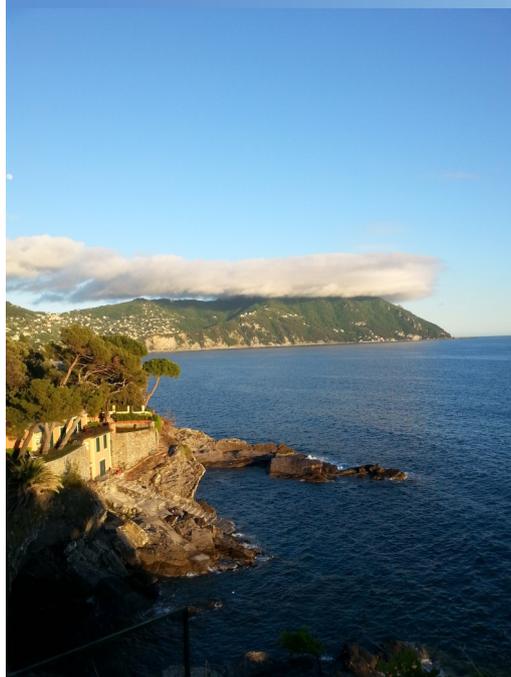


# Sparci Notizie

Agenti e Rappresentanti di Commercio  
Notiziario del Sindacato Usarci - Sparci - Genova



La Liguria, come zona operativa per le agenzie commerciali, è irta di difficoltà. Economicamente le agenzie operanti in Liguria, nella maggior parte dei casi, sono penalizzate. Confrontando i dati sono evidenti le grosse differenze che esistono tra diverse zone e tra diverse regioni, e la Liguria è una delle ultime. Alla luce dei risultati nazionali, si giunge alla conclusione che in Liguria gli agenti di commercio faticano e spendono più degli altri per ottenere di meno. (leggere l'articolo a pag. 4)

## SPARCI NOTIZIE

### Direttore Responsabile:

Davide Caropreso

### Comitato di redazione:

Angelo Mondini  
Donatella Franchin  
Massimo Pesare

### Coordinatore Editoriale:

Davide Caropreso

### Progetto grafico e impaginazione:

Matteo Caropreso

### Collaborano a questo numero:

Eliano Cominetti  
Ottavio Baia  
Maurizio Garbero  
Andrea Mortara

### Comitato di redazione direzione e amministrazione Pubblicità e informazioni:

P.zza Brignole 3/7 V° piano  
16122 Genova

### Orario segreteria:

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

### Per fissare appuntamenti

telefonare al: 010 5954838

Fax. 010-5848095

e-mail: [segreteria@usarciliguria.it](mailto:segreteria@usarciliguria.it)

sito: [www.usarciliguria.it](http://www.usarciliguria.it)

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

## SOMMARIO

- Pag. 4 La nostra Liguria
- Pag. 5 L'incapacità di una certa dirigenza
- Pag. 6 In Liguria 27 bandiere blu
- Pag. 9 Check-up dell'agenzia
- Pag. 10 Intervista a Stefano Balleari
- Pag. 12 Come fatturare le indennità di fine rapporto
- Pag. 13 Il Fisco e Laffer
- Pag. 14 Chi dà fastidio è il cliente
- Pag. 15 Clausole di contratto di agenzia da definirsi nulle
- Pag. 16 Programmazione Neuro Linguistica



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' SCADUTO IL TERMINE PER SALDARE LA QUOTA ASSOCIATIVA 2017**

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 8,30 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 2017 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

# La nostra Liguria

## Bella e impossibile!

Abbiamo più volte affrontato l'argomento della Liguria come zona operativa irta di difficoltà per le agenzie commerciali. In questo articolo desidero affrontare anche l'aspetto economico che le agenzie, operanti in Liguria, nella maggior parte dei casi devono affrontare. Ho partecipato, a inizio anno, alla riunione della forza di vendita di una mandante della nostra agenzia. A differenza di molte altre aziende, che non comunicano mai dati relativi al fatturato di ogni zona, questa mandante ha elencato i dati relativi alle vendite delle varie agenzie realizzate nell'anno 2016. Nonostante la situazione contingente non sia delle migliori, i risultati sono stati positivi, ma hanno messo ancora una volta in evidenza le grosse differenze che esistono tra le diverse zone e tra le diverse regioni. Noi siamo soddisfatti, perché nonostante tutto la regione Liguria si piazza a metà classifica, ma...con quanta fatica. Proprio alla luce dei risultati nazionali, ho avuto un momento di riflessione e sono giunto alla conclusione che in Liguria faticiamo e spendiamo più degli altri per ottenere di meno.

La Liguria, è la regione che ospita più anziani di tutta Italia e i residenti ultra sessantacinquenni sono più del 27% dell'intera popolazione. Per conoscere il tipo di consumi che si possono avere in una certa zona è sufficiente sapere l'età media dei residenti. E' risaputo che gli anziani, anche se benestanti, sono poco propensi ai consumi, con le implicazioni che ne conseguono, quindi una ridotta capacità di acquisto di tutta la clientela e in tutti i settori. Le potenzialità di acquisto dei residenti, se confrontati con altre regioni, sono ben più contenute. Questo per comprendere le differenze che esistono tra realtà operanti in regioni con potenzialità molto diverse. I fatturati sono la base per il calcolo delle provvigioni,

se sono bassi, le provvigioni sono poche. Sento in altre Regioni di agenzie composte dai 6/8/10 persone che realizzano provvigioni elevatissime. Ho colleghi che rappresentano le mie stesse aziende e che con una sola mandante ottengono provvigioni tre/quattro volte superiori quanto può realizzare l'Agenzia per la Liguria. Alle aziende mandanti questi conti non interessano. Le aziende vogliono che la Liguria realizzi il più possibile, senza considerare che la nostra regione rappresenta circa il 2,5% del mercato nazionale. Che poi l'agente che opera in Liguria guadagni molto meno del collega veneto o lombardo a parità di spese e con un impegno forse superiore, per le mandanti è un argomento di nessun interesse. Ancora una volta è dimostrato come le nostre mandanti poco considerano la propria organizzazione commerciale. Non interessa se un agente ligure, al quale viene chiesta organizzazione operativa ad alto livello, per poter coprire le spese è costretto a rappresentare 8/10 aziende. Per poi sentirsi dire: "tu sei molto impegnato, dovresti essere più disponibile." Nessuna azienda che io conosca ha mai preso in considerazione la possibilità di differenziare le provvigioni in base alle zone e alla potenzialità delle stesse. La frammentazione degli ordini, e il grosso numero di piccoli clienti da gestire, richiede un impegno che non è adeguatamente remunerato. L'anno scorso, quando la nostra agenzia fu convocata da una mandante per il bilancio di fine anno, presentammo i nostri dati: ci fu un momento di stupore di fronte all'altissimo numero di ordini da noi trasmessi. Dopo questo primo momento di



curiosità, nessuno della direzione commerciale disse o pensò che dietro a tutti quegli ordini ci fosse una organizzazione costosa e impegnativa. Mi auguro che prima o poi qualche mandante "illuminata" si renda conto che operare il Liguria o in Abruzzo o in Calabria, non è come operare in Emilia o in Veneto o in Lombardia e che queste differenze di potenzialità di acquisto da parte dei clienti vengano, in qualche modo, riconosciute.

**Davide Caropreso**  
**Presidente Usarci-Sparci**  
**presidenza@usarciliguria.it**

# L'incapacità di una certa dirigenza

## Realizzare una disfatta come a Caporetto

La battaglia di Caporetto venne combattuta durante la prima guerra mondiale tra il Regio Esercito Italiano e le forze austro-ungariche e tedesche.

Lo scontro, che cominciò il 24 ottobre 1917, rappresenta la più grave disfatta nella storia dell'esercito italiano, tanto che, anche nella lingua italiana, ancora oggi il termine *Caporetto* viene utilizzato come sinonimo di sconfitta disastrosa.

La sconfitta portò alla sostituzione del generale Luigi Cadorna, che cercò di giustificare i suoi gravi errori tattici imputando le responsabilità alla presunta viltà di alcuni reparti e alla incapacità di alcuni ufficiali

A sentire il racconto di cosa è riuscito a fare un amministratore delegato di una mandante nella zona operativa di un nostro associato, immediatamente ho pensato a Caporetto. Cadorna insegna, come tutte le persone mediocri, che la responsabilità delle cose non riuscite è sempre degli altri. Se un dirigente di azienda ricopre un incarico per il quale non ha né le qualifiche, né le competenze, è facile comprenderlo. Due sono le caratteristiche che lo contraddistinguono: il voler accentrare su di sé tutto quello che viene fatto in azienda e il non dar fiducia a nessuno. Quando non si hanno le capacità di fare le giuste valutazioni diventa difficile fidarsi di altri, perché non si comprende cosa sia giusto.

Il nostro collega ci racconta che la mandante da lui rappresenta da tanti anni ha iniziato a perdere un po' di fatturato, da almeno tre anni, imputabile alla mancanza di strategie di marketing.

I primi giorni di gennaio riceve una telefonata dall'amministratore delegato di questa mandante che lo informa che l'azienda ha deciso di sostituirlo con altra agenzia con la quale ha già concluso il mandato. Quindi disdetta in tronco senza neppure una motiva-

zione.

Sono un sostenitore, nella vendita, del triangolo equilatero, ovvero che i tre elementi che partecipano alla vendita siano paritetici.

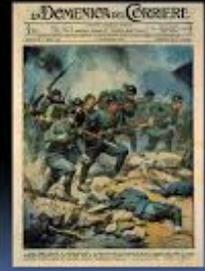
Un buon prodotto è indispensabile, come la gamma completa e al passo con le richieste del mercato; una mandante bene organizzata con progetti chiari e con azioni di marketing adeguati ai tempi e alla clientela è fondamentale; una buona agenzia professionale e competente è il lato che completa il triangolo perfetto.

Se una di queste tre componenti non risponde a quelle caratteristiche il triangolo si sbilancia e il risultato potrà non essere quello auspicato.

Esistono anche variabili che condizionano. Variabili si posso avere quando ci troviamo di fronte ad azienda affermata e conosciuta, o quando l'azienda non ha nessun appeal, perché poco introdotta o poco affermata, anche se propone prodotti di alta qualità, o quando il servizio post-vendita è elemento essenziale con prodotti molto tecnici che richiedono anche attività di installazione. Queste ed altre condizioni possono determinare uno scempenso nel triangolo a favore di un fattore, o di un altro. Nell'azienda leader è il marchio che conduce, quindi l'uomo di vendita non è determinante. Determinante diventa l'agente che offre un servizio di post e pre-vendita a una mandante che propone un buon prodotto, ma non ha particolare introduzione sul mercato. Quest'ultima variabile è quella che caratterizza l'agenzia del nostro associato nei confronti di questa mandante. Il servizio di consulenza e assistenza, che solo pochi agenti e molto specializzati sono in grado di dare alla clientela, ha permesso al nostro associato di portare il fatturato di questa mandante, sconosciuta e senza nessuno spunto commerciale di rilievo, da zero a un risultato che poneva l'agenzia tra le prime 4 o 5 d'Italia. Con la dabbenaggine di chi crede che

### La disfatta di Caporetto

Il 24 ottobre 1917 le truppe di Cadorna vennero sorprese dall'esercito austriaco a Caporetto e furono costrette alla ritirata lungo il Piave. Successivamente il generale Diaz e le truppe italiane riuscirono a sconfiggerli.



cambiando “cavallo” si ottengano vittorie facili, questo amministratore delegato ha fatto la scelta di una nuova agenzia. Altra dimostrazione di pochezza è stata la decisione di sostituire un'agenzia che in zona godeva della fiducia della clientela, sostituendola con un agente senza esperienza nello specifico settore. Il nuovo agente dopo pochi mesi, resosi conto delle difficoltà operative che avrebbe incontrato, mancando totalmente di competenze specifiche, diede forfait. Nel frattempo i clienti che necessitavano di assistenza e supporto tecnico, presero altre strade e nella stragrande maggioranza si indirizzarono verso altri fornitori. Dopo alcuni mesi di assenza dell'azienda in zona, il fatturato si è pressoché azzerato. Quindi è stato affidato il mandato ad altro agente, conosciuto nell'ambiente, ma non particolarmente preparato tecnicamente sullo specifico settore. Se il nuovo agente è accorto, tra qualche mese, quando si renderà conto che i clienti non sono più clienti acquisiti, ma hanno già cambiato fornitore prima del suo arrivo, e i clienti nuovi difficilmente si acquisiranno, rinuncerà al mandato, perché l'impegno sarebbe troppo gravoso, sia sotto l'aspetto operativo, che sotto quello economico. E la mandante? Cercherà il terzo agente, il tutto nel giro di pochi mesi.

La storia si concluderà con la perdita definitiva di una zona nella quale, fino a poco tempo fa, poteva contare sulla presenza di personale qualificato e di un fatturato, forse non eclatante, ma consolidato.

Questa è l'ennesima dimostrazione di come mandanti riescano a fare scelte che risultano disastrose sconfitte.

**Davide Caropreso**

## In Liguria 27 bandiere blu

Turismo e commercio ne saranno avvantaggiati



Baia Blu, Colombo  
**Albissola Marina** - Lido  
**Loano** - Spiaggia di Ponente, Spiaggia di Levante Porto  
**Celle Ligure** - Levante, Ponente  
**Pietra Ligure** - Ponente  
**Borghetto Santo Spirito** - Litorale  
**Albisola Superiore** - Lido  
**Finale Ligure** - Spiaggia di Malpasso/  
Baia dei Saraceni, Finalmarina, Finalpia, Spiaggia del Porto, Varigotti, Castelletto San Donato  
**Noli** - Capo Noli/Zona Vittoria/Zona Anita/Chiariventi  
**Spotorno** - Lido  
**Bergeggi** - Il Faro, Villaggio del Sole  
**Varazze** - Arrestra, Ponente Teiro, Levante Teiro, Piani D'Invrea  
**Savona** - Fornaci  
**Ceriale** - Litorale

Anche quest'anno la nostra regione ha conquistato il record italiano di Bandiere Blu, salgono infatti a 27 le spiagge liguri sulle quali sventolerà la bandiera blu assegnata dalla Foundation for Environmental Education (FEE) per questa 30° edizione.

I criteri per l'assegnazione sono 32 e si basano sugli esami relativi alla gestione sostenibile del territorio, alla depurazione delle acque, alla gestione dei rifiuti, alle piste ciclabili, agli spazi verdi, ai servizi degli stabilimenti balneari ecc. Al secondo posto si piazza la Toscana con 8 bandiere blu in meno.

Questo importante riconoscimento dimostra che la Liguria è sempre più in alto e deve essere protagonista del turismo e del commercio. Gli agenti di commercio auspicano che questo prestigioso "premio" apra la nostra Regione a nuovi e sempre più importanti traguardi nell'ambito del turismo e del commercio con ripercussioni positive per l'intera comunità ligure e per la categoria degli agenti di commercio.

### ECCO LE BANDIERE BLU IN LIGURIA

**Camogli** - Spiaggia Camogli Centro/ Levante, San Fruttuoso

**Santa Margherita Ligure** - Scogliera Pagana, Punta Pedale, Paraggi, Zona Milite Ignoto

**Moneglia** - Levante, Centrale, La Secca

**Chiavari** - Zona Gli Scogli

**Lavagna** - Lungomare

**Bordighera** - Zona Ovest di Capo Sant'Ampelio, Zona Est di Capo Sant'Ampelio

**San Lorenzo al Mare** - U Nostromu/ Prima Punta, Baia delle Vele

**Taggia** - Arma di Taggia

**Santo Stefano al Mare** - Baia Azzurra, Il Vascello

**Ameglia** - Fiumaretta

**Bonassola** - Lato Est e Lato Ovest

**Framura** - Spiaggia La Vallà Apicchi, Fornaci (Spiaggia confine Deiva Marina)

**Levanto** - Levanto Ghiararo, Spiaggia Est "La Pietra"

**Lerici** - Venere Azzurra, Lido, San Giorgio, Eco del Mare, Fiascherino,

salgono a 27 le spiagge liguri sulle quali sventolerà la bandiera blu assegnata dalla Foundation for Environmental Education (FEE) per questa 30° edizione

## Sportello



### aperto tutti i giovedì

Per essere sempre più vicini degli agenti di commercio che chiedono interventi sulla loro posizione contributiva Enasarco, è stato istituito nei nostri uffici di piazza Brignole, 3/7 – Genova, lo

“**Sportello Enasarco**” in funzione il **giovedì** dalle ore 9,00 alle ore 12,00.

Un esperto sarà a disposizione per espletare tutte le pratiche relative alle varie problematiche che si possono incontrare con il nostro Ente previdenziale.

Gli incontri si svolgeranno **solo ed esclusivamente** per appuntamento chiamando la segreteria Usarci-Sparci al 010 595 48 38.

---

## Sportello



E' stato sottoscritto uno stretto accordo di collaborazione con un patronato che assicura alla nostra associazione servizi di eccellenza per tutto ciò che compete all'INPS.

Tutti i mercoledì pomeriggio, presso la ns. sede, su appuntamento, sarà presente un consulente che potrà affrontare tutte le problematiche relative a:

**Tutti i tipi di pensione: Invalidità, Vecchiaia, Anzianità, Superstiti.**

**Rilascio immediato del modello CUD (non più fornito dall'INPS)**

**Verifica importo della pensione in pagamento e conseguente domanda di ricostituzione e supplemento**

**Verifica posizione contributiva, conteggio pensione, calcolo della decorrenza**

**Invalidità Civile, Handicap e Indennità d'accompagnamento**

**Consulenza su Modelli ISEE e RED**

**Tutti i servizi erogati sono gratuiti**

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

## Smettere di fumare

### Quali benefici

**F**ino a qualche anno fa, tra gli agenti di commercio chi non fumava era una rarità. Poi con il tempo, sempre di più, questo vizio è andato a ridursi. Ricordo le riunioni dove tutti si fumava, alla fine delle quali i vestiti impregnati restavano puzzolenti. Sono rimasti in pochi, tra gli uomini, mentre tra le signore le fumatrici rimangono ancora tante vittime del vizio. Ho smesso di fumare circa 20 anni fa e sono contento di essere riuscito a liberarmi da questa schiavitù, perché i benefici li ho riscontrati quasi subito. I miglioramenti li ho notati con il passare dei giorni, sebbene per liberare completamente il corpo dalla nicotina possano passare anche 9 mesi, e per abbassare considerevolmente il rischio di tumore servano una decina di anni. Però dopo circa un anno mi era sparita una congestione nasale che mi perseguitava da anni. I medici affermano che fumare fa salire la pressione sanguigna e la frequenza cardiaca, ma smettere implica una vera e propria crisi di astinenza che può durare per un periodo molto lungo. Dopo soli due giorni però si può già notare che il gusto e l'olfatto iniziano a migliorare e si ha più gusto nel mangiare. Si potrà gustare a pieno il sapore degli alimenti. Smettere di fumare potrebbe, in alcuni casi, far aumentare la tosse, è un modo per espellere i veleni accumulati. Bisogna bere molto e assumere cibi ricchi di fibre (frutta, verdura, cereali integrali). Il flusso sanguigno cerebrale aumenta. Ciò potrebbe causare un po' di mal di testa.

Dopo una settimana la maggior parte dei sintomi acuti d'astinenza sono passati, però per alcune settimane ci si può sentire irritabili e poco concentrati. Il metabolismo tende a normalizzarsi, è anche il motivo per cui si può aumentare di qualche chilo. Io ho iniziato a fare esercizio fisico, soprattutto lunghe passeggiate a pas-

so veloce e sono riuscito a contenere e l'eccesso di peso.

Già nei primi tre mesi i benefici legati alla decisione di smettere di fumare iniziano ad essere evidenti. La circolazione continua a migliorare. I piedi, le mani e la pelle ricevono più sangue. La pelle appare più luminosa ed elastica. L'apparato respiratorio riprende a migliorare perché lentamente i bronchi vengono puliti. Questo potrebbe procurare ancora un po' di tosse, perché i polmoni stanno riacquistando la funzionalità che avevano prima di iniziare a fumare. Entro l'anno dal momento che si è smesso di fumare, la capacità polmonare è aumentata e questo permette di sopportare meglio gli sforzi fisici, che non si era più in grado di affrontare. Il mio medico, dopo circa 6 mesi di astinenza, ha notato un forte miglioramento nella capacità respiratoria. Anche le normali attività quotidiane risultano meno faticose. Dopo 5 anni

**i medici affermano che fumare fa salire la pressione sanguigna e la frequenza cardiaca, ma smettere implica una vera e propria crisi di astinenza che può durare per un periodo molto lungo**



il rischio di infarto si è dimezzato, così come quello di tumore alla bocca e alla gola. Fumare aumenta notevolmente queste patologie. Smettere le riduce e riporta la salute a livelli ottimali. Più tempo passa dal momento in cui si è abbandonata la sigaretta e più i rischi per la salute diminuiscono. Dopo 10 anni di "astinenza" il rischio di tumore polmonare è divenuto la metà di quello di un fumatore, quello di infarto è pari a chi non ha mai fumato. Dopo 15 anni il corpo si normalizza e le condizioni si equiparano a quelle di chi non ha mai fumato. Se non si toccano sigarette per almeno 20 anni si è completamente liberi dalle conseguenze patologiche del fumo e ogni rischio di malattia è equiparato a quello di chi non ha mai fumato. Inoltre si sono risparmiati un sacco di soldi.

D. C.

## Check-up dell'agenzia

Si è svolto presso la sede Usarci di Genova sabato 29 aprile un seminario dal titolo "Check-up dell'agenzia"

Il seminario era imperniato sull'esame delle caratteristiche della propria agenzia e lo screening dell'organizzazione e dell'operatività dell'agenzia.



Come compilare l'anagrafica delle mandati – con la storia del mandato.

Come impostare l'elenco di procedure che l'agenzia deve adottare relativamente alle attività di

analisi della struttura organizzativa, competenze e delle risorse, incluse quelle finanziarie; analisi dei risultati del grado di Soddisfazione del Cliente e della Casa Mandante;

analisi delle/a Case/a Mandanti/ e Modalità dell'Agenzia per comunicare con i clienti.

Modalità dell'Agenzia per stabilire, garantire ed informare la Casa Mandante riguardo le eventuali informazioni di ritorno

del cliente, compresi i suoi reclami.

Riesame dell'ordine dell'Agenzia con il cliente.

Redazione del regolamento della privacy.

Monitoraggio della soddisfazione del Cliente e della Casa Mandante.

Se si desidera un'agenzia moderna e strutturata è necessario creare procedure da rispettare. C'è chi riesce a organizzarsi in autonomia, ma molti agenti hanno bisogno, per arrivare a certi obiettivi operativi, di un supporto. I seminari e i corsi di formazione che Usarci-Sparci organizza hanno lo scopo di indirizzare e sviluppare le competenze.

D. C.

# CHECK-UP

agenzia e nello specifico per:

approvare i documenti, prima della loro divulgazione ed emissione; identificare, archiviare, proteggere, reperire, e conservare gli stessi con criteri univoci.

E' stata presa in esame la procedura per l'acquisizione, esame, invio alle case mandanti degli ordini e relative registrazioni, archiviazione elettronica e cartacea e il riesame dei documenti a fornitura avvenuta. Particolare attenzione è stata data alle procedure per la gestione reclami.

E' stato esemplificato un piano di Sviluppo Annuale che l'agenzia deve predisporre sulla base delle strategie per definire obiettivi annuali dell'Agenzia. L'esempio di compilazione ha avuto il suo epilogo nell'esame dei seguenti aspetti:

analisi dei reclami  
analisi dei risultati degli obiettivi inseriti nel Piano di Sviluppo;

### Le finalità del seminario erano:

Acquisire le conoscenze delle procedure per la valutazione della operatività, e della organizzazione dell'agenzia, dopo averne esaminato con attenzione la peculiarità, sia sotto l'aspetto della posizione contributiva, dei contratti di agenzia in essere, sia dell'organizzazione operativa e informatica.

### Gli argomenti sviscerati sono stati in sintesi:

Come compilare l'anagrafica dell'agenzia con i dati relativi all'Iscrizione nel Registro delle imprese / R.E.A. – partita IVA; matricola ENASARCO – LOGIN E P.W. Enasarco Controllo posizione e contributi; elenco degli addetti alla vendita e sub-agenti.

Come redigere l'elenco dei corsi di formazione seguiti ed eventuali attestati di frequenza.

Come definire i Target annuali per ogni mandante.

## Genova tornerà ad essere un luogo dove si potranno avere opportunità?

Intervista a Stefano Balleari, candidato vicesindaco di Genova

*Davide Caropreso, in occasione dell'Assemblea annuale dell'Usarci-Sparci, ha intervistato il Dott. Stefano Balleari, candidato alle prossime elezioni comunali come vicesindaco della città di Genova, sul futuro della città, chiedendogli:*

**“Genova tornerà ad essere, per gli agenti di commercio, un luogo dove si potranno nuovamente avere le opportunità di lavoro, come accadeva negli anni 60 e 70”?**

Il dott. Balleari, a questa domanda impegnativa ha risposto:

“A questa domanda si può solo dare



Stefano Balleari

la risposta: sì.. no... forse. Prima di tutto bisogna aver presente, senza cadere nella nostalgia del ricordo, di com'era Genova in quel perio-

do.

*“Vedrai una città regale, addossata ad una collina alpestre superba per uomini e per mura, il cui solo aspetto la indica signora del mare”.*

Lo diceva Petrarca nel 1358, sebbene ci distanzino oltre 650 anni da quella frase, non c'è dubbio che Genova anche negli anni 60 e 70 era estremamente florida. Proprio il censimento del 1971 ci ha consegnati la più alta popolazione residente nella città: poco più di 816.000 abitanti, apice di un trend iniziato subito dopo la guerra e che vedeva Genova protagonista industriale del nord Italia. →

## Privacy



GESTIONE DELLA  
PRIVACY E DEI  
DATI SENSIBILI

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

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

Gli adempimenti minimi da rispettare sono:

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

- Organizzare nella vostra agenzia le figure ed i compiti previsti dalle norme vigenti (anche per chi opera come ditta individuale ed in assenza di collaboratori).

- Mantenere aggiornati, in relazione alle norme vigenti, i computer e le loro dotazioni (antivirus, il sistema di protezione elettrica, il sistema di salvataggio dati, il sistema di identificazione, ecc.) e le scritture, usati per il trattamento dei dati

USARCI-SPARCI ha organizzato incontri SINGOLI con un esperto del settore che, su appuntamento, è a disposizione per analizzare ogni singola posizione.

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

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



Il porto era vivo, ma si estendeva anche l'industria pesante, come le acciaierie di Cornigliano, Ansaldo, Fincantieri e tutte le grandi aziende che hanno portato lavoro ed economia a Genova, sia in maniera diretta, che indiretta, con tutte le piccole e medie imprese nate per dare servizi e prodotti alle grandi aziende Genovesi.

Insomma Genova tocca il suo apice del secolo proprio in quegli anni.

Genova era attrattiva, attirava mano d'opera specializzata e professionale. Manager di Stato, professionisti del settore bancario, investitori e semplici commercianti popolavano una città viva e in perenne fermento, in un periodo di boom economico nazionale. Non a caso Genova era il terzo apice del triangolo industriale del nord-ovest.

In quel fermento crescevano le opportunità e il miglioramento della vita era evidente.

Il settore della vendita viveva una sua fase notevolmente positiva.

E' certo che la città può tornare ad essere quel che era, perché il dinamismo dei genovesi è solo assopito, non arde più, perché è sotto la cenere, ma basterebbe una folata di vento nuovo per attizzare il fuoco della vocazione

commerciale. E' evidente che non si può tornare indietro di 40/50 anni, perché il mondo è cambiato e questo passato è come un'altra era geologica. Quel mondo è finito definitivamente; questo non vuol dire che non possono esserci nuove possibilità. Con l'industria 4.0 e con l'avvento delle intelligenze artificiali cambieranno ancora molte cose. Una necessità che non verrà a mancare è la gestione dei rapporti umani con i clienti. Cambierà il modo e si avranno strumenti diversi, forse migliori o forse solo diversi. Se non si cavalcherà il cambiamento sarà lui a cavalcare noi e ci lascerà indietro.

Saranno le scelte di ognuno che contribuiranno al cambiamento di Genova.

Gli agenti di commercio saranno gli autori del proprio futuro. La capacità della categoria a risollevarsi sempre sarà foriera del rinnovamento.

Si dovranno affrontare, nel breve periodo, difficoltà da sempre radicate, come la tassazione di una categoria che, oltre alla "normale imposizione", deve sostenere costi, che in Liguria sono maggiori che altrove, come i carburanti e le autostrade contro una crisi drammatica che dal 2008 ad oggi

ha visto perdersi quasi il 20% del reddito. A fronte di una situazione di precarietà che ha visto la vita media dei mandati di agenzia da una durata medio/lunga a una durata difficilmente superiore ai 5 anni. Tutto questo per chiederci se si possono ancora fare scommesse sul futuro, ma non chiediamo se Genova possa tornare ai fasti del passato perché la domanda risulterebbe retorica.

Ci si deve chiedere se si sa di che cosa Genova ha bisogno per tornare la Genova che ricordiamo. Ma soprattutto se è possibile che accada. Secondo il mio parere Genova può tornare ai fasti di un tempo, se ci sarà un impegno di tutti. Ci dovrà essere una nuova società civile che si occupi della città e che la traghetti verso un futuro di colori vivaci.

I genovesi dovranno impegnarsi in ogni settore e dovranno esigere una classe dirigente e politica all'altezza della situazione.

Genova non sarà mai più quella degli anni 60 e 70, ma dovrà essere migliore, se tutti si impegneranno per renderla migliore.



# Come fatturare le indennità di fine rapporto

## Il trattamento fiscale delle indennità

**L**e indennità di fine rapporto che l'agenzia dovrà fatturare, quando un rapporto è terminato e se i presupposti per richiederla sussistono, in linea di massima sono tre:

l'indennità suppletiva di clientela;  
l'indennità di mancato preavviso, se la disdetta da parte della mandante è immediata e non è richiesto il periodo di preavviso;  
l'indennità meritocratica.



### **L'indennità suppletiva di clientela:**

l'importo su cui è calcolata l'indennità è costituito dal totale delle provvigioni più le altre somme liquidate all'agenzia (ad esempio premi, rimborsi spese ecc). Tale indennità è esclusa ai fini IVA ex art. 2 co. 3 lett. A DPR 633/1972. Sull'importo liquidato la mandante dovrà operare una ritenuta di acconto del 20%, trattandosi di reddito soggetto a tassazione separata, nel caso di ditta individuale o di società di persone. Nel caso di società di capitale non verrà operata nessuna ritenuta, perché l'indennità è considerata come reddito di impresa.

### **L'indennità di mancato preavviso:**

è calcolata sulle somme erogate dalla ditta mandante l'anno prece-

dente la disdetta del mandato in base ai mesi di preavviso spettanti. Anche in questo caso, vista la natura risarcitoria dell'indennità, è esclusa ai fini IVA ex art. 2 co. 3 lett. A DPR 633/1972. Quanto sopra si applica alle ditte individuali e alle società di persone e costituisce reddito soggetto a tassazione separata e sarà operata una ritenuta di acconto del 20%. Per le società di capitale, come già per l'indennità suppletiva

di clientela, non verrà operata nessuna ritenuta perché l'indennità è considerata come reddito di impresa.

### **L'indennità meritocratica:**

l'importo su cui è calcolata l'indennità è dato, in linea di massima, dalla differenza tra gli importi provvigionali, rivalutati in base agli indici ISTAT, relativi ai primi tre anni di rapporto, e gli importi provvigionali relativi agli ultimi tre anni. Per rapporti di durata inferiori sono previsti altri parametri di calcolo. Si deve ritenere che anche questa indennità abbia natura risarcitoria e quindi come tale esclusa ai fini IVA ex art. 2 co. 3 lett. A DPR 633/1972. Sull'importo liquidato la mandante dovrà operare una ritenuta di acconto del 20%, trattandosi di reddito soggetto a tassazione separata, nel caso di ditta individuale o di società

di persone. Nel caso di società di capitale non verrà operata nessuna ritenuta perché l'indennità è considerata come reddito di impresa e quindi soggetta a tassazione ordinaria.

### **FIRR (Indennità per risoluzione del rapporto)**

Il FIRR che solitamente viene versato dalla mandante direttamente all'ENASARCO, in caso di risoluzione del rapporto, la quota non ancora versata all'Ente sarà liquidata direttamente all'agente. Tale indennità è esclusa ai fini IVA ex art. 2 co. 3 lett. A DPR 633/1972. Sull'importo liquidato la mandante dovrà operare una ritenuta di acconto del 20%. Per le società di capitale, come già per l'indennità suppletiva di clientela, non verrà operata nessuna ritenuta, perché l'indennità è considerata come reddito di impresa.

Quindi sulle fatture che l'agenzia dovrà emettere relativamente alle indennità di cui sopra dovrà indicare l'esclusione dall'IVA come da art. 2 co 3 lett. A DPR 633/1972 e le ritenuta di acconto del 20%.

**M. G.**

# Il Fisco e Laffer

## Si possono ridurre le tasse

Con le nuove normative riguardanti il “regime per cassa” si avrà un aumento del peso burocratico, che penalizza soprattutto i piccoli imprenditori. Non dimentichiamo il nuovo spesometro trimestrale e la comunicazione trimestrale dei dati delle liquidazioni IVA. Altra novità saranno gli elenchi clienti/fornitori con l’obbligo dell’invio trimestrale. Quindi la beffa di dover sopportare anche l’aumento dei costi burocratici che i commercialisti, i quali già impazziscono, perché hanno difficoltà a mantenersi aggiornati, scaricheranno sulle spalle di noi poveri “imprenditori”.

Per contrastare l’evasione fiscale è stata inventata l’anagrafe tributaria che tratterà tutti i pagamenti. E’ in fase di studio un sistema di trasmissione telematica degli scontrini fiscali e amenità simili. Poi abbiamo personaggi che ottengono tangenti per milioni di euro da anni, ma nessuno se ne accorge. E’ già stato più volte affermato che il fisco è forte con i deboli e debole con i forti. Tutte queste “invenzioni” non porteranno a nulla sotto l’aspetto contrasto all’evasione, ma complicheranno ancora di più la vita alle imprese, che in provincia di Genova già stanno chiudendo al ritmo di tre/quattro al giorno.

E’ possibile risolvere questo stato di cose? Siamo a ripetere sempre le stesse cose, ma in Italia nessuno ha il coraggio di prendere veramente in pugno la situazione come ha fatto a suo tempo Reagan negli Stati Uniti, quando ha drasticamente ridotto le tasse. Reagan ha semplicemente adottato ciò che insegna la **curva di Laffer**.

La **curva di Laffer** è una curva che ha derivata seconda negativa nel momento in cui la sua derivata prima è nulla e che mette in relazione l’aliquota di imposta (asse delle ascisse) con le entrate fiscali (asse delle ordi-

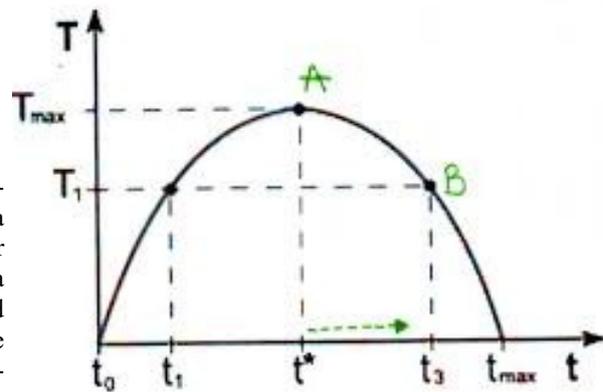
nate). Fu impiegata dall’economista Arthur Laffer, per convincere l’allora Presidente Ronald Reagan di ridurre la pressione fiscale.

Laffer ipotizzò che esiste un livello del prelievo fiscale oltre il quale l’attività economica non è più conveniente e il gettito si azzerava. Nella teoria keynesiana, il debito pubblico è pari alla differenza fra tasse e spesa pubblica; il gettito fiscale è dato dall’aliquota moltiplicata per il PIL, o reddito nazionale, ed è direttamente collegata alla produzione della ricchezza. Secondo Laffer esisteva un’aliquota, corrispondente all’ascissa del punto più alto della curva a campana, oltre la quale un aumento delle imposte avrebbe disincentivato l’attività economica e quindi ridotto il gettito, in misura crescente, fino al punto in cui il prelievo fiscale, se raggiungesse il 100%, causerebbe l’azzeramento del gettito.

La riduzione del gettito è a sua volta interpretabile come cessazione delle attività economiche a causa di una pressione fiscale eccessiva, o come aumento dell’evasione ed elusione fiscale.

Oltrepassata l’aliquota ottimale il gettito fiscale tende a diminuire. Anche Donald Trump ha proposto un taglio rivoluzionario delle imposte, perché accanto alla riduzione dell’imposta federale sulle società dall’attuale 35% al 15% (più l’aliquota statale del 5% medio) e di quella personale sul reddito la cui aliquota massima sarebbe il 35%, c’è una speciale flat tax per le persone che partecipano a società di capitali a base personale, che fruirebbero del 15% anche per i proventi loro erogati.

Queste società chiamate pass through



(ossia «ponte») negli Usa comprendono gran parte del lavoro autonomo, degli artigiani, le società immobiliari e i fondi di investimento di natura personale. Appena la riforma Trump è stata presentata, è sorto un grande sghignazzo, come se fosse una idea balzana, basata sulla curva di Laffer.

L’aumento del gettito derivante dal ribasso di imposta può derivare dalla crescita del Pil che esso genera a livello nazionale o nel settore detassato. La flat tax per i titolari di società di capitali personali può generare nuova occupazione in attività prima non convenienti. Ma non c’è solo il maggior Pil nel progetto. Rientreranno dall’estero molti proventi di filiali estere di società Usa che ora rimangono fuori, perché le tasse negli Usa sono più alte. Inoltre il gettito con imposte moderate spesso aumenta, perché si riduce l’evasione fiscale fatta con trucchi costosi come collocare all’estero la proprietà intellettuale di marchi, brevetti, diritti d’autore e fare vendite on line con postazioni in Stati a minor tassazione.

La flat tax parziale, che Trump ha escogitato, in Italia esiste nel settore immobiliare come «cedolare secca» del 21% per i fitti di persone per usi residenziali. Tradurre il piano Trump in progetti italiani farebbe bene all’occupazione, all’economia, all’etica tributaria.

D. C.

## Chi dà fastidio è il cliente

### La Liguria vista da un turista lombardo

La Liguria è generosa. Anche per le opportunità che offre al “milanese”, che nel “ponte d’aprile” decide – con coraggio e determinazione – di imboccare l’autostrada e dirigersi con la famiglia al mare: quello ligure, per eccellenza! Nel viaggio, si rivivono ricordi d’infanzia, in cui ritrovare – nonostante i 60 anni - lo stesso spirito vacanziero, le stesse problematiche del viaggio ... con una automobile un po’ più capiente e confortevole di all’ora. . La cittadina ligure – prescelta per questo ponte - è bagnata dal ponente: più che dal mare, da una pioggerella discontinua che non preannuncia nulla di motivante. Ma il desiderio di fermarsi e di uscire dalla metropoli milanese è più forte della previsione meteo. Purtroppo, queste si fanno sempre più sentire come realistiche ed attendibili. La pioggerella del ponente, diventa pioggia e si trasforma in un forte acquazzone che caratterizzerà poi, il periodo di soggiorno prescelto. La spiaggia diventa proibitiva, il mare rumoreggia e il forte vento spinge a prendere rapide decisioni. Che fare? I carruggi offrono riparo alle intemperie: comunque il “giretto” è d’obbligo. Dal 1985 mi occupo di vendita: come direttore commerciale, consulente, ricercatore, docente, formatore, coach e a settembre di quest’anno anche autore di un testo di vendita - scritto appositamente per i venditori - il cui titolo “ *I Signori rappresentanti si ricevono il martedì* ” ha già ricevuto ampi consensi anche da queste pagine. Se la vendita è sempre stata oggetto delle mie ricerche, non posso non sottolineare che, per vendere, ci vuole “un cliente”: *senza clienti, non si va da nessuna parte!* Tralasciate le teorie, le tecniche, gli psicologismi, le alchimie dei cosiddetti “guru”, mi

trasformo in un cliente e faccio un “giretto” con la famiglia tra i carruggi genovesi: la cittadina ligure diventa un laboratorio vivente. Milanese in vacanza, impossibilitato alla spiaggia e privato del sole, faccio un cliente *che ha deciso* di vedere, toccare, provare e chissà, anche ... *di acquistare*: Evviva, un cliente!

**Agenzia Immobiliare.** Ne conto tre su 100 metri lineari. I cartelli espongono il prodotto e il prezzo. L’attrattiva è forte: il bilocale vista mare a 50 metri dalla spiaggia non passa inosservato. Decido: entro. Incrocio sulla porta d’ingresso una Signora: l’unica presente nel negozio. Posso? Chiedo. Certo, ma sto chiudendo l’ufficio. Ma sono le 10 del mattino! Rispondo d’impulso. Appunto – contraccambia con una dolce cadenza ligure - vado a prendere un caffè. Poi torno. Incredulo: ma potrebbe essere che non ci sia più. La Signora scompare tra i passeggiatori vacanzieri.

**Abbigliamento di moda.** Cerco la famiglia. Entro nel negozio. Trovato qualcosa di interessante? Tante cose, mi risponde mia moglie. Allora? Non ci sono commesse e la Signora sta servendo un’altra cliente. Mi ha detto che bisogna aspettare. Sai che facciamo? Torneremo poi.

**Edicola.** Corriere? Non c’è. La rivista ...? Non arriva. L’insero ...? Esaurito. Quel CD ...? Arriverà. Due biglietti dell’autobus? Aspetti, che servo questo cliente. *E io chi sono?*

**Pasticceria** Si prende un caffè. La famiglia attende che il barista ci proponga di acquistare “qualcosa” della produzione dolciaria ligure locale. Silenzio. Ma non ha dei pasticcini? Sollecito la vendita. Sì – mi risponde - tutto quello che ho è là. E prosegue – girandoci le spalle - nei suoi meccanismi



movimenti, alla macchina del caffè. *Chi da fastidio?*

**Negozi di occhiali.** Non c’è il sole ma la vetrina è invitante. Giro nello spazio ben assortito. Provo e riprovo. Mi sento compiaciuto della scelta. La commessa è intenta a impilare delle “scatolette”. sento una voce: “Ottima scelta! L’ho osservata. Le stanno benissimo!” Mi sento gratificato. Finalmente qualcuno a cui non dare fastidio. “Li vendo io! Sono un rappresentante e quelli sono i modelli estivi che ho iniziato a proporre. Mi fa piacere che abbiano incontrato la sua scelta”. E’ alto, brizzolato. In effetti, accanto a lui sul pavimento, ha una grossa valigia con le “scatolette” ben disposte in quello che è il suo campionario. Sorride e dice alla commessa: Vede? Esposti e venduti! Mi guarda e sorride. Anch’io e mi avvio alla cassa. Compro e pago. Da parte della commessa neanche una semplice congratulazione d’acquisto. Ci sono anche per sua moglie! Esclama il Rappresentante. Meno male che ci sono ancora ... *I Signori Agenti Rappresentanti...* Comunque, liguri o no, loro dal Cliente non sono infastiditi. Complimenti a tutti Voi.

**Eliano B. Cominetti**

## Quando una clausola di un contratto di agenzia può definirsi nulla

### Le modifiche unilaterali

Accade non di rado che le case mandanti operino veri e propri storni provvigionali andando, di fatto, ad alterare l'importo delle provvigioni maturate dall'agente.

Questo meccanismo avviene spesso attraverso la concessione alla clientela di "sconti" e "premi" c.d. "extra".

Ma partiamo proprio da un caso concreto che ha interessato un associato Usarci-Sparci che lo ha visto contrapposto ad una azienda leader del settore "Elettrodomestici".

In particolare il mandato di agenzia sottoscritto dall'agente così recitava:

*"noi abbiamo la facoltà di concedere ai clienti "extra sconti" ove essi, nell'anno promettano di raggiungere acquisti per un determinato fatturato o per un determinato quantitativo di prodotti, anticipatamente applicando tale "extra sconto" alle singole fatture nello stesso anno di competenza e così riducendo la base di calcolo del vostro compenso provvigionale; ciò premesso ove la promessa non venga dal cliente mantenuta, noi avremo la facoltà di esercitare a nostro insindacabile giudizio di addebitare o non addebitare al cliente le somme degli "extra sconti" già praticati riconoscendovi, nell'ipotesi di riaddebito al cliente, della parte di conto già riconosciutagli, le relative differenze provvigionali; noi abbiamo altresì la facoltà di concedere ai clienti gli extra sconti di cui sopra ..., ma posticipatamente applicandoli alle fatture emesse nell'anno di competenza e così corrispondendoli nell'anno successivo; ciò premesso noi avremo la facoltà di esercitare a nostro insindacabile giudizio ed indipendentemente dal consuntivo dell'anno di competenza per il cliente, di riconoscere o non riconoscere tale extra sconto, addebitandovi, nell'ipotesi di riconoscimento extra sconto al cliente, le relative differenze sulle provvigioni già riconosciutevi, con possibilità di com-*

*pensarle con le provvigioni dovutevi".*

Rispetto alla validità di una clausola di questo tipo, è lecito dubitare. Tuttavia per nulla semplice è far dichiarare la stessa nulla.

Così però a deciso il tribunale di Genova, sulla base di un principio in base al quale l'agente deve sempre e comunque avere la possibilità di controllare e verificare con certezza l'ammontare della provvigione la quale non può, invece, essere stabilita o meglio modificata "in corso d'opera" dalla Mandante.

Il Tribunale, infatti, ha così motivato la propria importante decisione:

*"Orbene, nel contratto di agenzia l'attribuzione al preponente del potere di modificare talune clausole ed in particolare quelle relative al portafoglio dei clienti, può trovare giustificazione nell'esigenza di meglio adeguare il rapporto alle esigenze delle parti, così come esse sono mutate nel decorso del tempo, ma perché non ne rimanga esclusa la forza vincolante del contratto nei confronti di una delle parti contraenti, è necessario che tale potere abbia dei limiti e, in ogni caso, sia esercitato dal titolare con l'osservanza dei principi di correttezza e buona fede".*

E' pertanto nulla ad esempio *"per indeterminatazza dell'oggetto (ex art. 1346 e 1418 c.c.) la clausola del contratto di agenzia che preveda che il preponente possa unilateralmente con il solo onere del preavviso, modificare le tariffe provvigionali, salva la facoltà di recesso dell'agente in caso di mancata accettazione di tale modifica dell'originaria pattuizione negoziale, dovendo escludersi che la determinazione di un elemento essenziale del contratto (quale la controprestazione dell'agente costituita dalle provvigioni) sia rimessa al mero arbitrio della preponente (..) ".*

Precisa poi il Giudice che, con riferi-



mento alla clausola del contratto di agenzia sopra richiamata: *"Le clausole in esame rimettono alla volontà unilaterale della casa mandante, non solo la scelta dei clienti destinatari, degli extra sconti, ma persino l'entità economica di questi – con conseguente incertezza assoluta sull'ammontare dell'eventuale riduzione della provvigione – e la determinazione di tenerli fermi anche quando i clienti non mantengano l'impegno fidelizzante al quale erano stati condizionati. Queste scelte incidono sul calcolo della provvigione. Sono rimesse ad un potere incondizionato della preponente che si esprime su più piani e in tempi diversi".*

Dunque, finalmente, viene posto un limite alle "imposizioni" delle case mandanti. Le clausole del contratto di agenzia devono consentire all'agente di calcolare, verificare la provvigione e non possono attribuire alla Preponente la facoltà di variarla secondo logiche di mercato, o scelte autonome che non entrano nella sfera decisionale o dell'agente.

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

# Programmazione Neuro Linguistica

## Espandere i confini della mente

Tra i molteplici servizi che la sede **USARCI Liguria** mette a disposizione degli agenti di commercio, viene da tempo evidenziato quello della Formazione Professionale. Nel palinsesto corsuale dei prossimi mesi è presente la **Programmazione Neuro-Linguistica**, scienza della comunicazione che ha assunto un'importanza tale da essere inserita nel bando formativo **ENASARCO** per gli Agenti di commercio. La programmazione Neuro Linguistica (**P.N.L.**) mette a disposizione per coloro che si occupano di vendita, una ricca serie di strumenti raffinati e potenti, grazie ai quali è possibile attivare forme di pensiero vincente, efficaci strategie comunicative ed innovative competenze progettuali.

Ma cosa è la **P.N.L.**? Soprattutto: come concretamente aiuta l'agente di commercio a raggiungere risultati soddisfacenti?

La definizione canonica dice che la **P.N.L.** è lo "studio della struttura dell'esperienza soggettiva", ma se vogliamo usare parole più semplici è sufficiente dire che è un **atteggiamento** caratterizzato da senso di osservazione, serenità, curiosità, sperimentazione e desiderio di imparare abilità e tecniche necessarie a comprendere quali tipi di comunicazione influenzano gli altri.

Inizialmente, tra la fine degli anni '70 e la prima metà degli anni '90, la **P.N.L.** veniva essenzialmente gestita all'interno della psicoterapia, solo successivamente si allargò alle scienze umane e alla comunicazione, con particolare applicazione nelle arringhe legali e nella comunicazione politica.

Negli ultimi vent'anni i modelli della **P.N.L.** si sono inseriti prepotentemente nella vendita e nel coaching, i più grandi brand mondiali l'hanno acquisita ed applicata in tutta la loro filiera comunicativa, permeando della sua essenza dapprima i quadri dirigenziali interni e

susseguentemente il personale sussidiario del back office e quello del front line. Le reti vendita hanno di conseguenza iniziato a partecipare a svariati meeting, seminari e corsi formativi sulle dinamiche e tecniche comunicative insegnate dalla **Programmazione Neuro Linguistica**.

È nato così il più grande orientamento formativo di imprinting relazionale che sia mai esistito. Oggi possiamo affermare che la fidelizzazione empatica tra un venditore ed il proprio cliente transita attraverso gli assiomi della Programmazione Neuro Linguistica.

La **P.N.L.** per sua natura abbraccia la continua ricerca. È un modello nato dall'osservazione di comunicatori eccellenti, perciò insegna per prima cosa ad essere buoni ascoltatori e buoni osservatori, capaci di comprendere gli schemi mentali degli interlocutori e come avere il controllo delle proprie strategie, per poi poter comunicare efficacemente.

La grande innovazione della **P.N.L.** è quella di entrare nell'osservazione, nell'ascolto e nelle sensazioni che produce la nostra comunicazione verbale e non verbale sugli altri. In particolare:

**1** Cosa avviene nell'interlocutore quando comunichiamo con lui;

**2** Come viene espressa la sua comunicazione;

**3** Cosa provoca in chi ascolta questa comunicazione;

**4** Come si comporta di conseguenza chi ci ha ascoltato e che risposte fornisce. Oggi la **P.N.L.** viene considerata una "tecnologia" basata sulle strategie efficaci di pensiero e comportamento relazionale che permettono a chiunque di organizzare le proprie informazioni e percezioni compatibilmente con gli indicatori assunti dal Problem solving.

Nella **Vendita** la Programmazione Neuro Linguistica si presta particolarmente per i seguenti aspetti:

- Creare relazioni proficue e durature



con il cliente;

- Evitare resistenze, distonie, incomprensioni, antipatie durante le trattative di vendita;

- Riconoscere le strategie decisionali che portano all'acquisto o alla chiusura di un contratto;

- Catturare con le parole, il tono di voce e il linguaggio del corpo;

- Trasformare in alleato il proprio stato emotivo;

- Essere per sempre leader di se stesso;

- Possedere l'intelligenza linguistica ed il relativo linguaggio di precisione;

- Profilare il cliente per capire come pensa, come viene motivato, come ama ricevere le informazioni;

- Ancorare nella mente del cliente la nostra immagine come fonte di simpatia, empatia e fiducia;

- Possedere una mente fresca, flessibile, ottimista, volenterosa ed indipendente.

Per coloro che sono curiosi di saperne di più esistono tanti libri a riguardo, ma come sempre occorre una certa attenzione tra ciò che è sacro e profano, tra ciò che è scienza e ciò che è business..... Consiglio personalmente di affacciarsi a questa disciplina attraverso i testi di Antony Robbins, di Richard Bandler e John Grinder (seguite nella successione la scaletta degli autori) e chiedete alla **USARCI Liguria** i corsi autorizzati in **P.N.L.** posti in calendario.

**Dott. Ottavio Baia**

## Il telepass e il fisco

**Una sentenza della Cassazione ha riconosciuto la possibilità di accertamenti fiscali sui passaggi ai caselli autostradali**

Quando si dice che il fisco in Italia è medioevale non si sbaglia. Oggi esiste una nuova fonte di informazioni, che potrebbe spillare quattrini a chi le tasse già le paga. Noi agenti di commercio, che paghiamo fino all'ultimo centesimo di tasse, non perché siamo tutti immacolati, ma perché **non possiamo evadere**, dato che le provvigioni ci vengono pagate solo

se in atto dal fisco, ma in queste trappole può cascare chi non ha nulla da nascondere. Questo perché le valutazioni non sono oggettive, ma "intuitive" e quindi c'è qualche persona che "deduce" e queste deduzioni possono essere molto pericolose. Cosa è successo nello specifico?

La Cassazione ha permesso l'uso dei dati delle autostrade per utiliz-



dito dichiarato, c'è invece un continuo passaggio per motivi di lavoro ai caselli autostradali e quindi che l'attività professionale possa comportare introiti maggiori di quelli dichiarati. Siamo sempre alle deduzioni. Ma quando si prenderanno ad esempio le norme tributarie di paesi evoluti dove le tasse sono eque, le pagano tutti e chi evade finisce "veramente" in galera?

D. C.



se presentiamo la fattura, siamo perfettamente d'accordo sul fatto che è sacrosanto combattere l'evasione. Abbiamo però forti dubbi che questa battaglia porti risultati, visto che gli evasori se ne infischiano di tutte le trappole mes-

zarli contro i contribuenti in fase di accertamento. Chi usa il Telepass potrebbe diventare obiettivo di un accertamento fiscale. Il caso preso in esame dalla Cassazione mette nel mirino chi dichiara un reddito basso, ma risulta spesso in viaggio in autostrada. E' il caso di un imprenditore che è ricorso al tribunale arrivando fino in Cassazione per sentirsi dire che "gli accertamenti fiscali sui passaggi ai caselli autostradali possono essere utilizzati in fase di accertamento contro il contribuente".

Attenzione ai transiti autostradali, per gli agenti di commercio che hanno iniziato da poco l'attività, o per quell'agente che perdendo fatturato è costretto a aumentare la sua mobilità, quindi investe sulla sua attività, con i frequenti spostamenti e passa più volte tra i caselli autostradali, il fisco potrebbe dedurre che a fronte di un basso red-

**La Cassazione ha permesso l'uso dei dati delle autostrade per utilizzarli contro i contribuenti in fase di accertamento. Chi usa il Telepass potrebbe diventare obiettivo di un accertamento fiscale**

## Il contribuente e gli errori del commercialista

**La Cassazione ha stabilito che un imprenditore, deve vigilare in modo corretto sull'attività del commercialista**

**F**ino a qualche anno fa le dichiarazioni dei redditi si potevano fare autonomamente. Personalmente, e per anni, mi sono compilato il mio 740 che poi portavo a verificare al commercialista, il quale lo approvava, o lo correggeva. Mentre per un privato, o per il dipendente, è ancora possibile, con l'aiuto dell'Agenzia delle Entrate, compilare il modello Unico, per una piccola impresa, gestire la propria dichiarazione dei redditi, è praticamente



impossibile.

Dal 1993 il 740 ha cambiato la sua dicitura in **MODELLO UNICO (modello di dichiarazione compensativo)**, da cui l'abbreviazione Uni. Co). Compilarlo non è propriamente semplice, io direi quasi impossibile, anche perché l'unica via per la sua **presentazione** è di tipo telematico con tante problematiche difficilissime da superare, pertanto l'intervento del commercialista diventa indispensabile.

E' sbagliato pensare che dopo aver consegnato la documentazione al

professionista i problemi che dovessero verificarsi sono solo suoi.

Si fa presto a scaricare sui professionisti la responsabilità di pratiche finite male.

Sono troppo frequenti i casi di agenti di commercio che affidano in toto certe pratiche ai professionisti, senza preoccuparsi se il professionista è in possesso di tutta la documentazione, o se è stato tralasciato di fornire quelle necessarie indicazioni, che il professionista non può cono-

scere, se non gli sono state comunicate.

Gli agenti di commercio sono, a tutti gli effetti, degli imprenditori e come tali devono essere in grado di gestire la propria micro-impresa.

Questo principio è stato sancito da una sentenza della Cassazione che ha stabilito che un imprenditore, che ha impugnato le sanzioni del Fisco affermando che gli omessi pagamenti erano da addebitarsi al commercialista, non ha vigilato in modo corretto sull'attività del commercialista. La sentenza farà giurispruden-

za, perché viene stabilito il principio che il contribuente ha responsabilità nel caso in cui non dimostri la sua estraneità rispetto agli errori del professionista. In pratica il contribuente dovrà controllare il suo professionista. Viene nella pratica rivisto il rapporto tra commercialista e il suo cliente

Dobbiamo notare che gli atteggiamenti nei confronti dei professionisti sono sempre poco collaborativi, con la conseguenza che di fronte a certe mancanze si rischia di dover pagare due volte la propria superficialità.

Qui si inserisce un discorso sulla professionalità: ciò vuol dire che l'agente di commercio deve avere conoscenze di diritto privato, di diritto pubblico, di ragioneria, di scienza delle finanze, di economia politica, di computisteria, di tecnica bancaria, di merceologia, di statistica, e di matematica attuariale ecc. Queste conoscenze mettono in grado l'agente di commercio di operare come una sua mandante. E' importante imparare a rapportarci con chi ci assiste informandosi e autoformandosi; non è più il tempo del foglio scritto a mano, come promemoria, passato al commercialista o all'avvocato sperando che tutto vada per il meglio.

Oggi è fondamentale fornire ai professionisti che ci assistono, tabulati, documenti, notizie, corrispondenza. Fondamentale è controllare ciò che viene fatto dal professionista che ci supporta. Se non si opera con queste metodologie non stupiamoci poi se certi risultati non sono quelli che ci si aspettava!!

**D. C.**

# **SERVIZIO FISCALE**



**CAAF USARCI**

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

## **Contabilità**

Ordinaria e semplificata

## **Gestione**

Ditte individuali, Snc, Sas, Srl

## **Rilevazioni delle ritenute secondo le competenze**

## **Dichiarazioni IVA**

## **Dichiarazione dei redditi**

## **Spesometro**

## **Conteggio versamenti INPS**

## **Conteggio IMU/TASI**

## **Modello 770**

## **Contenzioso tributario**

Prima consulenza gratuita

Gestione di tutti gli strumenti deflattivi del contenzioso tributario

Accertamento con adesione, Acquiescenza, Autotutela ecc.

Gestione del contraddittorio

Assistenza in caso di verifica da parte dell'Agenzia delle Entrate o delle Guardia di Finanza

Contenzioso in Commissione Tributaria Provinciale, Regionale e in Cassazione.

## **Consulenza Bancaria**

Calcolo interessi