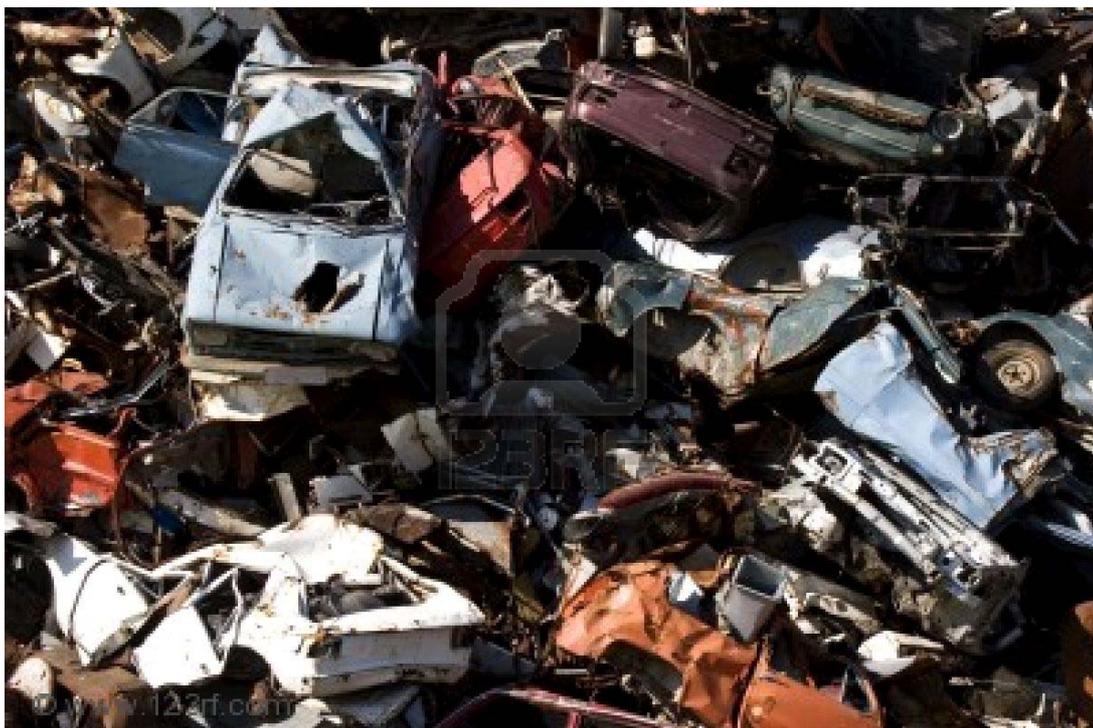
Largo ai Giovani

Rottamiamo i vecchi e svecchiamo la reti di vendita

Abbiamo in più occasioni esaminato il fatto che l'età è un handicap e che le aziende tendono a rottamare gli ultra cinquantenni. Giovani, solo giovani. Saranno i giovani a salvare la situazione. Questo è quanto si sente affermare, ormai a tutti i livelli. Anche i politici parla-

senili". In certe fasce di età l'esperienza professionale è l'unico valore che garantisce determinati risultati. I patrimoni di conoscenze e di pratica rischiano di essere sperperati. Si sbaglia a vedere negli agenti esperti solo un costo, privandone la mandante rischia di distruggere un capitale. Il multipli-

addestrare le nuove agenzie con conseguenti costi in tempi e denaro. Non si riesce a capire il perché quando un'agenzia ha un certo numero di anni di rapporto con la mandante, incomincia ad essere considerata vecchia, indipendentemente dall'età anagrafica dell'agente o degli agenti che ne fanno



parte. Le aziende pensano sempre che, arrivati ad un certo punto, da questa o queste agenzie, con molta anzianità di servizio, non possano avere di più. Ci sono agenti brillanti e vitali anche avanti con gli anni anagrafici e di militanza, mentre ci sono agenti giovani di età, ma senza stimoli e curiosità che ben poco possono dare alle aziende. La caratteristica fondamentale che deve avere un agente di commercio è, senza dubbio, la curiosità. La curiosità universale, la curiosità di tutto. Sono molti gli agenti che hanno questa caratteristica e questa continua

no di rottamare le vecchie "cariatidi" che non hanno più nulla da dire. I manager a 50 anni sono da sostituire perché non possono dare di più. Per gli agenti di commercio le cose non vanno meglio. E' diffusa la pratica di disfarsi degli agenti più anziani sostituendoli con i giovani. Anche se poi la ricerca di giovani agenti è sempre più difficile e le aziende non trovano chi sostituisca i "vecchi" Questa tendenza dimostra come le aziende seguono i luoghi comuni senza valutare le conseguenze di certe decisioni. Chi ha detto che tutto quello che è giovane va bene? Gli antichi affermavano che la vecchiazza era fonte di sapere e saggezza, oggi se si superano i 50/55 si è in automatico un po' "dementi

carsi di aziende che hanno come obiettivo la riduzione dei costi tagliando le agenzie è un segno molto negativo. Ad alte provvigioni corrispondono, di solito, grosse competenze e buone organizzazioni locali. Se una agenzia è cresciuta in termini di fatturato e di provvigioni è perché ha maturato conoscenze e professionalità tali da essere, sul territorio, un riferimento per la clientela. Queste operazioni di sostituzione delle "vecchie agenzie" con le nuove, che si stanno moltiplicando sul mercato, non portano, di solito nessun vantaggio alle aziende che le mettono in atto. Se le mandanti desiderano offrire alla clientela sempre un buon servizio, devono formare, affiancare,

ricerca di conoscenza mantiene svegli e attivi mentre si incontrano giovani agenti di commercio appannati, senza stimoli e senza curiosità. Per le mandanti non deve essere predominante l'età, ma la professionalità. Avere un agente giovane che sembra uno zombi è meglio che essere rappresentati da un agente avanti con gli anni, con vivacità, interessato a migliorarsi e con una capacità nei rapporti con la clientela frutto di anni di esperienza?

Un vecchio agente

Il "Patto Portofino"

Il nuovo patto tra piccole imprese

Per poter contare di più nello scacchiere economico e politico di questa Provincia e di questa Regione, non c'è altra strada che quella di unire le forze con altri soggetti che hanno gli stessi nostri problemi. E così è stato sottoscritto tra noi dell'Usarci-Sparci di Genova, Confapi Liguria, Claii Liguria (Associazione artigiani) e Agci Liguria (associazione tra cooperative) un patto di collaborazione che ha lo scopo di essere più rappresentativi nei confronti delle Istituzioni e di operare sinergicamente tra di noi per risolvere problematiche comuni alle piccole e piccolissime imprese. Questa iniziativa è stata pubblicizzata con una conferenza stampa sabato 30 Aprile all'Hotel Kulm di Portofino Vetta, da qui "Patto Portofino". Era presente il Presidente Nazionale Usarci, Umberto Mirizzi e altri presidenti nazionali delle altre organizzazioni. Ogni rappresentante delle quattro organizzazioni firmatarie del "patto" ha illustrato, ai giornalisti presenti e al pubblico in sala, le caratteristiche e la "mission" e la consistenza della propria associazione. Noi dell'Usarci-Sparci abbiamo raccontato di una categoria non conosciuta, ma della quale l'economia, non solo

locale, ma nazionale non può fare a meno. *"E' nato qualche cosa di veramente nuovo e destinato ad essere imitato a livello nazionale, Già perché il patto firmato dai quattro presidenti locali è un esempio"* scrive Edoardo Meoli sul

La prima concreta iniziativa è l'apertura, entro un mese di una sede comune a Genova in via Magnaghi, alla Foce, dove sarà presente personale in grado di accogliere i piccoli imprenditori, sia che siano agenti di commercio che artigiani che impresari per un primo approccio, per poi indirizzarli, se le problematiche sono più complesse, a una delle quattro associazioni di categoria. E' certo che la politica, non sempre



Il Secolo XIX del 1° maggio. Il 2 Maggio il presidente Nazionale Usarci, Umberto Mirizzi, scrive una e-mail all'Usarci-Sparci di Genova in questi termini *"Un sentito grazie al direttivo dell'Usarci-Sparci di Genova per avermi voluto come testimone di questa ottima iniziativa che sicuramente potrà dare risultati positivi."*

"comprensiva" verso le piccole imprese, non potrà non tenere conto di questa nuova realtà che già, appena nata, ha suscitato interesse anche a livello nazionale.

Davide Caropreso
Presidente Usarci-Sparci-Genova

Calzature

DANTE

Via Trebisonda 57^{ra} – Genova Foce (GE)

**Siamo stati i pionieri.
quando nessuno ci credeva, noi, siamo stati i
primi
a vendere e a farvi conoscere:**

dal 1988 Birkenstock

BIRKENSTOCK
Made in Germany • Tradition seit 1774

dal 2005 MBT



dal 2005 Crocs



dal 2005 Fit-flop



**dal 2010 Five Finger
Vibram**



Con Noi Genova Cammina Comoda

Orari apertura : dal Lunedì al Sabato : 8.00/12.30 – 15.00/19.20
Giovedì ORARIO CONTINUATO