

Sparci Notizie

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



Che gli italiani siano i contribuenti tra i più tartassati è risaputo, ma che abbiano un primato europeo e forse mondiale pochi lo sanno. Infatti l'Italia è l'unico paese in Europa e probabilmente al mondo, dove si pagano le tasse anticipate.

Il cervellotico sistema tributario italiano prevede che tutti i contribuenti debbano versare, oltre alle imposte dovute per l'anno precedente, anche l'acconto di imposta su di un reddito non ancora prodotto per l'anno in corso. Non un piccolo acconto ma un acconto che inizialmente era del 96%

portato poi al 99% ed oggi raggiunge il 100%. Tale acconto deve essere versato in due rate una con il saldo dell'anno precedente, la seconda in scadenza a Novembre. (Leggere l'articolo a pag. 6)

SOMMARIO

- Pag. 4 Fine anno
- Pag. 5 Noleggio a lungo termine
- Pag. 6 L'assurdità dell'acconto sulle imposte
- Pag. 8 Una signora tra le banchine e Palazzo Tursi
- Pag. 9 "Gli stagisti"
- Pag. 11 L'assorbimento potenziale di una zona
- Pag. 12 I clienti sotto controllo
- Pag. 13 Gestire il cambiamento
- Pag. 14 Ma dove sono i clienti che comperano?
- Pag. 16 In arrivo la riforma della legge fallimentare

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
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 lunedì al sabato dalle 8,30 alle 12,00, il pomeriggio dal lunedì al venerdì dalle 14 alle 16 solo su appuntamento

Per fissare appuntamenti

telefonare al: 010 5954838

Fax. 010-5848095

e-mail: segreteria@usarciliguria.it

sito: www.usarciliguria.it

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



**Se smetti di imparare
Cominci ad invecchiare**



I NOSTRI SERVIZI

Essere iscritto Usarci-Sparci significa avere al proprio fianco un'associazione in grado di consigliarti, assisterti e tutelarti con servizi professionali mirati.

NELLA QUOTA ASSOCIATIVA SONO COMPRESI I SERVIZI DI:

Consulenza normativa

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

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

Consulenza Enasarco controllo dei versamenti, calcolo versamenti mancanti per la pensione, estratto conto contributi, domanda di pensione, contributi volontari, richiesta FIRR, recupero contributi, richiesta assegni parto, interventi sanitari, mutui immobiliari Enasarco, borse di studio, assegni spese funerarie e per nascita, assegni per pensionati ospiti in case di riposo, soggiorni in località termali o climatiche

Consulenza informatica

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

Consulenza assicurativa

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

Corsi di formazione alcuni corsi sono erogati gratuitamente

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

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

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

Assistenza e tutela legale nelle controversie con le Case Mandanti

Corsi di formazione propedeutica alla certificazione "agenzia di qualità", di gestione operativa e amministrativa dell'agenzia commerciale, di informatica.

Assistenza legale in campo penale in materia di reati al codice della strada

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

Insinuazione in fallimenti e concordati

Dal 1° di Ottobre è possibile pagare la quota associativa 2018

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 anche al saldo, per chi non lo avesse già fatto, 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

Fine anno

Si chiude il 2017 e si conclude il mandato del consiglio direttivo in carica

Il 2017, per l'Usarci-Sparci Liguria, è stato l'ultimo dei quattro anni in carica di questo Consiglio Direttivo. Sono stati anni intensi di attività e progetti, solo rivolti alla tutela e alla difesa di questa nostra categoria sempre più vessata dalle imposte, dalla burocrazia e dalle mandanti.

La litigiosità tra gli agenti e le mandanti è in costante crescita. Questo sta a dimostrare come la stragrande maggioranza delle mandanti non tenga in considerazione la propria forza vendita. Noi che siamo in campo, come agenti di commercio, stiamo cercando di far cambiare questo vento contrario, almeno presso le nostre mandanti e stiamo ottenendo qualche risultato. In un articolo apparso nell'ultimo Sparci Notizie il nostro avvocato Andrea Mortara esamina, non solo sotto l'aspetto legale, la durata media dei mandati di agenzia. Il risultato di questo esame porta a constatare che la vita media di un mandato si è, in questi ultimi anni, ridotta drasticamente. E' un fatto assodato che agenti di commercio con mandati in essere di 15, 20 anni e oltre sono in numero sempre più limitato. E' solo colpa delle mandanti? La risposta non può essere univoca, ma può avere diverse sfaccettature. Un fatto è certo, in un mercato in forte evoluzione con cambiamenti repentini nei gusti e nelle abitudini dei consumatori, con una distribuzione in fermento, sia le mandanti che gli agenti sono spiazzati e dimostrano, in molti casi, di non avere sufficiente capacità di valutare le situazioni, facendo scelte e prendendo decisioni avventate, con conseguenze poco incoraggianti. In questa Liguria, dove ormai da anni si stanno perdendo aziende che erano il pilastro dell'economia, le prospettive non sono certamente rosee. Quella che è la realtà regionale non è recepita al di fuori della nostra zona e pertanto le richieste da parte delle mandanti sono sempre all'insegna della crescita! Noi

come Sindacato cerchiamo di far comprendere questa realtà, diffondendo notizie e dati che indichino alle mandanti le vera realtà di questa regione.

Con la prossima Assemblea dei Soci avrà termine il mandato del Consiglio Direttivo attualmente in carica.

Questa è un'occasione per ringraziare tutti i componenti del Consiglio, composto da volontari che dedicano tempo e risorse solo ed esclusivamente a favore della categoria, nessuno ha interessi o mire politiche, nessuno riceve compensi e questo è un nostro vanto, visto che organizzazioni analoghe non hanno garantito, in passato, e non garantiscono la nostra "imparzialità".

Desidero, inoltre, ringraziare tutti coloro che hanno prestato la loro opera, il loro impegno ed il loro tempo per il Sindacato permettendo all'organizzazione di raggiungere quei risultati di qualità ed efficienza che tutti ci riconoscono. Ricordiamoci che un Sindacato unito e convinto delle proprie potenzialità, quale è il nostro, può raggiungere obiettivi importanti per tutta la categoria. Obiettivi che mirano al miglioramento delle condizioni di lavoro e di vita in generale degli Agenti di Commercio.

Questi quattro anni ci hanno visti impegnati sul fronte della qualificazione dei servizi, della modernizzazione della comunicazione, dell'informatizzazione della gestione. Una particolare attenzione viene data al bilancio, che è da sempre la nostra "bestia nera".

I costi sono tenuti sotto strettissima sorveglianza, mentre le quote associative, che in alcuni casi non sono versate in tempo, sono sempre sotto controllo. Indispensabile è stato il raddoppio del personale addetto alla segreteria, visto che le richieste di servizi si sono fatte sempre più incalzanti.



La pubblicazione del ns. periodico Sparci Notizie, importante strumento di comunicazione, dai contenuti interessanti per la nostra attività di Agenti di Commercio, fornisce informazioni sindacali, culturali e si pone anche l'obiettivo, molto impegnativo, di divulgare il concetto della "formazione".

Auguro a tutti i nostri lettori un fortunato 2018, al prossimo Consiglio Direttivo un buon lavoro e al nostro Sindacato un periodo sempre migliore.

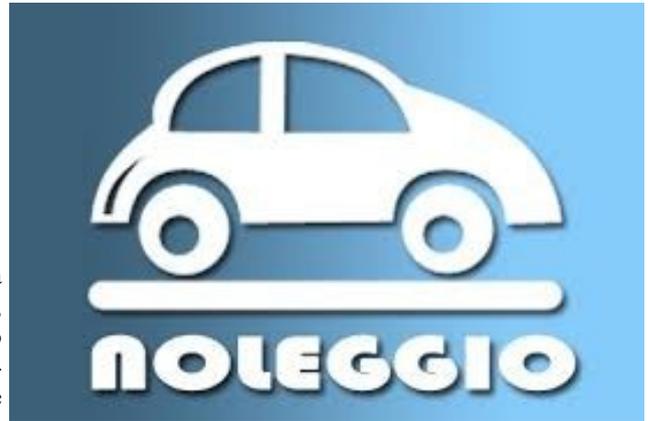
Davide Caropreso
Presidente Usarci-Sparci
presidenza@usarciliguria.it

Noleggio a lungo termine

Un mercato in espansione

Il mercato del Noleggio a Lungo Termine (NLT) è iniziato nel 1990 ed è cresciuto, nel giro di 15 anni, in modo lento, ma costante. Dal 2005 le immatricolazioni legate al NLT sono aumentate quasi in modo esponenziale. La riprova di questa ascesa è la scelta che stanno facendo le realtà con flotte aziendali, tanto che nel 2015 per il 26% delle auto aziendali è stata scelta la formula del noleggio. Con il noleggio a lungo termine si sta diffon-

dendo una nuova idea di mobilità, contro il possesso dell'auto che comporta rischi inutili e perdite di tempo per la sua gestione. Abbiamo intervistato qualche collega agente di commercio utilizzatore del noleggio a lungo termine e la piena soddisfazione è confermata da tutti. Abbiamo voluto fare qualche comparazione, aiutati da esperti di



NLT ed è risultato che: un'auto da 1300 cc e 95CV dal prezzo di listino di € 22.500,00 costa all'anno, se pensiamo di tenerla almeno tre anni, tra bollo, assicurazione,



DALLA PARTE DEGLI AGENTI DI COMMERCIO

L'Agente di Commercio deve fare i conti, ogni giorno, con problematiche diverse:

pretese indebite, controversie, difficoltà nel recupero dei crediti, calcolo della pensione, problemi fiscali, adempimenti di ogni genere.

Affidati ad Usarci-Sparci Liguria

L'Associazione di Agenti di Commercio che tutela i diritti della categoria.

Apartitica ed indipendente difende gli interessi degli Agenti.

Un'organizzazione forte sul territorio con servizi altamente professionali e specializzati, legati alla profonda conoscenza della materia, con l'esperienza sul campo dal 1945.

Assistenza qualificata

Nell'interpretazione delle norme e dei diritti contrattuali, nelle controversie professionali e nella gestione fiscale e previdenziale, sono soli alcuni dei servizi dell'Associazione. Viene anche proposto un percorso formativo certificato per gli agenti di commercio.

Con il progetto "**Agenti e rappresentanti in Qualità**" (certificazione D.T. 58 rilasciata dall'Istituto Certiquality) gli agenti sono accompagnati in un processo di formazione fondamentale per la gestione e lo sviluppo delle agenzie.

manutenzione/tagliandi, cambio gomme, svalutazione, almeno 3.200,00 euro che se dividiamo per 12 mesi fanno circa 260,00 euro al mese. Senza considerare gli esborsi iniziali. Noleggiando la stessa vettura e senza

pensare al altro che fare rifornimento di carburante il costo mensile si aggira intorno ai 390, 00 euro. Se l'auto presa in esame si acquista a rate, o in leasing, viene a costare almeno 470 euro al mese.

Per informazioni chiamare Usarci-Sparci segreteria al 010 5954838.

Imposte

L'assurdità dell'acconto sulle imposte

Lo strampalato sistema tributario italiano prevede che tutti i contribuenti debbano versare, acconti di imposta su di un reddito non ancora prodotto

Che gli italiani siano i contribuenti tra i più tartassati è risaputo, ma che abbiano un primato europeo e forse mondiale pochi lo sanno. Infatti l'Italia è l'unico paese in Europa e probabilmente al mondo, dove si pagano le tasse anticipate.

Il cervelotico sistema tributario italiano prevede che tutti i contribuenti debbano versare, oltre alle imposte dovute per l'anno precedente, anche l'acconto di imposta su di un reddito non ancora prodotto per l'anno in corso. Non un piccolo acconto ma un acconto che inizialmente era del 96% portato poi al 99% ed oggi raggiunge il 100%.

Tale acconto deve essere versato in due rate una con il saldo dell'anno precedente, la seconda in scadenza a Novembre.

Questo giochetto serve anche per dimostrare, a bilancio, maggiori entrate tributarie da incassare.

In pratica il fisco mente sulle entrate, sapendo di mentire!!!

Mi stupisce il fatto che nessuna organizzazione abbia ancora intrapreso un'azione impugnando questa normativa di fronte alla Corte Costituzionale o alla Corte Europea.

La nostra Costituzione cita all'articolo 53 che tutti i cittadini hanno il dovere di pagare le imposte in base alla loro capacità contributiva.

Cosa è inteso per capacità contributiva? La possibilità economica del contribuente.

Se si pagano imposte su un reddito non ancora percepito, dove si reperisce



la possibilità economica per pagare?

Nel caso un contribuente vedesse diminuire il suo reddito, si troverebbe ad aver versato, l'anno precedente, acconti maggiori rispetto al dovuto e vanterebbe un credito nei confronti dell'Erario. In un paese civile l'Erario (vedi, ad esempio la Francia) nel giro di 30 giorni rimborsa al contribuente il dovuto, facendo un bonifico in banca. Da noi, se tutto va per il meglio, e dopo averne fatto richiesta in dichiarazione dei redditi, il rimborso arriverà non prima dei due anni successivi alla maturazione dell'importo.

Come al solito i diritti del contribuente e i diritti della Pubblica Amministrazione sono su due livelli molto diversi. Vi sono colleghi che ricorrono a prestiti per far fronte all'impegno tributario anticipato. Vi sono altri che, privati di liquidità, rinunciano a migliorare, o a potenziare la propria attività.

Abbiamo mandanti, strozzate dalla

crisi incombente, costrette a ridurre la liquidità per pagare imposte inique e acconti assurdi, che hanno preferito cessare l'attività. La conseguenza è che l'Erario, da queste aziende, non incasserà più nulla.

Eliminando questa assurdità degli acconti, e se i contribuenti pagassero solo le imposte sul reddito effettivamente prodotto, vi sarebbe più ricchezza per far girare l'economia.

Alla luce di quanto sopra, lancio un messaggio alla Federazione Nazionale Usarci, affinché si attivi per intraprendere le azioni necessarie a impugnare questa normativa iniqua e illegittima, che strangola non solo la categoria degli agenti di commercio, ma tutte le piccole e medie imprese italiane, che sono il 95% del comparto produttivo nazionale.

Da oggi in poi, noi del Sindacato Usarci di Genova, inizieremo una battaglia contro questa follia tributaria, con l'obiettivo di farla annullare. Siamo certi che molti ci sosterranno.

Davide Caropreso

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

Una signora tra le banchine del porto e Palazzo Tursi

La storia di una figlia di agente di commercio

Seguire le orme del padre non è da tutti. Non sono molti gli agenti di commercio “figli” della professione. Alcuni proseguono senza entusiasmo, perché la strada era già tracciata, e hanno fatto poca fatica, altri hanno abbracciato con entusiasmo questo mestiere non semplice e ottengono ottimi risultati. Si parla sempre di figli, quasi mai di figlie. Marta Brusoni è socia di Usarci-Sparci come lo era suo padre. Il papà Brusoni ha frequen-



Marta Brusoni

tato per anni il nostro sindacato ed ha fatto parte del Consiglio Direttivo negli anni novanta.

L'ing. Marcello Brusoni, affermato agente di commercio, operava nel comparto dell'impiantistica industriale. I suoi clienti erano le industrie liguri più importanti. Dalla Fincantieri all'Eridania, dall'Ansaldo alle Officine Mariotti, dall'Italsider all'Italimpianti. Operare nell'ambito degli uffici acquisti di queste grosse realtà significava avere una forte introduzione e un'alta professionalità abbinata ad una importante conoscenza tecnica. Mentre papà Brusoni operava la figlia Marta studiava fino ad arrivare alla laurea in Scienze politiche all'età di 24 anni. Alcuni giorni dopo la laurea, Marta ebbe la notizia che al papà era stato diagnosticato, a soli 57 anni un brutto tumore. Simili notizie mettono le famiglie in crisi, non si sa come affrontare il futuro, di solito si cade in depressione, o il panico ha il sopravvento. Marcello Brusoni convocò la figlia e le prospettò di continuare la sua attività. Marta non era pronta a sostituire il babbo, ma comprese che era l'unica strada da seguire e acconsentì di affiancare il papà al fine di imparare il “mestiere”.

Per tre anni Marta seguì gli insegnamenti, sia commerciali che tecnici, fino ad apprendere le segrete cose di questa professione che affascina, ma che presenta difficoltà non facili da superare.

Per tre anni frequentò i clienti con il padre. Imparò a rapportarsi con le mandanti. Studiò come un ingegnere per imparare tutto quello che deve sapere un agente che vende prodotti di alta tecnologia. Dopo tre anni di “apprendistato” Marcello Brusoni, a soli 60 anni, mancò. Marta si rimboccò le maniche e si tuffò nel lavoro portando avanti quel che era stato creato dal papà, e con buoni risultati. Sono passati più di 15 anni e Marta continua l'attività paterna con molte più difficoltà visto che delle industrie clienti di 20/30 anni fa, in Liguria, ne sono rimaste veramente poche. Oggi Marta frequenta le officine del porto e le realtà un po' più piccole di quelle di una volta, con difficoltà probabilmente superiori. La primavera scorsa ebbi occasione di incontrarla negli uffici del Sindacato e alla mia doman-

da: “come vanno le cose?” mi disse: “mi sono candidata alle prossime elezioni comunali di Genova”. La sua determinazione, chiarezza di idee, e volontà di ferro, nonostante fosse completamente a digiuno di politica, le hanno permesso di essere eletta e con tante preferenze. Oggi Marta Brusoni è presidente della Commissione 5 del Comune di Genova. La Commissione 5 ha incarichi importanti

perché si occupa di urbanistica, lavori pubblici, mobilità e traffico, sosta, indirizzo e controllo Genova Parcheggi ed altri importanti settori. Non mi risulta che prima di Marta Brusoni, sia mai stato eletto un agente di commercio consigliere a Palazzo Tursi. Tutti gli agenti di commercio tifano per lei. E' una occasione per dimostrare che gli agenti di commercio sono anche capaci di assumersi grosse responsabilità portando avanti con professionalità incarichi gravosi. Come già in passato seppe affrontare una difficile situazione con grinta, determinazione e coraggio, sono certo che Marta nel suo nuovo incarico in Comune darà il meglio di sé. Gli agenti di commercio genovesi augurano alla collega Marta Brusoni buon lavoro.

Davide Caropreso

“Gli stagisti”

Venditori e mondo digitale

Una di queste sere ho visto alla TV il film “Gli Stagisti”. Nessun altro film programmato mi aveva interessato, ho scelto questo perché protagonista era Owen Wilson, attore che mi era piaciuto in altri film da lui interpretati.

La trama narra che dopo essere stati licenziati dal loro impiego di rappresentanti di orologi da polso, a causa del mondo digitale che ha cambiato le abitudini dei consumatori, due amici di vecchia data, ultra trentenni, incompetenti in informatica, al fine di acquisire nuove capacità e conoscenze nel mondo digitale, riescono, con sotterfugi e presentando curricula farlocchi, ad essere chiamati nientemeno che da Google, per uno stage. Si troveranno ad avere a che fare con capi e geni informatici che hanno quasi la metà dei loro anni. Dovranno quindi tenere testa a stagisti esperti e competenti, soprattutto quando vi sarà una sfida tra squadre di stagisti. Nel film è chiaro che i due protagonisti sono stai scelti, nonostante l'età avanzata, in un mondo di giovanissimi, perché si ricercano personaggi che possono dare impulso più ai rapporti umani che nell'ambito del digitale.

Perseguendo i loro sogni, a dispetto degli ostacoli che incontrano, i protagonisti, Billy e Nick, da rappresentanti di un'epoca passata, si trovano a scoprire come il mondo intorno a loro sia profondamente cambiato per via della diffusione degli smartphone, dei tablet, dei social network e del web 2.0. Senza mai mollare e con grande forza di reazione, i due decidono di far proprio quel mondo, dove avranno a che fare con colleghi e superiori molto più giovani ed esperti.

Gran parte della storia si svolge dentro gli uffici di Google, azienda che si è aggiudicata per tre volte il titolo di “miglior datore di lavoro” grazie ai confort, stanze per il riposo, tavoli da ping pong, campi da pallavolo, vari ristoranti dove i dipendenti possono pranzare gratis.

Billy e Nick devono distinguersi sin da subito dagli altri stagisti ventenni, geni del computer, ma poco avvezzi alle relazioni sociali. Per integrarsi nel nuovo universo, poiché non hanno alle spalle nessuna formazione informatica, o universitaria, i due decidono di puntare sulle qualità che meglio li contraddistinguono: l'arte della vendita e la creazione di legami interpersonali. Con la loro esperienza, così come con la loro simpatia di venditori di vecchio stampo, riescono ad attrarre i giovani stagisti della squadra creando un forte spirito di corpo.

L'ultima prova che la squadra deve sostenere si sviluppa nell'ambito della vendita. Trovare un esercizio commerciale e convincerlo ad affiliarsi. I giovani stagisti, senza esperienza nel commerciale e senza capacità di esprimere empatia, fanno un buco nell'acqua. Quando a loro si affiancano Billy e Nick, due venditori impeccabili, la squadra conclude un contratto con una pizzeria in espansione, questo fa vincere loro la gara e quindi il lavoro da Google.

E' una commediola leggera e osserva con simpatia alcune realtà del mondo della vendita.

Nello specifico i due rappresentanti perdono il lavoro perché l'azienda che rappresentano



chiude per mancanza di commesse dovute alla ridotta richiesta di orologi da polso sostituiti dagli smartphone.

Il mondo digitale ha cambiato le abitudini dei consumatori e i due amici si rendono conto che diventa indispensabile acquisire nuove competenze e conoscenza per essere al passo con i tempi.

In un mondo, quello digitale, dove i rapporti umani sono assenti è necessario inserire personaggi che possano dare impulso ai rapporti interpersonali, perché operatori informatici e geni del computer sono poco abituati ai rapporti umani.

La morale del film rispecchia perfettamente la nuova realtà del mercato: nel settore delle vendite le competenze e le conoscenze informatiche sono indispensabili per operare in un mercato sempre più complesso e difficile, ma ci dovrà essere sempre il venditore vecchio stampo.

D. C.

Privacy e Protezione di dati personali

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

L'assorbimento potenziale di una zona

Non è difficile fare valutazioni dell'assorbimento di una determinata zona

Una delle tante caratteristiche che un agente di commercio deve avere è la precisa conoscenza del mercato in cui opera. E' necessario conoscere il numero di abitanti, il numero di famiglie, il numero delle abitazioni, il numero dei clienti potenziali e acquisiti, deve conoscere le statistiche sugli acquisti di beni e servizi, in buona sostanza un agente di commercio deve essere informato su tutti i numeri riferiti alla zona di sua competenza. Quale è il motivo che porta l'agente di commercio a dover avere queste conoscenze? I motivi sono principalmente due: il primo permette all'agente di conoscere il vero potenziale di assorbimento di quella specifica zona operativa; il secondo gli permetterà di controbattere a certe richieste di alcune mandanti che inventano numeri senza nessun senso. Un nostro collega mi ha riferito che un suo direttore vendite si è lamentato con lui per la poca introduzione che hanno alcuni piccoli elettrodomestici, da lui venduti, relativamente all'assorbimento totale del mercato ligure. Pare che il direttore vendite in questione abbia sparato un numero di apparecchi assorbiti dal mercato talmente alto che il nostro collega non sa come obiettare. La conoscenza di alcuni parametri riferiti alla zona operativa avrebbe potuto aiutare il nostro collega, controbattendo con oggettività a sparate senza costrutto. Nel caso specifico sarebbe stato sufficiente prendere in considerazione il numero di famiglie presenti in Liguria (698.333) e considerare che questo piccolo elettrodomestico può essere sostituito, in ogni famiglia, ogni tre/quattro anni circa, e sarebbe stato semplice ricavare il numero ragionevole di pezzi venduti.

Il milione di pezzi favoleggiato dal direttore vendite si potrebbe ottenere solo se le 698.333 famiglie presenti in Liguria comprassero un nuovo frullatore circa ogni 5 mesi. Quando le direzioni commerciali propinano cifre

di assorbimento di un certo mercato, di solito gli agenti di commercio prendono ciò che viene affermato come una verità incontestabile. In molti casi i dati sono obsoleti, parziali, o frutto di analisi sommaria, o di parte. Credo siano pochissimi i dirigenti vendite che abbiano la capacità di proporre dati di assorbimento risultanti da calcoli oggettivi relativi a un prodotto, o a una zona. Nell'ipotesi migliore il dirigente vendite acquisisce dati e notizie dall'Istat, o da altre fonti, senza entrare nello specifico del prodotto, nell'ipotesi peggiore i dati sono parto di fantasia o di "speranza". Vediamo un esempio di come si può stabilire una vendita stimata di rubinetti all'anno in Liguria nelle ristrutturazioni. La partenza per il calcolo può essere fatta dal numero di abitanti, nel caso in esame 1.676.000. I dati indicano che il numero di componenti medio di una famiglia in Liguria è di 2,4 componenti. Con questi dati possiamo facilmente stimare il numero di abitazioni presenti nel territorio. Nel caso della Liguria si possono aggiungere un 12/13% di seconde case. Nel calcolo che stiamo facendo le seconde case non possono essere prese in considerazione perché si parte da un dato statistico che stima un periodo di intervento per la ristrutturazione di bagno e cucina ogni 16 anni.

Questa stima può avere, per le seconde case, oscillazioni in più o in meno, quindi è più corretto non tenerne conto e aumentare il risultato di un 5/6%. A questo punto il calcolo stimato di assorbimento di rubinetti, nelle ristrutturazioni in Liguria darà un risultato di 174.000 pezzi acquistati all'anno. Come siamo arrivati a questo risultato? Se le abitazioni presenti sono 698.000 e gli interventi di ristrutturazione vengono fatti, in media, ogni 16 anni, basterà dividere il n° delle abitazioni per i 16 anni. Il risultato di questa divisione ci indica che 43.646 abitazioni ogni anno subiranno un intervento di ristrutturazione. Se



consideriamo che occorreranno almeno 4 rubinetti nuovi per abitazione possiamo ragionevolmente stimare che gli acquisti di rubinetti, nelle ristrutturazioni, saranno da un minimo di 150.000 ad un massimo di 180/190.000 pezzi. E' evidente che da questo tipo di calcolo non sono compresi i rubinetti che verranno acquistati nelle nuove costruzioni. Per ottenere questi dati si dovrà fare riferimento alle concessioni edilizie rilasciate.

Su qualsiasi prodotto, partendo dai numeri per zona, potremo fare delle valutazioni di assorbimento, non dico precise al 100%, ma molto vicine alla realtà e potremo controbattere con dati di fatto ad eventuali e fantasiose previsioni.

Consiglio a tutti gli agenti di commercio che sono arrivati a leggere l'articolo per intero di sperimentare questo tipo di calcolo partendo da un numero che può essere un riferimento, ad esempio, oltre al numero degli abitanti, al numero degli esercizi commerciali ecc.

Davide Caropreso

I clienti sotto controllo

Purtroppo è diffusa la tendenza, tra gli agenti di commercio, di giustificare il cliente ed appoggiarlo anche in situazioni non proprio irreprensibili

Nell'ultimo numero di questa pubblicazione abbiamo parlato delle mandanti e dell'importanza di tenerle sotto controllo, per evitare di avere brutte e inaspettate sorprese. In questo numero prendiamo in considerazione i clienti, che sono l'altro pilastro delle nostre agenzie.

In Italia i fallimenti e i concordati (in molti casi pilotati) sono sempre più numerosi. I clienti che fino a ieri erano considerati di qualità, sia per il giro di affari, che per la solidità economica finanziaria, possono, da un giorno all'altro, rivelarsi inaffidabili. Se un cliente, con il quale si hanno rapporti commerciali da anni e ha sempre pagato con puntualità, inizia a non rispettare le scadenze concordate, bisogna attivarsi per capire cosa sta succedendo. E' diffusa, tra gli agenti di commercio, la tendenza a giustificare il cliente ed appoggiarlo anche in situazioni non proprio irreprensibili. Essere tolleranti con i clienti insolventi si può rivelare molto pericoloso. In questi momenti di difficoltà di mercato è fondamentale tenere sempre la clientela sotto controllo. Quali sono i sintomi che possono far pensare ad una salute cagionevole del nostro cliente? Oltre al mancato rispetto delle scadenze i sintomi sono i più vari. Per tenere sotto controllo la clientela occorre focalizzare punti di osservazione delle attività operative e organizzative che si riferiscono alla gamma dei prodotti trattati, alla qualità degli stessi, al servizio, alla comunicazione. Se, ad esempio, il cliente sotto esame tratta prodotti di bassa qualità si scontrerà inevitabilmente con altre aziende che praticano condizioni più vantaggiose delle sue, o con strutture con capacità operative e finanziarie molto superiori ed è quindi, prima o poi, destinato a soccombere.



Se il cliente non rinnova e non si adegua alle mutate richieste di mercato, proponendo sempre le solite merci, e non si rende conto che il suo operare è ormai obsoleto, non avrà possibilità di crescita e la conseguenza sarà una lenta, ma inesorabile, regressione.

Se il cliente ha un approccio al mercato e metodi di comunicazione vecchi e non adeguati lo vedremo decadere inesorabilmente.

Se i clienti con i quali abbiamo rapporti aprono alle nuove tecnologie, sono alla ricerca di prodotti e servizi che li distinguano dalla concorrenza, e dimostrano vivacità e intraprendenza, possiamo avere delle certezze sulla prosecuzione dell'attività senza negative sorprese.

Se osserviamo con attenzione quanto è successo in questi ultimi anni, ci renderemo conto che fra le centinaia di aziende/clienti che hanno terminato il loro ciclo di vita, o per scelta, o perché costrette da difficoltà economiche, nessuna di loro aveva più le caratteristiche operative e strutturali per affrontare le evoluzioni che il mercato ha subito.

Un esercizio che conviene fare, con una certa periodicità, è quello di esaminare la clientela, anche potenziale, che ha chiuso l'attività. Saranno evidenti, alla luce di quel che è stato, gli errori commessi e le cause che hanno portato alla chiusura.

Saranno valutazioni anche suffragate da impressioni che ogni agente ha acquisito con gli anni di esperienza. Le sensazioni che un cliente possa progredire o regredire sono dettate dalla lettura della struttura dell'azienda/cliente e dagli investimenti che fa la proprietà per rinnovare o aggiornare la struttura commerciale o industriale. I clienti che non investono e rimangono immobili non hanno garantito certo un grosso avvenire. Bisogna però anche diffidare di quei clienti che esagerano. Si riscontrano aziende rivenditrici di beni durevoli, che aprono sedi secondarie a ripetizione con la convinzione di poter entrare in quei mercati dove non sono presenti. La troppa intraprendenza, di imprenditori che hanno solo la fortuna di disporre di grosse sostanze, che però non è supportata da una management all'altezza, può rivelarsi un flop molto costoso. Vi sono poi settori che per l'avvento di grandi catene, o per mutate condizioni distributive, o per repentini cambiamenti nei gusti dell'utenza, soffrono più di altri e chi opera in questi comparti dovrà essere molto più attento a ciò che avviene presso la clientela. In questi casi sopravvive solo chi si specializza e affronta il cambiamento con professionalità, dinamicità e convinzione.

L'agente deve acquisire anche la capacità di valutare le situazioni che in qualche modo possono sfuggire a oggettive valutazioni, ma che assumono moltissima importanza per l'attività futura dell'agenzia.

D. C.

Gestire il cambiamento

La resistenza ai cambiamenti è sempre molto forte

Che tutto stia cambiando con una sorprendente rapidità e sotto gli occhi di tutti. Che le vecchie logiche non sono più da considerare, lo si sa ormai da tempo. Che sia fondamentale cavalcare l'onda è ormai assodato. Il "cambiamento" però, ci viene continuamente propinato in tutte le salse. Nei vari seminari che gli agenti di commercio sono invitati a seguire dalle mandanti si sentono affermazioni come: "La gestione del cambiamento nelle organizzazioni commerciali"; "Cambiamento e fattore umano"; "Nuove strategie per realizzare i cambiamenti nelle organizzazioni aziendali"; "Gestire l'innovazione"; "Metodologie per le ristrutturazioni aziendali"; "Il lato umano del cambiamento"; "Il cambiamento: la sfida del secolo"; e amenità simili. Sembra che il cambiamento sia nato negli ultimi tempi e ci si prepari ad affrontarlo come un velista si prepara ad affrontare una burrasca forza otto nel bel mezzo del Golfo del Leone. L'unica cosa positiva è la presa di coscienza dei cambiamenti in atto, ma non c'è nulla di nuovo sotto il sole. I cambiamenti si sono sempre avuti da quando l'uomo è sulla terra. Se pensiamo alle innovazioni e ai cambiamenti che hanno portato l'invenzione della ruota, la stampa, la polvere da sparo, l'elettricità, il vapore, il motore a scoppio, i nostri cambiamenti sono poca cosa. Noi dobbiamo affrontare solo grandi evoluzioni delle tecnologie con gli atteggiamenti giusti, dobbiamo sostenere i fortissimi mutamenti di mercato approntando le procedure corrette per non operare alla vecchia maniera. Nulla di stravolgente. Eppure sembra che i vari consulenti della formazione abbiano scoperto l'acqua calda e si fanno pagare fior di quattrini per propinare a noi agenti di commercio le "verità" su come si deve affrontare il cambiamento.

E' assodato che l'uomo, come molti animali, è abitudinario e le certezze di ciò che è abituale e conosciuto sono rassicuranti e quindi diventa difficile cambiare. Tutti noi, anche se abbiamo propensione al nuovo, abbiamo le nostre "aree abituali" che si chiamano "zona di comfort", ognuno ha la sua e ci è affezionato, perché all'interno di questa "zona" non subisce nessun tipo di stress.

E' una "zona" fatta di routine, di schemi conosciuti e replicati, procedure gerarchie ecc. Tutte le volte che dobbiamo trovare soluzioni diverse, o spostarci fuori dalla "zona di comfort" proviamo un livello di stress paragonabile al livello di cambiamento affrontato.

I meccanismi consolidati come il prendere sempre lo stesso aereo, andare al ristorante che si frequenta assiduamente, percorrere lo stesso tragitto, danno tranquillità perché si conosce in anticipo ciò che accadrà e cosa si dovrà fare. Nuovo significa inevitabilmente imparare e questo comporta fatica. Tutti cerchiamo gli appigli che rendano più facile il nostro mondo, visto che è già molto complicato di per sé.

Qualche anno fa ho avuto modo di frequentare un corso di formazione, molto intenso, organizzato da una mandante espressamente per gli uomini addetti al commerciale. Certamente una esperienza positiva, certamente tutti i partecipanti hanno acquisito nuove capacità. Verso la fine del corso uno dei partecipanti pose questa domanda al docente, per altro preparato e molto disponibile: "voglio ringraziarla per le nozioni che ci ha trasmesso, però vorrei chiederle il perché a questo corso hanno partecipato solo gli agenti di commercio e non la dirigenza vendite, dal direttore commerciale ai vari responsabili di area e



gli addetti al servizio commerciale, visto che noi siamo professionisti e abbiamo modo di rapportarci con molte aziende che hanno realtà diverse, quindi molto portati ad affrontare i cambiamenti di gestione, di rapporti, di metodologie, noi non possiamo avere inerzie, noi dobbiamo essere aperti a nuove esperienze, non abbiamo le paure di cambiamento di cui lei ci ha parlato, il nostro operare quotidiano ci insegna ad affrontare situazioni sempre in evoluzione, e io credo che le resistenze al cambiamento di cui lei parla così diffusamente nella nostra categoria sono stemperate da reazioni proattive dovute proprio alla nostra professione, mentre credo che siano molto forti in quei personaggi aziendali che non hanno partecipato a questo corso per presunzione."

Il docente dovette ammettere che il collega aveva centrato in pieno il bersaglio e che i dirigenti vendite dell'azienda pensavano di dare stimolo a noi quando lo stimolo sarebbe stato molto più utile a loro. E' chiaro che imparare a valutare le situazioni affrontando con consapevolezza ciò che sta mutando è fondamentale, nessuno deve continuare a vendere finimenti per cavalli da tiro quando l'uso del cavallo da tiro non è più in essere, ma proprio per la nostra natura di uomini portati a guardaci sempre in giro siamo senz'altro più capaci di adeguarci a mutate condizioni di tanti dirigenti e funzionari commerciali che si spacciano per manager, ma per la verità sono solo degli improvvisati.

Davide Caropreso

Ma dove sono i clienti che comperano?

Estratto dal libro: “ I Signori Rappresentanti si ricevono il martedì ” di Eliano Cominetti, in corso di stampa

Ci siamo abituati per lunghi anni ad avere clienti che in realtà si comportavano come dei compratori, ai quali ci si rivolgeva per soddisfare una loro chiamata. Proprio per questo occorre anche avere il coraggio di dire che non si è mai “venduto”: piuttosto che abbiamo sviluppato clienti, nelle loro decisioni d’acquisto. Nel “mercato dell’abbondanza” lo spazio era disponibile a tutti: ora la realtà è cambiata. I clienti non si trovano più: «... prima mi cercavano, ora li devo cercare ... prima mi occupavo della cassa, ora il mio tempo è dedicato alla ricerca di incassare... prima vendevo, oggi non so che cosa devo fare... ». Il prodotto non basta più e il servizio non rende la differenza auspicata: in un mondo globalizzato il cliente ci valuta costantemente e se non ritrova ciò che lui cerca si rivolge altrove. «... Prima ero io che portavo le novità, ora ne sanno più di me... arrivavo e mi aspettavano, ora mi dicono di attendere». Mi si diceva che contano “il prodotto”, il “marchio” oppure “la storicità dell’azienda”, che la “qualità del prodotto” era la leva su cui fare la differenza, poi è subentrato il servizio e con esso atteggiamenti del tipo “... non abbiamo bisogno di vendere, sono i clienti che ci cercano. Facciamo le fiere, mettiamo in mostra il prodotto e i clienti decideranno poi l’acquisto”. Un agente mi confida: «...prima comparavano i miei prodotti con quelli della concorrenza, poi mi dicono che il mio servizio lo fanno anche gli altri, poi è subentrata la comparazione sui prezzi, ora mi aspettano già con tre offerte e devo dirti che a vol-

te ne sanno più di me: nel web basta fare un click ... ». Il venditore sente questa situazione e avverte la sua impotenza. Ciò che prima veniva riconosciuto ora gli viene tolto. Non ti bastano più le tecniche di vendita ampie e consolidate nel tempo e “i cosiddetti guru” stanno diventando degli “*showman*”: il palcoscenico non è la strada, chi ti segue ora sul marciapiede? Abbiamo bisogno di recuperare “l’identità di essere venditori” attraverso il ripossesso di questo luogo a noi comune che ci porta ancora ad essere *dal* cliente piuttosto che *su* di un cliente che è irrevocabilmente cambiato e che non risponde più a ciò a cui ci eravamo abituati. Dove sono dunque i clienti che comperano? La domanda racchiude molteplici livelli di sofferenza: dove sono quei clienti che avevano già le idee chiare su cosa e come acquistare? Quelli che esprimevano le loro esigenze e non aspettano altro se non il loro giusto interlocutore: un venditore capace di motivarli alla formulazione di una soluzione idonea alle loro aspettative! Ancora oggi il venditore viene pensato come colui che si presenta dal cliente in grado di mo-



strare le valide ragioni per cui il suo prodotto può essere migliore di altri, dove il suo prezzo può essere comparato in chiave di qualità e di vantaggi ampiamente descritti dal catalogo, certo di avere lo sconto giusto per soddisfare le aspettative del cliente. Se a volte questa è stata la storia di molti, non lo è stata per me e per tutte quelle persone che ho accompagnato, formato sul marciapiede e con cui ho condiviso l’emozione del cartello che ci diceva “NO!”. La mia ricerca e il mio modello parte da un cliente che diceva e che ancora dice... NO! *Il mio libro parte dal NO! del cliente.* Sono partito da un cliente che scrive un cartello che mi impone un tempo: se vuoi è così, altrimenti NO! : «... non ho bisogno di te, dei tuoi prodotti, delle tue parole né della tua presenza.



Se vuoi, mettiti in coda per il prossimo martedì. Non leggi il cartello?». Tutti questi anni sono stati costellati da cartelli di questo tipo che dicevano: «Venditore e/o agente rappresentante di commercio, mettiti in coda: aspetta il tuo tempo!». Quante volte mi sono messo in coda, quante volte ho sofferto davanti a quel cartello nell'attesa di una "chiamata" da parte del cliente. Un cliente che sin da quel primo momento mi stava dicendo "NO!". E non era solo un "NO!" temporale, limitato a quel giorno al quale si poteva rimediare con una successiva presa d'appuntamento il cui esito poi non era certo, ma era un "NO!" insito nel suo comportamento: *non ho bisogno, non compero, io la chiamo, io decido, ho già chi lo fa per lei ... se proprio insiste mi faccia un'offerta.* Solo chi ha vissuto quel "NO!" può comprendere i significati che rendono ricca questa esperienza. La mia ricerca mi portava a scrivere queste situazioni di vita vissuta poiché gli apprendimenti più significativi

li ho avuti proprio con gli agenti rappresentanti e venditori da questi clienti. Non incontro un cliente che mi diceva: «... l'ho cercata perché ho un problema... una necessità... voglio comprare da lei». Non ho esperienza di un cliente che mi diceva: «... ho del denaro, mi dia consigli su come fare per acquistare o investire...» oppure con clienti che esprimono risposte alla domanda: «in tal senso ha già qualche idea o qualche preferenza?». Come formatore non sono mai partito da un cliente che mi diceva: «... ho dei venditori che cedono sul prezzo e che vanno motivati... ». Anzi, al contrario. «Non mi serve altro, sto bene così... già fatto... già visto... lei è uno dei tanti... mi faccia un'offerta...». La mia vita non è stata caratterizzata da conferme, anzi. Più "NO!" che sì! Ho sempre accettato i "NO!", e mi sono sempre chiesto: "Che cosa posso fare per trasformare questo NO in un SÌ?". E se questo poi non accadeva, ho sempre avuto modo di chiedermi: "Non ho venduto, ma

cosa ho imparato?". I miei clienti li ho scovati, cercati, intuiti e da loro ho inizialmente ricevuto un «... grazie ma siamo a posto». Sempre così sono andate le cose. Io scrivo un libro sul "NO!" del cliente: su un cliente che non ha e non dà espressioni di un bisogno palese. Scrivo di quello che ho imparato per trasformare quel "NO!" in un SÌ. Proprio per questo il mio libro è *non convenzionale*, poiché non è originato da un atto di vendita "causato" da un bisogno d'acquisto, bensì parte da un "NO!" dichiarato e procede a creare un modello di vendita *face to face*, capace di trasformare quel "NO!" in un SÌ.

Dr. Ing. Eliano B. Cominetti



In arrivo la riforma della legge fallimentare

L'espressione "liquidazione giudiziale" sostituirà la parola "fallimento"

E' stata da poco approvata la Legge delega in materia di Fallimento, che cambia il vecchio impianto della normativa tutt'ora vigente che risaliva addirittura all'anno 1942 (seppur detta legge è stata oggetto di numerosi interventi di modifica).

Il Governo avrà dunque 12 mesi per adottare un Decreto Legislativo a mezzo del quale andrà a riscrivere tutta la legge fallimentare.

La delega del parlamento ha ad oggetto, infatti, la riforma delle procedure concorsuali, la disciplina della composizione delle crisi da sovra indebitamento, nonché il sistema dei privilegi e delle garanzie.

Ovviamente la riforma che il Governo andrà ad attuare dovrà uniformarsi ai principi stabiliti nella legge delega approvata del Parlamento.

Queste, molto sommariamente, le linee guida che il Governo dovrà osservare nell'attuazione della delega.

Innanzitutto viene prevista l'introduzione dell'espressione "liquidazione giudiziale" al posto della parola "fallimento". L'accertamento dello stato di crisi o di insolvenza del debitore dovrà essere regolato da un processo unico e almeno teoricamente dalle tempistiche molto più veloci rispetto a quelle attuali.

Ad esempio, tutte le notifiche nei confronti dei soggetti coinvolti nella procedura concorsuale avverranno via Pec (metodologia che effettivamente in larga parte era già in uso attualmente). A ciò dovrebbe conseguire una riduzione dei costi e della durata delle procedure concorsuali.

Dovranno prevedersi maggiori poteri ed una sempre maggiore specializzazione dei giudici fallimentari e del curatore, che potrà accedere più facilmente alle banche dati della Pubblica Amministrazione.

Il Curatore, infatti, potrà realizzare direttamente la fase di riparto dell'attivo tra i creditori e le varie azioni giudiziali di responsabilità verso i soci.

Gli organi precedenti (ad esempio il Comitato dei creditori) saranno chiamati a rispondere per il mancato rispetto dell'obbligo di collaborazione e reciproca informazione.

Tra gli altri, segnaliamo anche il rafforzamento dei poteri del curatore, attraverso la previsione di una serie di poteri che potrà adottare, quali ad esempio: una più stringente disciplina delle incompatibilità; i poteri di accesso alle banche dati delle PA per assicurare l'effettività dell'apprensione dell'attivo liquidatorio; la legittimazione a proseguire una serie di azioni giudiziali che sono attualmente promosse dai soci o dai creditori sociali. Merita in particolare di essere menzionato il così detto meccanismo di allerta per impedire l'irreversibilità delle crisi aziendali, concedendo ampio spazio agli strumenti di composizione stragiudiziale volte alle mediazioni fra creditori- debitori con la nomina di un esperto a cui venga affidato il compito di risolvere la crisi, previo raggiungimento di un accordo con i creditori.

La soluzione si dovrebbe realizzare attraverso l'istituzione presso ogni Camera di commercio di un organismo che assiste il debitore, che avrà a disposizione 6 mesi per ricercare una soluzione concordata con i creditori.

Per quanto riguarda il Concordato preventivo la riforma in particolare mira a ridefinire le modalità di accertamento dei dati aziendali riportati nel piano che l'azienda presenta al Tribunale e della sua fattibilità onde evitare strumentalizzazioni della procedura purtroppo già viste molte volte.

Ma quanto appare davvero interessante (o meglio "preoccupante" secondo



alcuni) è che, di fatto scomparirà il concetto di "fallito".

Così il Ministro Orlando «Cambia la figura del fallito, infatti non si parla più di fallito e non è solo un cambiamento linguistico, non se ne parlerà più perché la persona che ha, avrà avuto in qualche modo una sconfitta imprenditoriale potrà ritentare e non ci saranno più i vincoli che oggi impediscono a chi ha avuto un insuccesso imprenditoriale di carattere economico».

Circa tale aspetto o meglio in ordine alla "filosofia" che sottende alla riforma ognuno può avere il proprio pensiero.

Ovviamente occorrerà attendere l'uscita del Decreto legislativo prima di tirare le somme. Certamente – dal punto di vista degli agenti di commercio, spesso creditori per provvigioni e indennità in procedure fallimentari o concorsuali che hanno visto coinvolgere le proprie ex mandanti - ci si augura che la riforma non aiuti i "soliti furbetti" a trovare meccanismi che favoriscano il fallimento (o meglio la "liquidazione giudiziale") a discapito dei creditori.

Ai posteri l'ardua sentenza.

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

Difesa al volante

Assicurati una guida protetta

Che con il nuovo codice della strada si siano inasprite le sanzioni, lo si è sentito dire. Pochi conoscono veramente le nuove norme che prevedono anche la **revoca della patente fino a trent'anni**. In caso di comportamenti pericolosi alla guida si rischia la detenzione e il ritiro della patente. Una recente sentenza ha confermato la **revisione della patente** ad un automobilista a seguito dell'investimento di un pedone che era balzato all'improvviso fuori dal marciapiede, senza provocargli danni. L'automobilista implicato nella vicenda, dovrà sottoporsi alla revisione della patente, con un nuovo esame di teoria e di pratica, procedura che normalmente scatta quando vengono persi tutti i punti della licenza di guida.

Questo caso dimostra che con le nuove norme si rischia di perdere la patente, commettendo un banale incidente.

Non parliamo di lesioni personali o di omicidio stradale, in questi casi si rischiano fino a 12 anni di detenzione.

Erroneamente è comune pensare che l'omicidio stradale riguardi solo gli incidenti provocati in stato di ebbrezza. Non è così, anche in condizioni di assoluta sobrietà, nella malaugurata ipotesi di incidente mortale, o di lesioni gravi, oltre alla revoca/sospensione della patente si rischiano dai 2 a 12 anni di carcere.

Per un agente di commercio perdere la patente, o vedersi sequestrato il veicolo, diventa un dramma non solo personale, ma anche professionale.



Oggi è fondamentale assicurarsi per tutelarsi e garantirsi una adeguata copertura assicurativa in ambito penale e in molteplici altre situazioni. Le pratiche necessarie per l'eventuale dissequestro del veicolo, per il ricorso contro la sospensione della patente, l'opposizione a sanzioni amministrative, il recupero dei punti persi ecc. hanno tempi e costi che autonomamente sono pesantissimi da sopportare. Con una adeguata copertura assicurativa e con l'assistenza di periti e consulenti specializzati si potranno affrontare con più tranquillità eventuali incresciose situazioni.

L'Usarci Sparci ha sottoscritto un accordo con l'agenzia Vittoria Assicurazioni di via XX Settembre 10 Genova, in collaborazione con l'Assicurazione DAS, che con solo 48,00 euro all'anno garantisce la tutela legale in caso di procedimenti penali, derivanti da comportamenti pericolosi alla guida.

La segreteria Usarci-Sparci al n° 010 5354838 è in grado di dare tutte le informazioni necessarie.

Per quanto tempo bisogna conservare ricevute, fatture e bollette

I tempi di conservazione sono variegati

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 in 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. Con l'introduzione del canone Rai

nella bolletta Enel le norme sono leggermente cambiate e bisogna stare molto attenti a conservare le ricevute dei fornitori di energia elettrica. Visto che è ormai consolidato l'uso di pagare online, in questi casi è utile stampare le ricevute.

Come al solito in Italia la semplificazione è un concetto astruso e pertanto i tempi di conservazione sono variegati. Si va dai 6 mesi per le ricevute degli alberghi ai 10 anni per gli estratti conto della banca, dai 3 anni per le cambiali pagate, ai 5 anni per le contravvenzioni. Il fatto più eclatante è la differenza di tempi di conservazione delle bollette telefoniche per il telefono fisso e per il telefono mobile. Chiedo che qualche istituzione mi chiarisca perché per il telefono fisso devo con-

servare e bollette per 5 anni mentre le bollette del telefono mobile le devo conservare per 10 anni?.

Non sarebbe stato più semplice per tutti, indicare termini univoci per tutte le ricevute e bollette in 5 o 6 o 7 anni senza complicare la già difficile gestione della nostra vita di contribuenti? Forse il buon senso avrebbe consigliato di dare un termine unico per la conservazione di tutta questa documentazione. Dimenticavo però che in questo paese il buon senso è merce rara, molto rara.

D. C.



COMUNICATO STAMPA

Attenzione alle false email in nome del Fisco Gli allegati contengono dei virus informatici

Stanno arrivando all'Agenzia delle Entrate diverse segnalazioni da parte di cittadini che hanno ricevuto false email dai mittenti assistenzaweb@agenziaentrate.it - messages@mailagenziaentrate05.top e con oggetto "Lettera di sollecito".

Le false email segnalate in queste ore riguardano presunte incoerenze con riferimento alle liquidazioni periodiche Iva e contengono un file in allegato che, se aperto, avvia il download di un virus che potrebbe danneggiare il computer dei destinatari o rubare i dati in esso registrati. Le Entrate invitano a prestare molta attenzione e a cancellarle immediatamente.

Roma, 13 ottobre 2017

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