

# Sparci Notizie

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



Si è svolto in Ottobre a Hong Kong un summit dove è stato presentato un innovativo microchip di 7 mm per 7, che permetterà ai nostri smartphone di sfruttare la tecnologia del 5G. Sarà la velocità di navigazione e di connessione che

farà la grossa differenza con la tecnologia dell'attuale 4G. Si potranno scaricare, sullo smartphone, film della durata di più di due ore in meno di 12 secondi. Potremo collegare i nostri elettrodomestici e la nostra auto con il web. La velocità di navigazione sarà mille volte superiore a quella attuale. Potranno collegarsi simultaneamente al web 1.000.000 di persone per Km quadrato. Nel 2022 si dovrà cambiare lo smartphone per adeguarsi alle nuove tecnologie. (Leggere l'articolo a pag. 8)

## SOMMARIO

- Pag. 4 Buon senso e capacità gestionali
- Pag. 5 Enasarco pensione anticipata
- Pag. 7 Il parcheggio a Genova pagato con il telepass
- Pag. 7 La presunzione aziendale
- Pag. 8 Il 2020 sarà l'anno della rivoluzione tecnologica
- Pag. 9 I famigerati obiettivi annuali
- Pag. 11 Evasione umana
- Pag. 12 Farsi pagare è sempre più difficile
- Pag. 14 Il soggetto mancante
- Pag. 15 Ottenere dalla mandante gli estratti conto

## 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  
Edoardo Viganò  
Marco Parodi

### 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](mailto:segreteria@usarciliguria.it)

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

## **Entro il 31 gennaio si deve saldare 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

# Buon senso e capacità gestionali

## Caratteristiche dell'agente di commercio

**M**i è stato chiesto di indicare, in sintesi, quali sono le caratteristiche che un moderno agente di commercio deve avere. Ho dovuto pensare qualche tempo prima di riuscire a "sintetizzare" quello che era stato chiesto. Credo che la risposta giusta sia: "buon senso, capacità gestionali e volontà di ferro". Si blatera sulle tecniche di vendita, sul come approcciare la clientela, su come fidelizzare ecc., tutte queste conoscenze, senza dubbio importanti, sono acquisite con l'esperienza e con l'intelligenza di ognuno, ma le tecniche di vendita degli anni '50 e '60 sono ormai obsolete e non più praticabili. Ipotizzare di riuscire a convincere il cliente ad acquistare con le "chiacchiere", come avveniva nei tempi passati, è da sprovveduti. Oggi i clienti sono informati e sanno esattamente ciò che vogliono e sono loro che gestiscono gli acquisti. L'agente moderno deve essere per il cliente un consulente e un partner. Deve avere impegno e perseveranza. I tempi sono cambiati e il mercato si aspetta che l'uomo di vendita sia tante cose insieme: filosofo, disegnatore, insegnante, architetto, economista, attore e pioniere. Soprattutto deve possedere una indispensabile dote: **l'entusiasmo.**

Mario Silvano, uno dei più importanti formatori italiani, affermava: **senza entusiasmo si fallisce.**

In un mercato in rapido cambiamento il profilo del venditore si deve arricchire di nuove competenze e di nuovi obiettivi, è fondamentale che l'agente di commercio riveda il modo di agire e di comportarsi. Dare, per prima cosa, importanza al conto economico della propria agenzia è fondamentale per garantirsi la prosecuzione dell'attività. Quindi è indispensabile pensare e comportarsi come veri imprenditori. Il mestiere dell'agente di commercio è uno dei più difficili. Chi svolge questa professione deve possedere la fiducia in sé e nell'avvenire, e

deve investire nelle aziende per cui lavora.

Chi vende oggi assume il ruolo di problem solver (solutore di problemi), o venditore-consulente, capace di ascoltare il cliente per stabilire un rapporto di fiducia che duri nel tempo e generi soluzioni di reciproco vantaggio. Il mestiere del venditore-consulente è uno dei più difficili. È diventata una professione con tante competenze diverse.

Il moderno agente di commercio deve essere un po' avvocato, che dispone di proprietà di linguaggio e della capacità di costruire una argomentazione convincente dissipando dubbi.

Un po' esploratore, che ha la capacità di viaggiare e di spostarsi quotidianamente con il coraggio di affrontare luoghi e persone sconosciuti assumendosi i rischi.

Un po' diplomatico, che ha il senso delle relazioni umane e la capacità di negoziare, nel caso del venditore-consulente, il prezzo, i sistemi di pagamento, le consegne ecc.

Un po' psicologo, che sa ascoltare, osservare e quindi generare fiducia, ma che ha anche capacità di fare diagnosi e trovare soluzioni. Oggi la produzione, tutte le produzioni, è superiore alla capacità di assorbimento del mercato, tutti hanno tutto e vendono tutto. Questo rende indispensabile riformare i sistemi di vendita.

La logica del prodotto è superata e al cliente, sempre più consapevole di ciò che desidera, basta un click per fare un acquisto. L'agente deve essere specializzato nel suo comparto ed essere un problem solver, solo così si potrà avere un futuro in questa professione. Il venditore-consulente deve possedere le capacità di analizzare i bisogni del cliente, di prospettare soluzioni ad hoc.

Trovare il giusto mix tra analisi e vendita non è facile. Si parla infatti di vendita motivazionale o persuasiva, quando la concorrenza è agguerrita e il mercato è orientato alla domanda



del cliente informato, esigente, quando il valore non si identifica più nel prezzo-qualità, ma nell'utilità del servizio aggiunto nel post-vendita, nell'assistenza tecnica ecc. Il rapporto si fonda essenzialmente sulla resa di un servizio ad un cliente che si vuole ritorni ad acquistare da noi. L'orientamento alla soddisfazione del cliente è molto importante.

Fondamentale nella professione è essere positivi, possedere e trasmettere energia, aver fiducia di agire convinti. Il mondo della vendita è fatto di persone auto-motivate. Persone in grado di mettersi in moto da sole e di organizzare la propria attività.

I due termini di cui si compone la parola motivazione ne danno il reale significato: motivo-azione, significa avere un motivo per agire.

La motivazione bisogna cercarla nella propria esistenza e negli obiettivi preposti. Le doti necessarie all'auto motivazione l'agente di commercio le deve saper coltivare con pazienza, esercitando le proprie potenzialità per raggiungere obiettivi anche ambiziosi.

La professione dell'agente di commercio è impegnativa, molto impegnativa, soprattutto perché coinvolge competenze tanto variegata, perciò è ardua, disagiata e complicata e per poterla svolgere nel migliore dei modi la si deve amare senza riserve.

**Davide Caropreso**  
Presidente Usarci-Sparci  
[presidenza@usarciliguria.it](mailto:presidenza@usarciliguria.it)



## Enasarco pensione anticipata

### E' possibile chiedere di anticipare la pensione di vecchiaia

Dal 1° gennaio 2017, gli agenti uomini (e dal 1° gennaio 2021 le agenti donne) che non raggiungono la "quota" minima prevista dal Regolamento in vigore per l'anno di riferimento potranno chiedere l'**anticipazione** della pensione di vecchiaia di uno o due anni. Gli iscritti devono avere maturato i seguenti **requisiti** minimi:

- 65 anni di età
- 20 anni di anzianità contributiva
- quota 90 (data dalla somma tra età anagrafica e anzianità contributiva)

L'importo della pensione anticipata è **ridotto del 5%** per ogni anno di anticipazione rispetto all'età anagrafica altrimenti necessaria per maturare il diritto alla pensione di vecchiaia, tenuto conto di tutti i requisiti previsti inclusa la quota 92.

Dal 2017 la pensione per gli Agenti e rappresentanti di Commercio a carico del Fondo Enasarco potrà essere conseguita solo con almeno 66 anni di età unitamente al possesso della quota 91 o, se donne, con un minimo di 63 anni ed il contestuale perfezionamento della quota 87.

Per ulteriori informazioni prendere contatto con la segreteria Usarci Liguria al 010 5954838



### 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.

## Sportello



### aperto tutti i giovedì

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

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

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

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

---

## Sportello



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

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

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

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

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

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

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

**Consulenza su Modelli ISEE e RED**

**Tutti i servizi erogati sono gratuiti**

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

## Il parcheggio a Genova pagato con il telepass

Un sistema di pagamento dei parcheggi semplice e vantaggioso

Dai primi di Dicembre a Genova si può pagare il parcheggio nelle Bluarea e nelle Isole azzurre con il Telepass. E' un nuovo sistema di pagamento voluto dal vice sindaco Stefano Balleari. Questa nuova procedura va incontro alle esigenze di quegli agenti di commercio che posteggiano

occasionalmente in centro e non possono scaricare la spesa. Con l'addebito del parcheggio nella fattura del telepass si riesce finalmente a scaricare questo costo, che in molti casi restava ingiustificato. Ancora una volta il Dott. Balleari ha compreso le esigenze della categoria ed ha

fortemente voluto arrivare a questo risultato.

Il sistema si chiama "Telepass Pyng+" e attraverso l'app per smartphone Pyng+ si pagano i parcheggi nelle Bluarea e nelle Isole azzurre.

Il sistema è già in funzione a Milano e in altre città.



## Mandanti

## La presunzione aziendale

Un atteggiamento che porta le mandanti allo sfascio

Nel 2007 scrissi di una nostra mandante, con la quale ho avuto la ventura di avere a che fare, convinta di essere la migliore e di essere intoccabile da fattori esterni che ne potessero compromettere la "leadership" nel mercato. Quando un agente ha la sfortuna di assumere un mandato da aziende convinte della loro invincibile forza, deve mettere in conto rapporti difficili con il management e amare sorprese. Per oltre dieci anni ho rappresentato, con un discreto successo, questa azienda commerciale che importava e commercializzava accessori da bagno che distribuiva ai rivenditori in Italia, *"Noi siamo i migliori ed è fortunato chi intrattiene rapporti con noi, dal cliente al fornitore fino all'agente di commercio"*.

Non sentirete mai queste affermazioni, ma è l'atteggiamento e l'arroganza di alcune mandanti che lo fanno pensare. La titolare era una signora che proveniva dal settore ed aveva una buona conoscenza sia dei prodotti che del mercato. Erano tempi nei quali la concorrenza non era numerosa e le aziende presenti portavano avanti i prodotti senza novità, né estetiche, né tecniche, in pratica da anni le produzioni dei concorrenti erano ferme e non rinnovate. L'inserimento, in un mercato statico, di prodotti innovativi, permise all'azienda, e in pochissimo tempo, di

raggiungere risultati di tutto rispetto. Devo dare atto che lo sviluppo commerciale fu affiancato dallo sviluppo organizzativo e pertanto al mercato era offerto anche un servizio inappuntabile. In pochi anni l'azienda raggiunse i primi posti in Italia e a quel punto scattò la presunzione, che già covava da parecchio tempo.

L'arroganza con la clientela, con i fornitori e con gli agenti di commercio fu il biglietto da visita di ogni rapporto.

L'azienda aveva la convinzione di essere indispensabile come fornitore, non tanto per il volume di affari, quanto per l'immagine, e sia i clienti che gli agenti dovevano essere ben lieti di essere stati scelti e pertanto dovevano solo fare ciò che l'azienda decideva per loro.

Le critiche non erano accettate e chi si "permetteva" di non essere d'accordo rischiava l'espulsione. I clienti che chiedevano una condizione particolare, o uno sconto extra ricevevano regolarmente dei grossi e assoluti nooo!.

Ad un certo punto della vita aziendale fu inserito un direttore commerciale che, tutti capimmo, aveva il compito di ripulire la rete vendita mantenendo solo chi non avrebbe disturbato e avrebbe accettato le nuove condizioni senza fiatare. Questo direttore commerciale, un ultra cinquantenne senza lavoro, che accettò evidentemente per disperazione un posto da semi-schiavo, portò avanti i pro-

grammi dell'azienda, io penso, per mantenere il posto trovato con tanta fatica. Gli obiettivi aziendali, abbiamo saputo in un secondo tempo, prevedevano l'espulsione degli agenti con più anzianità senza pagare le indennità.

La durata media dei mandati di agenzia era di oltre dieci anni e pertanto le indennità fine rapporto sarebbero state, per l'azienda, di importi non trascurabili. L'azienda pensava di aver raggiunto una tale popolarità, che la presenza dell'agente era, se non superflua, influente nel rapporto con i clienti e pertanto anche il ragazzetto alle prime armi, pagato poco, poteva andare benissimo. Per liberarsi di alcuni elementi, i più costosi, in caso di allontanamento per mezzo del nuovo direttore commerciale, la mandante propose un nuovo contratto che conteneva la clausola dello scioglimento per colpa dell'agente in caso di mancato raggiungimento dei target. Io scrissi una lettera decisa in cui comunicavo che non avrei sottoscritto il nuovo contratto e che non accettavo i solleciti alla sottoscrizione che più volte mi fece questo nuovo direttore commerciale. Il risultato fu una disdetta immediata al mandato, nonostante i miei risultati di vendita fossero più che soddisfacenti. Ho sempre sostenuto con convinzione che la presunzione aziendale è un atteggiamento che porta, di solito, le mandanti allo sfascio.



E ne ho avuto più di una conferma. Qualche giorno fa una mia collega, che frequenta abitualmente clienti di questa mia ex mandante, mi ha informato che questa azienda, qualche mese fa, è stata dichiarata fallita.

Quando una realtà chiude, o peggio fallisce, lascia dietro di sé problematiche personali molto gravi, quindi non posso

giuire, ma devo constatare come la presunzione aziendale sia sempre cattiva consigliera. E' dimostrato che la presunzione non permette di valutare con obiettività la realtà e non lascia spazio a autocritiche che si rendono necessarie quando le cose cambiano. La presunzione aziendale non contempla la possibilità che si commettano errori e non aiuta a

prendere le opportune contromisure quando le condizioni di mercato subiscono evoluzioni importanti. La presunzione sia aziendale che personale ha un solo destino: il fallimento.

**Davide Caropreso**

## Tecnologia

# Il 2020 sarà l'anno della rivoluzione tecnologica

## Dal 4G al 5G: saranno innumerevoli le novità

Si è svolto in Ottobre a Hong Kong un summit dove è stato presentato un innovativo microchip di 7 mm per 7, che permetterà ai nostri smartphone di sfruttare la tecnologia del



Sarà la velocità di navigazione e di connessione che farà la grossa differenza con la tecnologia dell'attuale 4G e prometterà velocità 1000 volte superiori a quelle 4G. Ciò significa che presto potremo scaricare un film intero in pochi secondi e, ancora più importante, che i nostri dispositivi saranno ancora più efficienti.

Il termine 5G sta per "quinta generazione", e generazione si riferisce all'insieme di requisiti, per dispositivi e reti, che determinano la compatibilità con un certo standard. Descrive le tecnologie necessarie a far funzionare un certo tipo di comunicazione.

Le reti di seconda generazione (2G) nacquero nel 1991 come un insieme di standard che regolavano la telefonia mobile, senza particolari preoccupazioni riguardo la trasmissione dati. Con la terza

generazione, 3G, ci si concentrò sulla voce ma anche su Internet in mobilità, videochiamate e TV in mobilità. La 4G fu progettata per migliorare aspetti come la telefonia, la videoconferenza, oltre che sul video in streaming e il gioco online. Oltre all'aumento di velocità, con la 5G arriveranno anche comunicazioni più efficienti tra diversi dispositivi. Per esempio, una casa intelligente con molti sensori connessi in 5G non avrebbe bisogno di una grande potenza per inviare i dati dall'altra parte del mondo, e sicuramente di tempi di risposta molto ridotti. I dispositivi 5G potrebbero individuare e sfruttare le giuste frequenze per ogni tipo di messaggio, rendendo così più efficiente la comunicazione. Potremmo collegare i nostri elettrodomestici e la nostra auto con il web. La velocità di navigazione sarà mille volte superiore a quella attuale. Potranno collegarsi simultaneamente al web 1.000.000 di persone per Km quadrato. Nel 2022 si dovrà cambiare lo smartphone per adeguarsi alle nuove tecnologie. Con il 5G la connessione sarà in tempo reale, le risposte sullo schermo touch immediate. Non serviranno dispositivi con grande memoria perché tutti i dati, foto e video saranno salvati sul cloud e vi potremo accedere istantaneamente in ogni momento e da qualsiasi posto. Le prossime auto saranno tutte equipaggiate dal chip 5G. Se l'automobile a guida autonoma diventerà realtà il merito



sarà della tecnologia 5G. Con questa tecnologia cambierà tutto: dalla segnaletica stradale, ai semafori alle telecamere alle utenze domestiche. Le antenne 4G poste sui tetti dei palazzi sono collegate alla rete via cavo, le prossime 5G avranno collegamenti senza fili tra di loro, con onde millimetriche, vale a dire onde radio tra 30 e 300 GHz.

Anche Internet arriverà a destinazione via etere e l'attuale wifi non servirà più. Gli apparecchi TV dovranno essere sostituiti con quelli di nuova generazione, o dotare quelli attuali di nuovo decoder. Entro il fatidico 2020 le frequenze utilizzate dal digitale terrestre saranno impiegate dalle tecnologie 5G, queste frequenze supereranno qualsiasi ostacolo e garantiranno migliori connessioni al web da tablet e smartphone.

**Marco Parodi**  
webmaster@usarciliguria.it



## I famigerati obiettivi annuali

Sottoscrivere certi impegni può rivelarsi molto pericoloso

Ne parliamo tutti i giorni, io e l'avv. Mortara abbiamo scritto almeno 10 articoli, ma i famigerati target annuali sono sempre di attualità. A inizio anno vengono riproposti e sono sempre fonte di perplessità e di pericolose situazioni. Desidero riprendere quanto scritto anni fa su questo argomento, per riproporre la tabella dove sono indicati gli indici di assorbimento delle varie regioni Italiane.

Accettare, o peggio, sottoscrivere certi impegni può rivelarsi molto pericoloso. Non si deve subire passivamente la forzatura delle mandanti ma si deve indicare alla mandante, con dati alla mano, quale obiettivo di vendita è realmente auspicabile, nella zona operativa sotto esame.

Per dimostrare alle mandanti quali sono i target veramente realizzabili è necessario conoscere l'indice di mercato e/o l'indice di assorbimento del settore merceologico della zona in discussione. Che cosa è l'indice di mercato, o indice di assorbimento, è facile a dirsi: è la percentuale che una regione, o provin-

cia, o zona, rappresenta sul totale del mercato nazionale.

Ad esempio: il mercato nazionale è uguale a 100, il mercato ligure è il 2,85%.

Quindi se un'azienda fattura in Italia un totale di 10.000.000 di Euro, il mercato ligure, ragionevolmente, potrà fatturare il 2,85% di 10.000.000 e precisamente 285.000 euro.

Ricavare l'indice di mercato è un po' più complesso, perché questo fattore è il risultato di una sommatoria di percentuali, sempre riferite all'intero mercato italiano, che prendono in considerazione dei fattori locali come ad esempio il numero di abitanti, il numero di famiglie, il reddito pro-capite, i depositi bancari, l'età media dei residenti, le persone attive, i minori, i pensionati, ecc.

L'indice di assorbimento per settore merceologico, oltre ai fattori indicati, tiene conto di parametri riferiti allo specifico settore: l'edilizia prenderà in considerazione le licenze edilizie rilasciate; l'abbigliamento prenderà in con-

siderazione il numero di esercizi, il loro fatturato medio; l'utensileria prenderà in considerazione gli artigiani e le industrie presenti; il mercato degli elettrodomestici bianchi (lavastoviglie, frigoriferi, lavatrici e cucine economiche) dovrà considerare il numero delle famiglie; per l'elettronica avrà molta importanza l'età media dei residenti, perché più si eleva l'età e più è bassa la propensione al consumo, anche se il reddito è alto, ecc.

La tabella che segue indica la percentuale degli abitanti e delle famiglie per regione, questo dato è già indicativo del mercato e già riferendosi ad esso si è molto vicini alla realtà.

Se questo famigerato indice di assorbimento sarà preso in considerazione dalle agenzie, indipendentemente dalle richieste delle mandanti, esse potranno avere un'indicazione concreta sul potenziale del mercato di ogni singola mandante.

**Davide Caropreso**

**Esempio di introduzione sul mercato italiano di un'azienda che fattura 20 milioni di Euro**

posiz.	regioni	n° abitanti	% abitanti su totale Italia	fatturato realizzato	fatturato realizzabile	fatturato mancante per zona
1°	LOMBARDIA	8.988.951	15,62	1.000.000	3.185.614	- 2.185.614
2°	CAMPANIA	5.796.899	10,07	2.000.000	2.054.375	- 54.375
3°	LAZIO	5.242.709	9,11	3.000.000	1.857.975	
4°	SICILIA	5.108.067	8,87	1.000.000	1.810.259	- 810.259
5°	VENETO	4.469.156	7,76	1.000.000	1.583.834	- 583.834
6°	PIEMONTE	4.291.441	7,46	1.000.000	1.520.853	- 520.853
7°	PUGLIA	4.090.068	7,11	2.000.000	1.449.488	
8°	EMILIA ROMAGNA	3.947.102	6,86	600.000	1.398.822	- 798.822
9°	TOSCANA	3.527.303	6,13	2.900.000	1.250.048	
10°	CALABRIA	2.070.992	3,60	2.000.000	733.943	
11°	SARDEGNA	1.661.429	2,89	500.000	588.797	- 88.797
12°	LIGURIA	1.641.835	2,85	800.000	581.853	
13°	MARCHE	1.450.879	2,52	1.000.000	514.180	
14°	ABBRUZZO	1.276.040	2,22	150.000	452.219	- 302.219
15°	FRIULI VENZIA GIULIA	1.184.654	2,06	200.000	419.832	- 219.832
16°	TRENTINO ALTO ADIGE	924.281	1,61	100.000	327.558	- 227.558
17°	UMBRIA	831.714	1,44	1.000.000	294.753	
18°	BASILICATA	610.330	1,06	50.000	216.296	- 166.296
19°	MOLISE	329.894	0,57	50.000	116.912	- 66.912
20°	VALLE D'AOSTA	119.610	0,21	50.000	42.389	
<b>totale Italia</b>		<b>57.563.354</b>	<b>100,00</b>	<b>20.400.000</b>	<b>20.400.000</b>	<b>- 6.025.370</b>

## 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**

## Evasione umana

### Elusione ignobile e scandalosa

Oggi sono in pensione, ma nel corso della mia vita lavorativa ho svolto attività manageriale in un grande gruppo agroalimentare con responsabilità diretta anche in campo fiscale. Il nostro gruppo aveva società in tutta Europa, negli Stati Uniti e in Asia. Ogni anno si studiava il sistema per ottimizzare la tassazione e si era arrivati ad una tassazione con una aliquota del 27/28% per l'intero gruppo. Stiamo parlando del 1990/2000, non di tempi remoti. Oggi nel mondo, e non sono passati 20 anni, accadono, dal punto di vista fiscale, cose incredibili. Vi sono società conosciutissime per la loro rilevanza: Apple, Google, Facebook, Amazon, e-Bay, Microsoft, Twitter ecc. che avvalendosi di stuoli di fiscalisti internazionali, fanno pianificazioni fiscali super aggressive, sfruttando tutte le smagliature esistenti tra le varie nazioni. Le principali differenze sono i disallineamenti fra gli ordinamenti giuridici dei paesi, i regimi fiscali preferenziali, l'uso distorto delle regole in tema di prezzo dei trasferimenti inter-gruppo.

Di seguito un paio di esempi per meglio comprendere questi "meccanismi":

Una società europea compra pubblicità da Google USA per \$ 1.000. Per non pagare imposte sull'utile di \$ 700 (300 \$ sono spese) Google USA, paga \$ 700 a Google Irlanda che detiene il know how. Google Irlanda manda i \$ 700 alla sua controllata Google Holland, come dividendi non tassati. Google Holland manda i \$ 700 ad una società Google delle Bermuda, in quanto il sistema fiscale olandese permette questo tipo di operazione.

Apple ha costituito due società in Irlanda, queste due società sono definite "un mostro a due teste". Apple Operation International (AOI), che cura le vendite in USA; Apple Sales International (ASI) che cura le vendite nel resto del mondo. Le società hanno residenza giuridica in Irlanda ma non

residenza fiscale. Ciò in Irlanda è ammesso. La tassazione irlandese sui profitti è agevolata e non va oltre il 12,5%. Dato che Apple ha assunto, sempre in Irlanda, ben 6.000 persone, circa il 25% di tutto il personale nel mondo, con il governo irlandese ha sottoscritto un accordo (tax ruling) che riduce le aliquote all'1%.

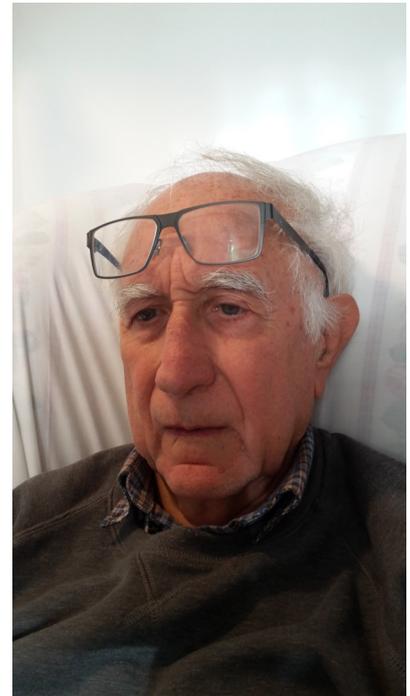
Con il "mostro a due teste", Apple, ha sfruttato l'asimmetria delle differenti legislazioni registrando tutte le vendite di ASI come avvenute in Irlanda invece che nei paesi non USA dove poi i prodotti vengono effettivamente venduti. Quindi Apple sui profitti ASI paga imposte anche inferiori all'1%. Per quanto riguarda la società AOI la ripartizione tra USA e Irlanda avviene senza dubbio a favore di quest'ultima. Siamo parlando di gruppi enormi con più di 20.000 dipendenti che realizzano profitti incredibili senza, praticamente pagare imposte.



Le sole Google e Apple hanno, in borsa, un valore superiore a quello dell'intera borsa italiana.

Gli utili di queste multi-nazionali vengono parcheggiati in paradisi fiscali (Bahamas, Bermuda, Antille ecc.), si dice che la sola Apple disponga di 250 miliardi di dollari. Si stima che tutte le società americane abbiano accumulati, in questi paradisi fiscali, 3.000 miliardi di dollari. Se questi denari dovessero rientrare in America dovrebbero pagare il 35% di imposte. Con la riforma Trump solo il 21%.

Le vendite on line di queste aziende stanno invadendo il mondo facendo



concorrenza sleale a milioni di piccole aziende che sono costrette a chiudere. Per questi giganti del mondo digitale la festa continuerà malgrado recenti dichiarazioni di adeguamento alle tassazioni per fatturato/paese perché vi saranno altri "escamotage" fiscali come costi impropri per know-how, ricerca ecc., in modo da continuare a pagare pochissime imposte.

L'unica vera soluzione sarebbe l'unificazione dei regimi fiscali di tutte le nazioni UE. Purtroppo a questa soluzione siamo molto lontani perché ci vorrebbe una nuova Unione Europea.

Mi viene in mente cosa accadeva in Italia negli anni 60 e 70 quando i negozianti vendevano senza emettere scontrini o fatture e a fine anno si compravano gli appartamenti. Quella era evasione, ma i mancati introiti erano a beneficio di una miriade di persone che rischiavano anche sulla propria pelle. Oggi si chiama elusione, e il mancato introito fiscale, stimato intorno ai 240 miliardi di dollari, va a poche persone che continuano ad arricchirsi e non rischiano nulla perché ciò che fanno non è illegittimo!

**Dott. Edoardo Viganò**  
Esperto in bilanci e fiscalità

## Farsi pagare è sempre più difficile

In Italia chi non paga ha sempre ragione. Incassare il dovuto, spesso è impossibile

In Italia, vince chi non paga. Chi ignora scadenze delle fatture, sollecitazioni e lettere dell'avvocato. Nessuno viene perseguito penalmente (a meno che non si tratti di una vera truffa), e nessuno viene screditato pubblicamente.

E prima che si proceda all'esecuzione forzata dei suoi beni, bisogna attraversare un labirinto burocratico talmente lento e intricato da scoraggiare anche il più scaltro degli avvocati e il più vendicativo dei creditori. Risultato: è come se fosse lo stesso sistema giudiziario ad aiutare chi non onora i debiti, in nome del vecchio detto che «per pagare e per morire c'è sempre tem-



po». I furbi la fanno franca e studiano escamotage di ogni tipo per non sganciare mezzo euro: per risultare nullatenenti anche quando non lo sono, per far sparire i soldi dal conto corrente, anche quando li hanno. Ci sono le srl che chiudono, dicono di essere in liquidazione, simulano fallimenti, o cambiano assetto societario pur di non pagare le fatture arretrate di collaboratori e fornitori. Ci sono gli inquilini che firmano contratti di affitto e poi non corrispondono le quote mensili, forti del fatto che, prima di essere sbattuti fuori casa, ce ne vuole. Ci sono quelli che acquistano automobili e smettono di pagare dopo la terza rata. E quelli che mandano in fallimento le piccole aziende, perché non pagano i beni acquistati, o i servizi ricevuti. Far valere i propri diritti di

creditore per vie legali equivale a infilarci in un'odissea tutt'altro che risolutiva. Innanzitutto perché spesso il giudice invita le due parti a una mediazione e a concordare una cifra inferiore a quella iniziale. Che significa, implicitamente, incoraggiare il debitore a non pagare per tempo e ad aspettare un accordo legale, che in pratica diventa la garanzia di uno sconto.

Mettiamo il caso che il creditore non accetti compromessi e si incaponisca con una causa vera e propria. Mettiamo pure il caso che la vinca. Nemmeno con una sentenza a favore riscuoterà con facilità i soldi. Per di più c'è un ulterio-

re paradosso: più la cifra da riscuotere è bassa, più è impossibile da recuperare. Il motivo? Le spese legali rischiano di essere alte quanto il credito.

Le aziende scompaiono nel nulla e si può dire addio ai pagamenti.

La liquidazione o il fallimento o il concordato, sempre più diffusi, sono da dimostrare. Spesso si tratta di trucchi studiati a tavolino per lasciarsi alle spalle i debiti e farla franca.

Succede così in parecchi ambiti: da quello dell'edilizia, dove le srl chiudono e riaprono cambiando semplicemente il nome, a quello del terzo settore e dell'intrattenimento. Basta modificare l'assetto societario, dichiarare la liquidazione volontaria e la società sparisce. Niente società, niente pagamenti arretrati. È il fenomeno delle «ditte a scomparsa» e dei furbetti che, fingendo veri fallimenti, rasentano la truffa. Quando a dover rispondere del

debito sono persone fisiche e quindi basterebbe rintracciarle per reclamare i propri pagamenti, le richieste vengono ignorate anche quando ricevono la lettera dell'avvocato che annuncia il decreto ingiuntivo, questa lascia il tempo che trova.

Così si torna al solito inghippo: chi vuole i suoi soldi deve fare causa e anticiparne altri.

Purtroppo in questo paese è molto meglio essere debitore che creditore, con la nuova legge sul fallimento si ha l'impressione che le cose, sempre per il creditore, debbano peggiorare ulteriormente. Come se ne esce? Si dovrà assicurare il credito. Già molte mandanti stanno adottando questo sistema. I clienti che non vengono assicurati non verranno serviti, o dovranno pagare anticipatamente. Per gli altri saranno le compagnie di assicurazione che li ter-

ranno sotto controllo. Quali saranno le conseguenze? Dato che assicurare il credito ha un costo lo stesso verrà caricato sulle merci vendute quindi come ultima conseguenza: un aumento dei costi per l'utenza finale.

D. C.

**In Italia un'azienda può sparire nel nulla, senza dovere più niente a nessuno; in fondo per pagare e per morire c'è sempre tempo**

## Una buona iniziativa

### Chiusura di un'agenzia

Quando si raggiunge il traguardo, in moti casi agognato, della pensione, di solito si chiude l'agenzia senza la preoccupazione di quel che accadrà dopo. In alcuni casi la chiusura avviene anche con conseguenze poco simpatiche sotto l'aspetto della liquidazione delle indennità di fine rapporto. Certe Aziende tentano di risparmiare innescando diatribe e vertenze con l'agente che va in pensione, ciò non fa chiudere la carriera lavorativa con serenità. In altri casi l'agente non pensa alle conseguenze che il suo ritiro può avere per la clientela e per le mandanti e lascia l'incarico a cuor leggero senza rimpianti e senza preoccuparsi di quel che avverrà. "Après moi le déluge" (dopo di me il diluvio) fu la lapidaria frase, attribuita a Luigi XV, detta ai ministri che lo esortavano ad occuparsi degli affari di stato. Dopo il suo regno scoppiò la rivoluzione francese. Non mi risulta che al momento del ritiro di agenti di commercio sia iniziata una rivoluzione, ma qualche guaio può essersi innescato. Quando si è operato "nel mercato" per decine di anni e si sono intrattenuti buoni rapporti con le mandanti e con i clienti è un dovere per l'agente, che ha raggiunto i limiti di età per chiudere la sua attività, pensare alla "successione" e non infischiarci di ciò che avverrà dopo. Questo nel rispetto della clientela e delle mandanti. Quando è stato il momento di "tirare i remi in barca" la nostra agenzia ha considerato che sarebbe stato corretto occuparsi di quel che sarebbe stato dopo il nostro ritiro dalla scena lavorativa. Nell'anticipare alle mandanti che a fine anno la nostra agenzia avrebbe terminato il mandato, ci siamo resi conto che dopo tanti lustri di collaborazione sarebbero state spiazzate e avrebbero avuto difficoltà nel selezionare chi sarebbe stato in grado di sostituirci proprio per le caratteristiche strutturali e operative che l'agenzia

specialista nel nostro settore deve possedere.

Noi conosciamo bene i nostri colleghi che operano nel comparto, sappiamo come sono organizzati, che tipo di introduzione hanno, come si rapportano con la clientela, sappiamo che mandanti rappresentano, conosciamo le loro politiche di distribuzione, quindi siamo i più qualificati a segnalare il nominativo giusto che possa prendere il nostro posto.

Alle nostre rappresentate, dopo le dovute considerazioni, abbiamo proposto di essere noi a segnalare i nuovi agenti. La proposta è stata accettata positivamente, perché questo nostro impegno è stato visto come garante di un tranquillo passaggio di consegne anche alla luce delle competenze necessarie per gestire le varie mandanti. Lo spirito di collaborazione che ci ha visto insieme per tanto tempo è stato confermato da questa nostra iniziativa, che ci impegna senza nessuna contropartita. Abbiamo sempre rappresentato aziende nel comparto delle apparecchiature per l'impiantistica dove vi sono produzioni "semplici" e produzioni "complesse". Le produzioni semplici sono costituite da mandanti/prodotti che non hanno bisogno di un grosso supporto tecnico, mentre quelle complesse, oltre a necessitare di un post-vendita efficiente, hanno bisogno di strutture importanti per la complessità organizzativa che certe rappresentanze richiedono. Ci siamo messi alla ricerca di chi ci avrebbe potuto sostituire, considerando le mandanti e il tipo di agenzia adatto ad esse.

Dopo un attento esame e fatte le nostre considerazioni, abbiamo messo in contatto i colleghi che riteniamo idonei con le varie mandanti.

Dopo il primo approccio abbiamo organizzato viaggi presso le sedi delle



mandanti interessate con i nostri potenziali sostituti per presentarli alle direzioni. Quando ci è stato dato il beneplacito per le sostituzioni, con i nostri colleghi/sostituti abbiamo visitato i clienti acquisiti assicurando loro che nulla sarebbe cambiato con il nuovo arrivato e che le politiche commerciali dai noi portate avanti sarebbero rimaste inalterate. Per le rappresentate più impegnative abbiamo assicurato il nostro supporto operativo, non tanto per quanto concerne l'attività di vendita, visto che i nostri colleghi sono bravi professionisti, ma per quanto riguarda l'operatività della gestione informatica e pratica dell'agenzia e per qualche mese fino a che non siano state metabolizzate le procedure per svolgere in scioltezza la nuova attività noi abbiamo affiancato i nostri "sostituti".

Ciò che ci ha piacevolmente sorpreso sono stati i messaggi di apprezzamento per la nostra attività, che abbiamo ricevuto sia dai clienti che dalle case mandanti. Messaggi anche commoventi che ci hanno fatto capire che, soprattutto per i clienti, la figura dell'agente di commercio e i rapporti personali sono ancora importanti e che non è vero che per i clienti è indifferente avere un agente piuttosto che un altro.

Tutto questo è stato fatto e portato a termine senza nessun compenso solo per la soddisfazione nostra, dei clienti e delle mandanti.

**Davide Caropreso**

## Il soggetto mancante

Tratto dal libro: *“I signori rappresentanti si ricevono il martedì”*

Questa mattina sono coinvolto in una conferenza con 65 agenti rappresentanti in un settore, quello edile, che più di ogni altro ha risentito e risente del “NO” del cliente. Mi trovo nella stanza d'albergo a riflettere su tutto quanto ho predisposto per il buon esito dell'evento. Anche per me la preparazione è il 90% del risultato. In effetti - dico a me stesso - se è pur vero che le vendite assumono un ruolo differente all'interno dei loro mercati, permane il fatto che rimangono fondate sulla persona.

E' sulla persona che si crea il lavoro di vendita! Questo accresce la responsabilità personale e dà valore professionale e sociale alla persona stessa che lo esplica. In effetti - e sarà poi questo che andrò a dire - la centralità del venditore è ed è stato, nella mia analisi, l'unico punto fermo su cui muovere attività di ricerca finalizzata al perseguimento del valore offerto al cliente attraverso la massima espressione delle potenzialità del venditore. Ma che fine faranno - mi chiedo uscendo dall'ascensore e dirigendomi nel salone ove mi attendono quelli che potrebbero poi essere miei clienti - gli agenti rappresentanti di commercio?

*«Nel tempo, diversi osservatori hanno ipotizzato che il loro ruolo, centrale nella gestione delle relazioni con il mercato, potesse essere sostituito, o ampiamente ridimensionato, come conseguenza di processi e strumenti più evoluti. Per esempio, numerosi autorevoli osservatori avevano profetizzato che la tanto enfatizzata rivoluzione digitale in atto avrebbe modificato in modo sostanziale l'importanza dei venditori sino al punto da rendere obsoleto e irrilevante il mestiere del commerciale. A distanza di un ventennio circa da tali previsioni, la realtà appare molto diversa».* Così scrivono Marco Aurelio Sisti, Paolo Guenzi, Paola Caiozzo nel loro “Gestire le vendite. L'eccellenza nel

sales management” EGEA S.p.A. Editore 2015.

Nonostante questo è davvero difficile, per noi venditori, fare affari in questi tempi, *«come di consueto»* quando le notizie sull'economia non sono affatto *«consuete»*.

**Il cliente è il re**, si diceva nell'85' all'inizio della mia attività professionale.

Quando i risultati tardano ad arrivare e le difficoltà si *«infilano una dietro l'altra»* le risposte al mercato vanno inevitabilmente verso la contrazione dei consumi, i tagli sui costi e la riduzione dei fornitori condotta con l'unico criterio di un abbassamento del prezzo.

In questa situazione non è più sufficiente compilare elenchi di potenziali clienti, sviluppare strategie di aggancio, studiare i concorrenti, né colpevolizzare la causa finale del mancato profitto: l'agente. Ancora ad oggi la tendenza del management è quella di andare in cerca di sistemi per risolvere il fatturato, obiettivo che di solito si traduce nell'esercitare più pressioni per migliori risultati sugli addetti alle vendite.

E' in questa situazione che ci si accorge del venditore: di un venditore, che non vende, su cui far ricadere complessità e disattese sui risultati. I processi alle colpe trovano sempre nel venditore la causa scatenante. In un mercato che attendeva risposte ad una richiesta più o meno esplicita, l'attenzione era sul cliente: ora questa coinvolge il venditore.

In carenza di un mercato della richiesta, l'attenzione torna sul venditore che *«... non vende, non dà i risultati di prima, ha solo giustificazioni, scuse alle quali non c'è riscontro rispetto all'impegno profuso dall'azienda...»*.

Non vende, poiché non è stato allenato a vendere, bensì a rispondere a quelle che erano le richieste del cliente. La difficoltà sta nel fatto che i modelli di vendita rimangono centrati sul cliente e non sull'attore protago-



nista dell'intero processo di vendita. E' il venditore che manca. Ancora più frequentemente quando i risultati stentano a prodursi l'interrogativo rimane sempre: *«Che cosa fanno i venditori? Cosa non funziona in questa rete di vendita».* Alla fine, l'elemento su cui far ricadere il mancato guadagno rimangono sempre loro: i venditori. La soluzione idonea era quella di instradarli: *«Due giorni, meglio uno, se poi costa poco, tanto di guadagnato, magari in un bel posto può servire a fargli capire che così non va. O cambiano o soccombono.»* Per anni lo si è imbottito di tecnicismi e di regole che venivano dettate da altri, ma non scoperte da lui. Tutti erano bravi nel presentargli la “mossa vincente”! Elargitori di consigli, comunicatori di come si fa, senza occuparsi di aiutare il venditore a scoprire da sé la sua strada migliore. Ma chi andava con lui a vendere: professori in aula, o soggetti capaci di formare l'agente direttamente sul campo?

**Dr. Ing. Eliano B. Cominetti**

## Ottenere dalla mandante gli estratti conto

### Verificare gli affari conclusi durante il rapporto

Come abbiamo già avuto modo di evidenziare in precedenza, avviene ormai frequentemente che le aziende preponenti, nei rapporti con i propri agenti, non ottemperino alle norme di legge (ed a quelle degli Accordi Economici Collettivi) che impongono alle stesse precisi obblighi.

Molto spesso, infatti, avviene che le aziende non forniscano all'agente la documentazione necessaria al fine di consentire la verifica in ordine all'esecuzione degli affari conclusi dal proprio agente, al pagamento da parte del cliente finale, etc.

Ricordiamo, in tal senso, come la fattispecie sia disciplinata dall'art. 1749 del Codice Civile che stabilisce espressamente che la preponente è tenuta a consegnare: *«un estratto conto delle provvigioni dovute al più tardi l'ultimo giorno del mese successivo al trimestre nel corso del quale esse sono maturate»*. Il documento deve contenere, precisa il codice, gli elementi essenziali in base ai quali è stato effettuato il calcolo delle provvigioni, vale a dire l'importo fatturato *«di sicura autenticità, anche non proveniente dal debitore, da cui risulta con certezza l'esistenza del diritto di credito fatto valere in giudizio»*.

La suddetta norma, peraltro richiamata, altresì, dagli A.E.C. vigenti (articolo 7, Aec 20 marzo 2002, settore Industria, e articolo 6, Aec 26 febbraio 2002, settore Commercio) è stata ideata proprio al fine di consentire all'agente una verifica in ordine alla correttezza delle informazioni che provengono dalla mandante, in particolare al fine di consentire il conteggio delle provvigioni di spettanza dell'agente nell'arco di un determinato trimestre o addirittura, nell'arco di tutto il rapporto.

Come richiamato ormai costante-

mente dalla Giurisprudenza di Cassazione, grava sull'agente, nell'ambito del giudizio promosso contro la preponente per l'accertamento del diritto alle provvigioni, l'onere di provare i fatti costitutivi della sua pretesa, vale a dire la conclusione e regolare esecuzione degli affari da lui promossi, o direttamente stipulati nella sua zona.

Un problema concreto ed assai frequente nella prassi è quello che si verifica allorché la preponente, pur essendovi tenuta per legge, ometta di consegnare all'agente copia di tutte le fatture emesse nei confronti dei clienti rientranti nella sua zona, fatture che invece sono indispensabili ai fini dell'assolvimento dell'onere probatorio.

Molto spesso lo strumento più utilizzato è quello di chiedere al Giudice (nell'ambito di una causa già radicata) l'ordine di esibizione in capo alla mandante delle copie fatture e più in generale un estratto dei propri libri contabili.

Ciò, come detto, presuppone che sia stata intentata una causa "di merito" da parte dell'agente.

In realtà, un orientamento giurisprudenziale ormai consolidato (a cui ha aderito il sottoscritto con buoni risultati) ha ritenuto legittima la presentazione di un ricorso per ingiunzione da parte dell'agente di commercio e finalizzato alla consegna della documentazione contabile da parte della preponente.

Giova precisare che il decreto ingiuntivo (specie per gli agenti che operano in forma di ditta individuale) è uno strumento di gran lunga più agevole rispetto al procedimento necessario per la presentazione di una causa di merito e ciò principalmente alla luce del brevissimo tempo



necessario per l'ottenimento del relativo provvedimento.

Altro aspetto da sottolineare, attiene al fatto che il decreto ingiuntivo per l'esibizione dei libri contabili è immediatamente esecutivo e, quindi, impone alla preponente di consegnare immediatamente la documentazione richiesta.

Ove la mandante non ottemperi all'ordine del Giudice, il ricorrente potrà agire in via esecutiva con l'ausilio degli Ufficiali giudiziari e, ove occorra, della forza pubblica al fine di ottenere la documentazione richiesta oltre alla rifusione delle spese legali che il Tribunale pone ovviamente a carico dell'azienda.

Nell'esperienza del sottoscritto legale, questo strumento viene frequentemente utilizzato alla luce del fatto che il Tribunale di Genova Sez. Lavoro è favorevole all'emissione di questo tipo di provvedimenti.

Al fine di ottenere un decreto ingiuntivo sarà, quindi, necessario offrire al Giudice la prova in ordine all'esistenza del contratto di agenzia (ovvero si dovrà produrre copia del contratto sottoscritto dalle parti) ed in ordine al fatto che gli estratti conto e le copie fatture siano già stati richiesti alla mandante per iscritto.

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

## Il sistema previdenziale

### Un po' di storia della previdenza

Uno degli obiettivi dell'italiano medio è quello di raggiungere la pensione. Questo traguardo è considerato un fatto naturale e pochi si sono soffermati a pensare quale è l'origine di questo che può essere definito un "salvacondotto" per la vecchiaia. Fino agli inizi degli anni '50 la maggior parte degli italiani non arrivava a vivere abbastanza per avere bisogno della pensione. Ma come è nato il moderno sistema pensionistico? E' Otto von Bismarck che nel 1889 introduce in Germania il primo sistema pensionistico generale e obbligatorio di tipo moderno. La Francia segue di qualche anno. Nel Regno Unito nel 1909 viene concessa a tutti i settantenni una pensione di 5 scellini a settimana, elevata a 7 scellini e 6 pence per le coppie sposate. Negli Stati Uniti, ancora oggi, il governo federale e i governi statuali assicurano solo le pensioni dei dipendenti pubblici, per gli altri lavoratori dipende un po' dai datori di lavoro e un po' dalle assicurazioni private, e una legge del 1974 si limita a prescrivere i requisiti minimi.

Fino ai primi anni del novecento, non esisteva una previdenza per la vecchiaia perché gran parte delle persone moriva prima di raggiungere l'età matura. In Italia, con la spaventosa mortalità infantile, l'età media di morte resta e attorno ai sei anni e mezzo. Solo negli anni 20 si arriva a 43 anni. Statisticamente, è solo dopo il 1951 che la maggioranza degli italiani arriva a vivere abbastanza da aver bisogno della pensione. Nel 1950 l'aspettativa di vita, dopo raggiunta la pensione, era di un solo anno e mezzo. Secondo dato: prima che si inaugurasse l'era della pensione generalizzata, la gran parte dell'umanità, anche nell'Europa dopo la rivoluzione industriale, era contadina. In Italia gli addetti all'agricoltura nel 1921 erano circa il 57% della popolazione. Caratteristica delle famiglie contadine era quella di generare molti figli. Ciò permetteva

di avere più manodopera da inserire nel sistema economico familiare e inoltre, all'interno di un ciclo sociale e biologico "naturale", che ci fosse poi chi potesse prendersi cura dei genitori anziani.

Se le classi agiate, i cosiddetti possidenti, di pensione non avevano bisogno, vivendo di rendite, era invece il ceto medio imprenditoriale, in particolare commercianti o artigiani agiati, che investiva parte dei guadagni per costituirsi rendite per la vecchiaia. Un modo classico era quello di acquistare case che avrebbero poi dovuto mantenere il proprietario attraverso l'affitto. Dunque, anche nei secoli passati, il problema di garantirsi economicamente per la vecchiaia era più urgente, e meno facilmente risolvibile, per le classi medio-basse urbane, o comunque inserite nel sistema industriale. Dal medioevo fino al '700 gli artigiani meno facoltosi erano inquadrati nelle corporazioni, che tra l'altro provvedevano anche ad autogestire la previdenza per i propri soci.

Il sottoproletariato urbano non aveva nessuna previdenza ed era abituato a vivere di espedienti, se arrivava alla vecchiaia aveva in genere come unica risorsa le opere di beneficenza della chiesa, dalle mense per i poveri agli ospizi di vecchiaia. Senza copertura rischiavano di trovarsi soprattutto i dipendenti pubblici: e in quel caso doversi affidare alla carità avrebbe rappresentato una perdita di status non solo per loro, ma anche per le amministrazioni che avevano servito.

Proprio per loro furono inventate le pensioni. L'Italia, dopo la legge che nel 1862, regolò sia l'attività assistenziale della chiesa sia la previdenza autogestita dai sindacati operai nelle Società di mutuo soccorso; poi, nel 1881, fu istituita una Cassa delle pensioni civili e militari a carico dello stato e un Monte pensioni per gli insegnanti elementari. Sostanzialmente, è dall'estensione agli operai



di questo modello per i dipendenti pubblici che nasce il sistema pensionistico moderno.

Oggi, con il sistema previdenziale obbligatorio, lo Stato italiano tutela l'individuo e la famiglia contro i rischi e i bisogni derivanti dalla perdita di un lavoro, quando ciò è causato dalla vecchiaia, dall'invalidità o dalla morte del lavoratore.

Il sistema previdenziale obbligatorio consiste nel prelevare contributi previdenziali alle persone quando sono in attività, per ridistribuirle successivamente alle stesse persone, sotto forma di pensione, durante la vecchiaia, oppure in caso di invalidità, e ai familiari superstiti in caso di morte del lavoratore.

Il sistema pensionistico per come è strutturato, può essere assimilato ad una assicurazione.

L'assicurazione è un modo di tutelare la persona contro i danni derivanti da eventi sfavorevoli che il singolo non sarebbe in grado di fronteggiare da solo. La tutela previdenziale avviene quindi mediante la riscossione di contributi a ciascun lavoratore, per utilizzarli, con l'erogazione della pensione, nel momento in cui si verificheranno determinate condizioni.

Come tutte le forme assicurative, anche per quella pensionistica sono individuate le "calamità" contro cui si protegge:

- il rischio di perdere la capacità lavorativa a causa di invalidità per infortunio o malattia (invalidità - inabilità);
- il rischio di vivere a lungo (vecchiaia - anzianità).
- il rischio della morte prematura del lavoratore (per i familiari superstiti).

Con il pagamento obbligatorio dei "contributi previdenziali", i lavoratori si garantiscono la "copertura" contro il verificarsi delle condizioni sopra indicate.



L'attuale sistema pensionistico italiano prevede forme o modalità differenti di assicurazione e contribuzione in relazione alle diverse attività lavorative che vengono svolte.

La previdenza obbligatoria è gestita da vari Istituti/Enti previdenziali.

Fra questi, l'INPS – Istituto Nazionale della Previdenza Sociale – è di gran lunga il più importante di tutti, in quanto gestisce la previdenza di tutti i lavoratori dipendenti che lavorano per imprese e/o società aventi natura privata e per aziende/settori di natura privata, ma con caratteristiche "speciali" (elettrici, telefonici, ferroviari, marittimi, trasporto aere-

**Oggi, con il sistema previdenziale obbligatorio, lo Stato italiano tutela l'individuo e la famiglia contro i rischi e i bisogni derivanti dalla perdita di un lavoro, quando ciò è causato dalla vecchiaia, dall'invalidità o dalla morte del lavoratore**

o, braccianti agricoli, clero, ecc.); dei lavoratori "parasubordinati" (contratti di lavoro a progetto, contratti di collaborazione, associati in partecipazione, amministratori, professioni non classificabili); e lavoratori autonomi e imprenditori suddivisi in tre diverse categorie: Imprese

Agricole (coltivatori diretti - mezzadri); Imprese Artigiane; esercenti attività commerciali (e in questa categoria sono compresi Agenti e Rappresentanti di commercio).

Vi sono altre numerose casse di previdenza autonome, per i Liberi Professionisti iscritti negli specifici Albi di categoria (medici, avvocati ecc.)

La categoria degli agenti e rappresentanti di commercio, ha una particolarità unica che è quella di avere l'obbligo di iscrizione, assicurazione e contribuzione contemporanea a due enti di previdenza, l'I.N.P.S. e la Fondazione ENASARCO (ente previdenziale esclusivo degli Agenti e Rappresentanti di commercio). Questa peculiarità permette agli agenti di commercio di ottenere, al raggiungimento dell'età della pensione, non un solo trattamento ma due, con indubbi vantaggi economici.

L'iscrizione dei lavoratori nell'assicurazione previdenziale obbligatoria degli Istituti / Enti previdenziali segue regole differenti in base alla natura lavorativa dell'attività svolta.

Anche l'importo dei contributi previdenziali dovuti e la responsabilità del pagamento degli stessi seguono regole differenti in base alla natura lavorativa dell'attività svolta,

In tutti i casi sono previsti degli importi minimi e massimi, in misure e in percentuali prestabilite, e diverse in relazione alla categoria lavorativa di appartenenza.

Anche i pensionati che proseguono il precedente lavoro – o ne iniziano uno nuovo – dopo l'erogazione della pensione, sono ugualmente obbligati all'assicurazione e contribuzione in base alle regole generali.

Il diritto alla pensione si consegue in base a condizioni e requisiti specifici previsti per legge, e diver-

si con riferimento alla tipologia di pensione che viene richiesta dal



lavoratore.

In tutti i casi, comunque, per qualunque tipologia di pensione, è previsto che il lavoratore abbia un periodo minimo di assicurazione e contribuzione.

**Davide Caropreso**

# **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