numero
1. 2014

usarci notizie MAGAZINE

PERIODICO D'INFORMAZIONE DEGLI AGENTI E RAPPRESENTANTI DI COMMERCIO

Anno 18, N°1 - 10 marzo 2014 - prezzo copia €1,25 - reg. Periodici n° 2/97 Trib. di Bassano del Grappa - Poste Italiane S.p.a. - Spedizione in abbonamento postale - D.L. 353/2003 (conv. in L. 27/02/2004 n° 46) art. 1, comma 1, DCB Vicenza, editore USARCI VICENZA

PRIMO PIANO

L'internazionalizzazione delle aziende attraverso la rete degli agenti

CONTRATTO

L'impresa del *palloncino*. Azione preventiva per non rimanere senza contratti

PREVIDENZA

Effetti della riforma Fornero. Aumenta l'età pensionabile anche per gli agenti

ECONOMIA

Ipoteche tedesche sui tagli fiscali

UNIONE AGENTI E RAPPRESENTANTI COMMERCIO ITALIANI

DALLA PARTE DEGLI AGENTI DI COMMERCIO

Controversie, pretese indebite, difficoltà di recupero dei crediti.
Calcolo della pensione. Problemi fiscali. Adempimenti di ogni genere.
L'agente di commercio deve fare i conti ogni giorno
con problematiche diverse.

Affidati ad Usarci.

Una associazione di agenti di commercio che tutela i diritti della categoria.

Apartitica ed indipendente, difende gli interessi degli agenti, partecipando alla stesura degli Accordi Economici Collettivi e stipulando convenzioni a vantaggio degli iscritti.

Un'organizzazione forte e capillare nel territorio, con servizi altamente professionali e specializzati, legati alla conoscenza della materia e ad una esperienza sul campo di oltre **60 anni di storia**.

Assistenza qualificata nella interpretazione delle norme e dei diritti contrattuali, nelle controversie professionali e nella gestione fiscale e previdenziale, sono alcuni dei servizi dell'associazione, che propone anche un percorso formativo certificato per gli agenti.

Con il programma "**Agenti e Rappresentanti di Commercio in Qualità**" (D.T. 58 – Istituto Certiquality), gli iscritti sono accompagnati in un processo di formazione continua, fondamentale per lo sviluppo della persona e il successo nella professione.

Contatta per l'iscrizione la sede Usarci più vicina - numero verde 800 616191 – **www.usarci.it**
Richiedi o consulta il magazine UsarciNotizie - Tel. 0424.382329 – **www.usarcinotizie.it** – **info@usarcinotizie.it**
Approfondisci il tema della Certificazione in Qualità - **www.agenticertificati.it**

Verso nuovi cieli

La lettera dell'agente pubblicata a pagina 4 evidenzia, in tutta la sua concretezza, la drammaticità di questo periodo storico e di una professione che tocca con mano la precarietà, al pari di tanti impieghi, con poche tutele e tante speranze.

Quelle parole ci riportano alla difficoltà di gestire il presente e di progettare il futuro, anche quello prossimo e un tempo garantito, di una pensione assicurata da anni di lavoro onesto e programmato.

La reazione, però, ovvero la volontà, al di là dei requisiti anagrafici, di rimettersi in gioco e di valorizzare le proprie competenze acquisite, apre ad uno spiraglio e all'opportunità che la professione dell'agente di commercio, se esercitata con serietà e competenza, può ancora offrire, ponendosi come una valida alternativa ad altri percorsi lavorativi.

Il contributo ad alimentare questa convinzione viene anche dalle pagine di questo giornale e dall'incessante attività di chi partecipa alla vita di questa organizzazione. Il nostro insistere, da anni ormai, sulla necessità fondamentale di approfondire strumenti di formazione per acquisire un metodo, applicabile ad ambiti diversi, va in questa direzione.

E va in questa direzione ogni analisi dell'evolversi della professione che, proprio in questo numero della rivista, guarda all'internazionalizzazione come sbocco ormai naturale della vita delle aziende e quindi della rete vendita, che deve essere preparata e disponibile alla crescita. Non solo. Gli agenti possono essere il motore di questo cambiamento, di questa apertura ai mercati esteri, proprio per la conoscenza delle dinamiche commerciali e per aver già acquisito un metodo di lavoro, appunto, esportabile ad altre realtà, per quanto complesse e sempre differenti.

È un segnale di concretezza e di speranza, un tentativo di opporsi, come scrive Massimo Azzolini, a questa "impresa del palloncino", che è vero che può scoppiare da un momento all'altro, ma che è anche capace di volare in alto ed avventurarsi in nuovi cieli.

Mara Bisinella
Direttore responsabile

Senza contratto a 56 anni, ma riparto

Pubblichiamo di seguito la lettera di un agente indirizzata a Nicoletta Todesco, consulente della formazione e una delle firme di questo giornale.

Buongiorno Nicoletta, buongiorno e grazie.
Sono un Agente di commercio di 56 anni che per oltre 30 anni ha operato con successo nello settore specifico dei beni strumentali dedicati alla panificazione, pasticceria ed affini, ed ora mi ritrovo senza lavoro in quanto i soci dell'ultima azienda per la quale ho operato negli ultimi 10 anni. I titolari, fratelli, hanno pensato bene di cedere le proprie quote ai rispettivi figli… Risultato? tre mesi dopo un'azienda con 60 anni di storia alle spalle si spaccava in due e la parte commerciale toccava purtroppo alle persone sbagliate… tant'è che abbiamo dovuto avviare una vertenza per il mancato versamento di tutte le indennità spettanti. Stessa sorte toccava al mio collega del mercato estero. Premetto che, pur essendo autonomi, entrambi svolgevamo mansioni di responsabili dei mercati, io per l'Italia, lui per il resto del mondo, io da 10 anni, lui da 20.
Si parla tanto dei giovani precari che magari vivono ancora con la famiglia, ma non è forse più grave la situazione di chi avendo già capelli bianchi, si ritrovi improvvisamente con un mutuo sulla casa, un leasing sulla macchina, magari ancora con figli a carico e due famiglie da mantenere?
Ebbene ho scoperto come sia difficile a 56 anni trovare anche solo una qualsiasi occupazione!
Era soltanto una premessa per far capire quanto possa a volte far piacere un buon caffè…
Questa mattina mi capitava per le mani l'ultimo numero di Usarci Magazine, dove leggevo il tuo interessante articolo ed improvvisamente grazie a questa lettura, ho ritrovato delle motivazioni interiori che mi hanno fatto ritrovare consapevolezza nelle mie capacità e mi sono detto che poche altre persone nel mio settore possono vantare la mia competenza e preparazione, pertanto reagirò e mi proporrò in maniera diversa, perché io so essere uovo ed anche caffè!
Di nuovo grazie… e chissà che un giorno non riesca a stringerti la mano.
Cordialmente
Lettera firmata

SCONTI 2014

AGENTI E RAPPRESENTANTI DI COMMERCIO USARCI

MODELLO	SCONTO
UP!	12,50%
POLO	14,50%
NUOVA GOLF-NUOVA GOLF VARIANT	15,00%
MAGGIOLINO – MAGGIOLINO CABRIO	12,00%
TIGUAN	13,50%
SCIROCCO	15,50%
PASSAT – PASSAT VARIANT – ALLTRACK	16,50%
CC	14,50%
TOURAN – SHARAN – TOUAREG	16,50%

MODELLO	SCONTO
NUOVA GOLF*-NUOVA GOLF VARIANT*	17,00%
TIGUAN*	17,50%
PASSAT* - PASSAT VARIANT* - ALLTRACK*	19,50%
CC*	19,50%
TOURAN* - SHARAN*	19,50%

*tutte con Business Pack

Gli sconti sono validi per gli autoveicoli acquistati dal 01/01/2014 al 30/06/2014

Autovega S.r.l.

VICENZA (zona fiera)
Via del Commercio, 25/27
Tel 0444.220.000

VICENZA (zona stadio)
Via dello Stadio, 99
Tel 0444.477.680

ARZIGNANO (VI)
Via Bottego, 20
Tel 0444.477.600

ZANÈ (VI)
Via Monte Pasubio, 138
Tel 0445.314.400

www. autovega.com info@autovega.com Like

Das Auto.

1. 2014

Periodico trimestrale d'informazione degli agenti e rappresentanti di commercio italiani
Anno 18, N°01 – 10 marzo 2014
Prezzo per copia € 1,25
abbonamento annuo di 4 numeri € 5,00

Editore USARCI VICENZA
largo G. Perlasca, 9
36061 Bassano del Grappa (VI)
tel. 0424.382329
fax 0424.390897
e-mail: info@usarcivicenza.it

Direttore Responsabile: Mara Bisinella

Impaginazione grafica: archiplus, Thiene (VI)
Stampa: Grafiche Fantinato Srl
Romano d'Ezzelino (VI)

Comitato di Redazione:
Massimo Azzolini, Giancarlo Bonamenti, Andrea Maddalena, Marcello Pasetto, Federico Rossetto

Hanno collaborato a questa edizione:

Pietro Albertelli
Massimo Azzolini
Ottavio Baia
Carlo Baldassi
Andrea Baù
Claudio Bilato
Mara Bisinella
Giancarlo Blasoni
Giancarlo Bonamenti
Francesco Bottero
Alberto Bulzatti
Luca Chini
Franco Damiani
Ernesto Fioretti
Flavio Gusmeroli
Luca Lombardini
Cristiana Mantovani
Andrea Maddalena
Silvana Meante
Sergio Naiaretti
Marcello Pasetto
Carlo Pelanda
Mauro Ristè
Federico Rossetto
Giuseppe Sacco
Fabrizio Tagliabracci
Nicoletta Todesco
Selena Toso
Lino Venturini

Per comunicazioni ed osservazioni sui testi: info@usarcinotizie.it

SOMMARIO

Primo Piano
L'internazionalizzazione delle aziende 6
Il paradosso italiano 7

Economia
Ipoteche tedesche sui tagli fiscali 8

Fisco
Finanziaria 2014 9

Codice Civile e AEC
L'art. 1751 e l'indennità in caso di cessazione del rapporto 10

Certificazione
S.W.O.T, un modello di analisi anche per gli agenti 12

Previdenza
Indennizzo per cessazione anticipata attività 14
Inps ed Enasarco, nel 2014 in pensione più tardi 15

Formazione
Come vendere oggi? Metodo e creatività 16
La differenza che fa le differenza 17
Università di Teramo, primi esami 18

Nuove tecnologie
Gestione centralizzata delle posta su tablet e smartphone 19

Notizie
Run Together, visibilità e aggiornamento per le donne agenti 20

L'esperto risponde
Contratto di agenzia, retribuzione dell'agente, esclusiva
Indennità per cessazione rapporto 21

Auto
Sospensione patente, ricorso per multa, autocarro
Tasse zero per auto elettriche 22

Tempo libero
La tolleranza 23
Campionato di sci Monte Bondone 24, 25
Nuovo campionato mountain bike 25

Sformato comico
Il canone RAI 26

Notizie dalle Associazioni
Udine, Venezia, Trento, Vicenza, Mantova, Verona 27

Audi Zentrum Verona
Vicentini S.p.A.
www.vicentini.it

L'internazionalizzazione delle aziende passa (anche) dall'agente di commercio

Il mercato nazionale, come ben sanno gli agenti, non dà percettibili segni di ripresa. L' unica via di sviluppo, o meglio, di tenuta, per le aziende è quella di internazionalizzarsi, ovvero di esportare. Ma come ricercare e sviluppare nuovi mercati? Dando credito alla propria rete commerciale.

Le soluzioni consuete sono le seguenti.

Joint Venture. Certamente è la più affidabile e diretta. Trovare un partner commerciale già avviato o un partner con una produzione complementare che possa essere fornitore e cliente è senz'altro la soluzione ottimale: risultati certi e fortemente protetti da contratti che ben difendono l'accordo tra le parti. Questa possibilità, però, è alla portata solo delle grandi aziende, che non sono molte nel panorama industriale italiano, composto al 95% da piccole e medie aziende. Funziona per esempio nel settore dell'auto, con pianali utilizzabili per più modelli anche di marche diverse.

Creazione di filiali in mercati esteri. Ma quante sono le aziende che si possono permettere di mettere piede in terra straniera con le proprie risorse? Aprire un ufficio all'estero vuol dire insediare personale commerciale italiano, integrandolo con professionisti locali con le diverse competenze necessarie, dal marketing all'amministrativo al legale, al fine di promuovere efficacemente la distribuzione dei prodotti, proteggersi dal rischio di errori per ignoranza della legislazione locale e difendere l'originalità dei prodotti stessi da imitazioni e contraffazioni. Si pensi al fenomeno globale della contraffazione di marchi (il parmesan per parmigiano) e imitazione di prodotti tipici del made in Italy, frutto della tradizione e dell'ingegno italiano in innumerevoli settori , dall'agroalimentare alla moda fino a prodotti sofisticati dell'ingegneria

(secondo la classifica annuale di Brandfinance il marchio Ferrari si aggiudica il titolo di più «powerful», ossia influente al mondo, davanti a Coca Cola, Google, Walt Disney ecc.).
Ma quante sono le aziende che possono disporre degli investimenti necessari ? Pochissime, per quanto detto al punto precedente.

Le Reti d'Impresa. È una formula di recente costituzione, nata in seno alla Confindustria e rivolta alle PMI per aggregare risorse, conoscenze e informazioni, prestazioni di natura industriale, commerciale, tecnica e tecnologica, allo scopo di accrescere innovazione, organizzazione e competitività. È un progetto sicuramente interessante, perché aggregando tende a superare l'impotenza delle singole piccole e medie imprese, soprattutto nella presenza sui mercati esteri. Gode anche di apposita legislazione normativa (Legge Sviluppo 2009 e successive) e di attenzione del mondo bancario per ottenere adeguati finanziamenti. Il limite che vedo in questo progetto è la possibilità di realizzazione sul piano commerciale, dal momento che tende ad affidarsi ai soliti superconsulenti bocconiani con dottorati in prestigiose università americane, snobbando le competenze di chi il marketing lo conosce sul campo: la nostra categoria.

Sì, questa è la mia convinzione, esiste una risorsa finora piuttosto trascurata dalle aziende: è la loro rete commerciale, siamo noi agenti e rappresentanti di commercio.
Noi conosciamo il mercato, siamo in quotidiano contatto con la parte finale della filiera, il consumatore tramite i nostri clienti; siamo perciò in grado di suggerire ai produttori le correzioni più opportune ai prodotti e ai criteri di distribuzione, la carenza di categorie specifiche, la tempestività della proposta, le specificità territoriali e i riferimenti più interessanti della concorrenza, le aspettative dei clienti in fatto di assistenza nei servizi e di perfezionamento di un vero rapporto di partenariato. Da tempo ormai, gli agenti più aggiornati sono in grado di essere non solo buoni venditori ma soprattutto consulenti delle nostre mandanti.
E non si creda che tale capacità sia circoscritta al mercato domestico. Dalle risposte che ci sono pervenute da agenti che già operano all'estero, e da quelli interessati a farlo, soprattutto giovani, che hanno risposto al sondaggio pubblicato sul numero di dicembre di questa rivista, abbiamo potuto rilevare una conoscenza sorprendente delle problematiche dei mercati esteri, frequenza puntuale alle fiere specializzate e conoscenza dei canali di vendita più appropriati, delle normative distributive settoriali e territoriali, con microanalisi e proposte precise.
Siamo una risorsa immediatamente spendibile ed economica, basta crederci.
È pur vero che tale disponibilità ad integrarci con i progetti commerciali delle aziende sui mercati esteri presuppone l'evoluzione della struttura delle nostre agenzie, fino alla aggregazione in società con molteplici competenze. È un

**Joint Venture, filiali estere, reti d'impresa.
E perché non investire sulla rete vendita?
Gli agenti sono una risorsa immediatamente spendibile ed economica**

La disponibilità all'integrazione con i progetti commerciali delle aziende sui mercati esteri presuppone l'evoluzione della struttura delle nostre agenzie, fino alla aggregazione in società con molteplici competenze.
Un percorso che abbiamo già iniziato attraverso la formazione continua e la certificazione in qualità.

percorso che abbiamo iniziato da alcuni anni, attraverso la formazione continua e la certificazione in qualità.
Noi siamo pronti, è una proposta, ed anche sfida, che lanciamo alle nostre mandanti, quelle almeno che vogliano provare ad utilizzare queste risorse, scrollandosi il pregiudizio di sottovalutazione delle nostre competenze.
Agenti di commercio e aziende di medio-piccole dimensioni sono un connubio sempre più importante. Il loro affiatamento è fra le più forti cause di successo economico. Lo sapevate che la valutazione dell' azienda coinvolge anche la sua rete vendita? Se fosse possibile collaborare in modo migliore, con una maggior fiducia fra le parti, sicuramente, oltre agli affari, migliorerebbe anche il livello dell'umore, non proprio ottimale in questi tempi, che, più di quanto si pensi, è fondamentale nelle motivazioni ad intraprendere ed innovare.

Andrea Maddalena

L'opinione

Liberateci dal paradosso italiano

Ovvero come non valorizzare il nostro patrimonio

Viviamo una situazione paradossale, cui speriamo di poter mettere mano al più presto: la concentrazione in una piccola porzione del mondo, quale l'Italia, di tante eccellenze è fatto più unico che raro, ma invece di essere un Paese florido, ci ritroviamo ad arrancare in gravi difficoltà.
E' vero o non è vero che l'Italia detiene il più grande patrimonio d'arte e di cultura del mondo? Ogni angolo di paese e di grande città è un museo a cielo aperto, il turismo culturale è una fonte incredibile all'oggi sfruttato in minima parte. Ma noi cosa facciamo? Chiudiamo i musei nei fine settimana e niente aperture serali.
Tratti costieri e bellezze marine a non finire: più di così, madre natura non ci poteva dare.
E noi? Le zone più belle, cioè le coste del nostro Sud, in buona parte abbandonate. Il dicastero del Turismo è una formichina, quando dovrebbe avere la stessa importanza di quello dell'Economia. Che dire poi dell'agroalimentare? Pasta, olio, vino, formaggi, salumi e tutti i nostri prodotti tipici: un'eccellenza che il mondo intero ci invidia. E l'industria manifatturiera? Secondi in Europa, dopo la Germania ma tra le grandi potenze industriali mondiali per tecnologia e specializzazione.
Aggiungiamo l'abbigliamento, il design, la moda e l'inventiva del made in Italy. E vogliamo parlare di arredamento? I mobili più belli, i tessuti d'arredo, le cucine. E poi: le calzature, le pelletterie, i gioielli e tanto altro. Tutto un made in Italy che piace nel mondo.
Ebbene, nonostante tutto questo, invece di essere i fornitori di alto livello per tutto il pianeta e quindi per le centinaia di milioni di persone nel mondo che ambiscono a possedere i nostri prodotti di qualità, noi cosa riusciamo a fare? A chiudere le nostre imprese e a creare disoccupazione.
E' come avere una botte piena d'acqua e morire di sete!
Qualcosa non va e chi ci amministra ha il dovere di toglierci dallo stallo e di liberare tutte le potenzialità del Paese.

Massimo Azzolini

Ipoteche tedesche sui tagli fiscali

Il neo presidente del Consiglio Matteo Renzi promette di tagliare spesa pubblica e tasse con una velocità ed incisività maggiori di quelle del governo Letta che aveva lo stesso programma ma attuato in modi indecisi.

All'apparenza la discontinuità riguarda la conduzione personale dell'esecutivo e non l'indirizzo politico. Ma proprio questo genera interrogativi. Dal 2011 la politica economica italiana ha come priorità, per imposizione europea, di garantire il debito pubblico italiano (duemila miliardi di euro) con il patrimonio/risparmio privato degli italiani (ottomila miliardi), ovvero di far prevalere l'ordine contabile attraverso il prelievo fiscale, sulla crescita. Inoltre, l'idea tedesca di riequilibrio finanziario dell'Italia è quella di far ripagare la metà del debito pubblico, circa mille miliardi, prelevandolo nel tempo dal risparmio/patrimonio italiano. Un'idea accettata dall'Italia siglando l'eurotrattato del "Fiscal compact" che prevede la riduzione annua del debito di un ventesimo, a partire dal 2015/16 fino al raggiungimento di un rapporto debito/prodotti interno lordo del 60 per cento del PIL, mentre ora è oltre il 130 per cento, con vincolo del pareggio di bilancio ogni anno.

Una scelta imposta dal problema di come garantire l'affidabilità del debito

italiano a chi lo compra (rifinanzia).

Due le opzioni. La prima: garanzia BCE come garante/prestatore di ultima istanza (il debito rimane affidabile senza ricorrere a salassi fiscali). La seconda: garanzia nazionale e non europea, attraverso il ricorso al patrimonio privato italiano per ridurre il debito.

Berlino ha posto il veto sulla prima e imposto la seconda opzione orientando l'Italia verso un destino di deflazione per bassa crescita e drenaggio fiscale.

Monti e Letta hanno cercato di correggere questo destino con la strategia di mostrare che l'Italia era capace di darsi un ordine, per poi rinegoziare con Berlino termini meno distruttivi del "fiscal compact". Il primo è stato travolto da un eccesso di recessione, il secondo da un *nein* della Merkel, nel dicembre scorso, quando tentò un primo avvio della rinegoziazione.

Renzi saprà fare meglio di Letta oppure dovrà/vorrà cambiare strategia? Nel secondo caso, come? Riuscirà un governo prevalentemente di sinistra a tagliare spesa e tasse contro gli interessi del proprio elettorato? La risposta a queste domande è un allentamento del rigore europeo, attraverso un'aperta contestazione della Germania, che darebbe lo spazio di bilancio per ridurre le tasse senza toccare troppo la spesa. Ma ciò implica un ricollocamento dell'Italia dall'area di influenza tedesca a quella americana.

Carlo Pelanda
www.carlopelanda.com

L'eurotrattato del fiscal compact impone di orientare l'Italia verso un destino di deflazione per bassa crescita e drenaggio fiscale.
Il nuovo governo dovrà porsi in contestazione con la Germania

Convenzione assicurativa riservata agli iscritti USARCI
Agenti e Rappresentanti di Commercio

ACCORDO
FONDO PENSIONE

Gentili associati,

L'Agenzia Generale Verona Castelvecchio, presente da oltre dieci anni tra i vostri iscritti con la convenzione USARCI, un Accordo per la Previdenza Complementare, sarà lieta di comunicarvi, oltre ai dettagli relativi all'accordo Fondo Pensione, tutte le agevolazioni sulle polizze Infortuni, Malattie, Casa e R.C. Auto

Unipol GRUPPO

Agenzia Generale Verona Castelvecchio
Corso Cavour, 35
Tel. 045 594 811 r.a.
Fax 045 597 466
Bardini e Padovani s.r.l.
verona.0244@agenzie.fondiaria.it

Subagenzia di Sant'Ambrogio
Via Marconi, 10
Cell. 348 4956150
Loris Giacopuzzi

Subagenzia di Bardolino
Via Palestro, 14
Cell.348 8963707
Stefano Panziera

Subagenzia di Zai VR
Viale del Lavoro, 35/B
Tel. 045 501 947
Giuseppe Dolino

SAI FONDIARIA
divisione FONDIARIA

Finanziaria, dai nuovi canoni leasing alla tassazione sulla casa

Con la Legge 27.12.2013 n.147 (legge di stabilità) il Governo ha dettato le linee guida di carattere economico/finanziario per il 2014. I provvedimenti sono numerosi e quindi si richiamano, per sommi capi, solo quelli di maggiore interesse per la categoria.

Deducibilità canoni di leasing: il periodo minimo di deducibilità dei canoni di leasing per i beni mobili ritorna pari alla metà del periodo di ammortamento di cui al comma 2 dell'art.102 del TUIR (si ricorda che da alcuni anni era stato elevato ai 2/3); per gli immobili detto periodo viene fissato in 12 anni.

Rottamazione licenze: l'indennizzo di cui al D.Lgs.207/96 per chi cessa l'attività nei 3 anni precedenti il pensionamento (che interessa anche gli agenti di commercio) è stato prorogato al 31/12/2016.

Riordino oneri detraibili: entro il 31/12/2014 è stato previsto un riordino degli oneri detraibili dall'Irpef al 19%. E' previsto che, in mancanza di detto provvedimento la percentuale passerà per tutte le attuali detrazioni, al 18% per il 2013 e al 17% per il 2014.

Tassazione della casa: anche se non riguarda in particolare gli agenti di commercio e il reddito d'impresa, si ricorda che dal 2014 cambia radicalmente il sistema di tassazione degli immobili. Viene introdotta la I.U.C. (Imposta Unica Comunale) basata su due presupposti: 1) possesso di immobili; 2) fruizione dei servizi comunali.
Si divide in due componenti: la prima è l'IMU, di natura patrimoniale, dovuta dai possessori degli immobili, con esclusione della prima casa; la seconda è riferita ai "servizi" ed è articolata in due componenti: TASI (Tributo per i servizi indivisibili) e TARI (tassa sui rifiuti).
Ogni comune dovrà disciplinare le suddette imposte nell'ambito delle regole imposte dalla legislazione nazionale.

In ampia sintesi: la TARI si basa sul possesso/detenzione, a qualsiasi

titolo, di immobili suscettibili di produrre rifiuti urbani, ed è commisurata alla superficie calpestabile in base alle tariffe disposte dai comuni, calcolate col c.d. "criterio del chi inquina paga".

La TASI è dovuta per il possesso/detenzione a qualsiasi titolo di fabbricati; la base imponibile è la stessa dell'IMU, e l'aliquota base sarà dell'1 per mille. Ogni comune potrà poi decidere se addirittura azzerarla, oppure aumentarla fino ad un massimo del 2,5 per mille. Ogni comune potrà introdurre riduzioni ed esenzione per determinate categoria di contribuenti.

dr. Fabrizio Tagliabracci

CIMA VENDING . COM
VENDITA SERVIZI PNEUMATICI

SEDE VERONA ZAI
Via Angelo Messedaglia, 3 VERONA (VR) - TEL. 045.50.57.99 37135

info@cimavending.com www.cimavending.com

I NOSTRI SERVIZI
Bilanciatura
Convergenza ruote
Cerchi in lega
Assistenza tecnica
Gonfiaggi in azoto
Deposito pneumatici

YOKOHAMA GOODYEAR
GT RADIAL PIRELLI
BRIDGESTONE CEAT
DUNLOP BFGoodrich
kormoran MICHELIN

Vendita Pneumatici, Bilanciatura, Convergenza ruote, Gonfiaggio in azoto, Customer care
Assistenza e Servizi, Cerchi in lega, Marchi prestigiosi, Pneumatici invernali

L'art. 1751 e l'indennità in caso di cessazione del rapporto

articolo 1751
Codice Civile

Diversamente da quanto accadeva sotto il regime del precedente art. 1751 c.c., che riconosceva il diritto dell'agente a percepire un'indennità in ogni ipotesi di scioglimento del contratto (fino al punto di estenderla anche al caso di recesso dell'agente), limitandosi poi a rimandare, per il calcolo della stessa, agli Accordi Economici Collettivi, la nuova formulazione dell'art. 1751 c.c., di cui al Decreto Legislativo 303/1991, con la quale è stata data attuazione alla direttiva 1986/653/CEE (le cui disposizioni sono inderogabili a svantaggio dell'agente), prevede che il preponente sia obbligato a corrispondere all'agente, all'atto della cessazione del rapporto, un'indennità di scioglimento solamente in presenza di determinati presupposti.

La ragione che sta alla base di questa previsione legislativa può essere collegata al fatto che quando il rapporto di agenzia cessa, i clienti contattati, conservati o incrementati dall'agente di commercio rimangono acquisiti alla preponente, che si trova così nella possibilità di lucrare ancora ulteriori guadagni.

Secondo il codice civile la ditta preponente è tenuta a corrispondere all'agente l'indennità di scioglimento del rapporto a condizione che:

A) l'agente abbia procurato nuovi clienti al preponente, e/o

B) abbia sensibilmente sviluppato gli affari con i clienti esistenti e il preponente riceva ancora sostanziali vantaggi derivanti dagli affari con tali

clienti.

C) che il pagamento di tale indennità sia equo, tenuto conto di tutte le circostanze del caso e soprattutto, delle provvigioni che l'agente perde e che risultano dagli affari con tali clienti.

In sede di prima attuazione della direttiva 1986/653/CEE, il legislatore italiano aveva considerato dette condizioni tra loro alternative, con ciò sottoponendosi alla censura della Corte di Giustizia. Si rendeva così necessaria una rettifica che veniva attuata a mezzo del Decreto Legislativo 65/1999, che ha sancito la necessità che dette condizioni concorrano tra loro congiuntamente.

L'intenzione del legislatore, in armonia con la direttiva comunitaria 1986/653/CEE, è stata quella di introdurre un trattamento migliorativo e più vantaggioso per l'agente, soprattutto con riferimento alla fase di scioglimento del rapporto, introducendo, così, un criterio meritocratico attraverso cui giungere a premiare l'agente che ha effettivamente apportato con la sua opera vantaggi alla ditta preponente.

È facilmente intuibile detta necessità: infatti, se è nella quasi normalità delle cose che l'agente procuri nuovi clienti al preponente e che l'agente sviluppi gli affari con i clienti esistenti, stante il carattere appunto "indennitario" della somma che gli viene riconosciuta per legge, occorre anche che il preponente riceva ancora sostanziali vantaggi derivanti dagli affari con tali clienti.

In base al 2° comma dell'art. 1751 c.c., invece, l'indennità non sarà dovuta nei seguenti casi:

1) il preponente risolve il contratto per un'inadempienza imputabile all'agente, la quale, per la sua gravità, non consenta la prosecuzione anche provvisoria del rapporto;

2) l'agente recede dal contratto, a meno che il recesso sia giustificato da circostanze attribuibili al preponente o da circostanze attribuibili all'agente, quali età, infermità o malattia, per le quali non può più essergli ragionevolmente chiesta la prosecuzione dell'attività;

3) previo accordo con il preponente, l'agente cede ad un terzo i diritti e gli obblighi che ha in virtù del contratto d'agenzia.

Il 5° comma dell'art. 1751 c.c. dispone poi che l'indennità dovrà essere richiesta dall'agente, a pena di decadenza, entro il termine di un anno dallo scioglimento del contratto.

Una volta verificate le condizioni per ottenere o meno il riconoscimento dell'indennità, la norma ha portato una ancora più consistente innovazione al precedente regime, ponendo un limite massimo quantitativo a detta indennità. Infatti il 3° comma dell'art. 1751 c.c., prevede che "l'indennità di scioglimento non può superare una cifra equivalente ad un'indennità annua calcolata sulla base della media annuale delle retribuzioni riscosse dall'agente negli ultimi cinque anni" e, se il contratto risale a meno di cinque anni, "sulla media del periodo in questione".

Con l'entrata in vigore del D. Leg.vo 303/91, le parti sindacali rilevarono immediatamente lo sconvolgimento dei criteri della c.d. "indennità europea" rispetto agli automatismi del sistema offerto dagli Accordi Economici Collettivi, ormai consolidati anche dalla costante applicazione giurisprudenziale.

Nel 1992 le Parti Sindacali, di parte datoriale e degli agenti, si sono, pertanto, incontrate per esaminare gli effetti sui vigenti A.E.C. alla luce dell'intervenuta modifica dell'art. 1751 del c.c., sottoscrivendo i c.d. "accordi ponte", il cui contenuto è stato, sostanzialmente,

quello di mantenere in vita la normativa collettiva, in attesa di esaminare nel suo complesso la posizione e trovare un'adeguata soluzione al problema.
Nel 2002 le Parti Sindacali hanno affrontato il problema disciplinando una normativa mista che riprende in parte la precedente indennità di clientela e suddivide la indennità di fine rapporto in tre parti:
a) Indennità di risoluzione del rapporto; si tratta del F.I.R.R. depositato dalle preponenti presso l'ENASARCO in costanza di rapporto;
b) indennità suppletiva di clientela; si tratta della medesima indennità già prevista dai precedenti A.E.C.;
c) indennità meritocratica; si tratta di una indennità supplementare da riconoscersi all'agente allorché ricorrano le condizioni previste dall'art. 1751 c.c. che il più recente A.E.C. del commercio, stipulato nel 2009 ed integrato in data 10 marzo 2010, ha tabellato quanto alle modalità di calcolo.

Il problema della coesistenza delle norme di cui agli A.E.C. e le previsioni di cui all'art. 1751 c.c. è ancora oggi ben lungi dal trovare una soluzione.
Neppure una pronunzia della Corte di Giustizia dell'U.E., alla quale ha fatto seguito una serie di pronunzie della Corte di Cassazione, ha potuto definire compiutamente il problema.
La soluzione che ha trovato un certo seguito sia in dottrina che in parte della giurisprudenza, sembrerebbe propendere per mantenere il sistema previsto dall'A.E.C. quale minimo garantito per l'agente, non considerando l'indennità di clientela un istituto superato, sempre che con riferimento a ciascun singolo caso di scioglimento del contratto non emerga che il trattamento previsto dall'art. 1751 c.c. sia, nella sua complessità, migliorativo dal punto di vita economico per l'agente, rispetto a quello previsto dalla contrattazione collettiva.

Avv. Giuseppe Sacco

L'agenzia, l'impresa del "palloncino"

È necessario fare sempre azione preventiva. La disdetta è dietro l'angolo.

Ci sono frasi nella vita che rimangono impresse.
Passano gli anni, anche decine, ma rimangono indelebili stampate nella mente.
È questo il caso di una frase che come una lama mi è entrata nel cervello tanto tempo fa durante uno dei numerosi consigli direttivi della nostra associazione provinciale.
Ricordo che uscì questa affermazione: *ma noi siamo gli imprenditori del palloncino, costruiamo una struttura e poi arriva quello che ha in mano lo spillo e "PUM" non rimane più nulla.*
Mi direte: cosa vuol dire?
Beh! Vuol dire che arriva il nuovo direttore commerciale, il nuovo socio di maggioranza, il figlio del titolare "bocconiano" che ne sa una più del libro e che per *nuove strategie aziendali* (anche senza nessuna motivazione evidente in quanto i fatturati magari, nonostante la crisi, tengono) manda una bella letterina di disdetta e come d'incanto "PUM".
Nessuno, ricordiamoci, ne è immune. Ecco allora che dobbiamo ricordarci di fare azione preventiva.
Se si è plurimandatari (auspicabile) si eviti di avere l'80-90% dei propri ricavi da una sola azienda. Troppo pericoloso.
Se si è monomandatari si è sempre a grande rischio, quindi è necessario avere sempre, in caso di disdetta improvvisa, una "way out", una alternativa.

Ricordiamo che la durata media dei contratti di agenzia è di cinque anni.

Lo so, non è affatto facile, ma dobbiamo sempre pensare che le sorprese negative possono essere dietro l'angolo, dobbiamo essere sempre accorti, sempre pronti a tamponare situazioni non previste.
Non ne parliamo poi, visti i tempi, di fallimenti, concordati e comunque procedure concorsuali che fanno finire rapporti di agenzia in forma inaspettata.
Non bisogna mai smettere di essere curiosi e informati, frequentare fiere del settore, dare un'occhiata ai siti di ricerca agenti, proporsi e rispondere ad offerte di agenzia, il tutto per rimanere sempre aggiornati.
Ricordiamoci che la durata media dei contratti di agenzia è di cinque anni.
Significa che a fronte di 10, 20, anche 30 anni di durata per alcuni, sono 1 o 2 anni per tantissimi altri.
Insomma la disdetta, la fine di un rapporto di agenzia, è un fatto naturale e solo marginalmente avviene con una pianificazione, la maggior parte delle volte si verifica in forma imprevista.
Professionalità è anche e soprattutto lungimiranza, prudenza e umiltà, ma in particolar modo aver sempre coscienza del…palloncino.

Massimo Azzolini

a cura di Ottavio Baia & Mauro Ristè

S.W.O.T., un modello di analisi anche per gli agenti di commercio

S.W.O.T. sta per Strenghts Weaknesses Opportunities Threats, che in italiano significa Forza Debolezza Opportunità Minacce. È un modello di analisi che si basa su due concetti fondamentali: competenze distintive e fattori chiave di successo. Attraverso l'analisi dei punti di forza e debolezza l'agenzia rivolge lo sguardo all'interno della sua organizzazione alla ricerca delle sue competenze distintive, ovvero ciò che sa fare meglio degli altri, le attività che la distinguono sul mercato. Nell'analisi delle opportunità e minacce l'agenzia rivolge il suo sguardo all'esterno, verso il mercato, al fine di cogliere gli aspetti di cui potrebbe approfittare per migliorare la propria posizione competitiva.

FATTORI ESTERNI	COMPETENZE DISTINTIVE ALL'INTERNO DELL'AGENZIA fattori intermedi	
	PUNTI DI FORZA	PUNTI DI DEBOLEZZA
OPPORTUNITÀ	Strategie focalizzate sui punti di forza dell'agenzia per strutturare opportunità presenti nel contesto esterno	Strategie volte ad investire per rafforzare le aree più critiche per tentare di strutturare le opportunità esterne
MINACCE	Strategie con cui si tenta di evitare o aggirare le minacce sfruttando i propri punti di forza	Strategie di minimizzazione dell'impegno e/o di uscita da mercato

Un metodo di lavoro concreto

L'analisi SWOT in pratica si attua attraverso un processo di tre fasi.

Fase 1: individuare le opportunità

L'individuazione delle opportunità avviene attraverso degli strumenti di analisi ed osservazione. Ecco di seguito alcuni tra i più efficaci:

• Monitoraggio delle tendenze del mercato (trend): è il metodo più tradizionale. Visitare fiere internazionali, aggiornarsi con siti come Trendwatching.com, Springwise, Josh Spear.com, leggere pubblicazioni di settore, fare ricerche di mercato ad hoc, ecc. Questo strumento presenta però tre difficoltà essenziali: in primo luogo deve essere tempestivo. Non si può applicare un trend già vecchio, altrimenti il rischio di insuccesso è alto, come secondo aspetto il monitoraggio deve essere abbastanza ampio e deve tenere conto delle caratteristiche peculiari che compongono l'ambiente esterno in cui si opera e in terzo luogo bisogna essere attenti ai "segnali deboli", ossia quelle tendenze ancora sotto traccia che possono però far pensare ad uno sviluppo più evidente in un prossimo futuro.

• Individuare segmenti di mercato poco coperti: attraverso una segmentazione accurata si suddividono i consumatori in gruppi in cui le preferenze siano abbastanza omogenee, in modo da poter essere serviti con offerte mirate.

• Studio dei non-utilizzatori: ogni prodotto ha dei non-clienti e si potrebbero ricavare molte informazioni utili dallo studio delle persone che oggi non comprano il prodotto affatto. Ci sono i non utilizzatori dell'aereo, del treno, del bus, i non utilizzatori dei rasoi elettrici, i non consumatori di birra, i non consumatori di vino, i non sottoscrittori di polizze vita, ecc. Tra i tanti motivi per cui esistono tali non consumatori, una delle possibili cause potrebbe essere data dalla non adeguatezza dell'offerta sul mercato da parte delle aziende che vi operano. Studiare le motivazioni del non acquisto può rivelarci molte opportunità da seguire.

• Studio delle aree di insoddisfazione degli utilizzatori del prodotto: questo strumento può legarsi al precedente, mettendo in evidenza quali sono le inadeguatezze dell'attuale offerta presente sul mercato. Ovviamente le opportunità segnalate da questo studio sono forse meno dirompenti di quelle in grado di conquistare clientela oggi estranea al prodotto. Infatti gli utilizzatori insoddisfatti sono già acquirenti del prodotto e potrebbero al massimo passare da un brand ad un altro, lasciando inalterata la dimensione del mercato (torta). Mentre le opportunità create attirando i non-utilizzatori hanno il pregio di portare nuovi clienti nel settore, allargando le dimensioni del mercato (una torta più grande).

Fase 2: valutare le opportunità più promettenti

Valutare attentamente le opportunità emerse dalla fase precedente è un'attività fondamentale, dal momento che non sempre le opportunità si rivelano tali quando le si esamina in profondità. Qui è importante disporre di dati ed informazioni molto precisi che riguardano il contesto. La stima delle dimensioni del mercato a cui l'opportunità si rivolge, l'analisi dei competitor e dei loro modelli di business,

l'aspetto logistico, la situazione e l'affidabilità dei fornitori, la situazione normativa e regolamentare del settore, la presenza o no di finanziamenti, il tipo di canali di vendita, i principali vincoli per entrarci, la situazione tecnologica, le infrastrutture esistenti, la stima delle condizioni economiche del mercato target, ecc. Lo strumento strategico utile in questa fase è la matrice delle 5 forze competitive di Porter.

Fase 3: valutare la situazione interna

Infine avviene l'assessment delle capacità/potenzialità interne all'agenzia. Ovvero chiediamoci: **siamo adeguatamente preparati per cogliere le opportunità segnalate dal mercato?**

L'analisi si concentra su diversi fattori, ne elenco alcuni a titolo esemplificativo e non esaustivo:

- **Qualità dell'offerta proposta al mercato,** qualità del prodotto, qualità e coerenza della comunicazione, qualità preparazione e cortesia, ecc.
- **Qualità delle performance:** quota di mercato detenuta, livello di notorietà della marca, immagine attuale, conoscenza della base di clientela, tipologia della base di clientela attuale, ecc.
- **Qualità delle caratteristiche aziendali rappresentate:** preparazione del management, chiarezza e funzionalità dell'organizzazione interna, preparazione e consistenza delle risorse umane in azienda, clima interno, livello di motivazione del personale, conoscenza delle lingue straniere da parte del management e delle strutture commerciali, dotazione industriale e tecnologica consistente e al passo con i tempi, sistema di misurazione dei principali indicatori finanziari, economici e industriali chiaro e condiviso, solidità finanziaria, alfabetizzazione informatica del personale, grado di definizione dei processi interni, ecc. Al termine del processo valutativo saremo in grado di avere un profilo che costituisce una guida strategica, una fotografia di ciò che l'azienda che rappresentiamo è e ciò che potrebbe fare.

Dall'analisi SWOT possono derivare gli orientamenti strategici generali da seguire. Nella matrice di seguito riportata si evidenzia una mappa costituita da quattro possibili strategie di fondo attuabili combinando fra loro le condizioni interne ed esterne.

La legge di stabilità reintroduce l'Indennizzo per cessazione anticipata attività

La Legge di Stabilità 2014 ha reintrodotto l'Indennizzo per la Cessazione anticipata dell'Attività commerciale fino al 31 dicembre 2016. L'indennizzo prevede una somma di circa 500 euro al mese per gli agenti e i commercianti, che cesseranno l'attività negli anni 2014-15-16 e che avranno un'età di 62 anni, per gli uomini, e 57 anni per le donne. L'indennizzo verrà corrisposto per il periodo intercorrente dalla cessazione fino alla data della pensione di vecchiaia.

L'originaria norma che prevedeva l'indennizzo per il triennio dal 1996 al 1998 è stata più volte prorogata ed è stata ripristinata fino al dicembre 2016.
La cessazione dell'attività di agente di commercio potrà consentire di percepire dall'INPS, per il periodo intercorrente dalla chiusura fino alla data della pensione di vecchiaia, una somma di circa 500 euro al mese, pari al trattamento minimo di pensione spettante ai commercianti.
La norma è contenuta nel comma 490 della legge di stabilità 2014, che ha modificato l'articolo 19-ter del decreto legge n°185/2008 convertito in legge N°2 del 28/1/2009 (decreto anti crisi).

Destinatari del provvedimento sono, oltre ai commercianti, gli agenti e rappresentanti di commercio.
Per averne diritto gli agenti devono possedere i seguenti requisiti:
- aver compiuto 62 anni se uomo o 57 se donna, al momento della cessazione dell'attività;
- essere iscritti alla Gestione Commercianti INPS da almeno 5 anni;
- l'attività deve essere cessata in maniera definitiva con la cancellazione dal Registro Imprese;
- la norma, originariamente istituita nel lontano 1996, prevedrebbe per gli Agenti anche la cancellazione dal Ruolo che è stato abrogato dal Decreto Legislativo n° 59 del 26 marzo 2010. Gli agenti quindi non sarebbero in grado di certificare questo ultimo requisito: l'INPS, su interessamento dell'USARCI, darà al più presto indicazioni in merito.

L'indennizzo verrà corrisposto fino all'età massima di 66 anni e 6 mesi per gli uomini e 64 e 9 mesi per le donne, età attualmente prevista per il diritto alla pensione di vecchiaia.
L'Indennizzo è incompatibile con l'esercizio di qualsiasi attività di lavoro autonomo o subordinato e viene revocato a far data dal primo giorno del mese successivo a quello nel quale viene ripresa l'attività lavorativa. Viene corrisposto anche a coloro che godono già di altri trattamenti pensionistici.
Le richieste dovranno essere presentate entro il 31 gennaio del 2017 e l'assegno verrà corrisposto dal 1° giorno del mese successivo alla data della domanda, che deve essere presentata agli uffici INPS territoriali di competenza.
L'indennizzo viene finanziato con un contributo dello 0,09 per cento a carico dei commercianti, che viene già pagato da anni, e che è stato prorogato al 31 dicembre 2018.

La proroga introdotta e i termini modificati danno due altre importanti opportunità:
- a coloro che, raggiunta l'età di 62 anni o 57 per le donne e cessata l'attività negli anni 2012 e 2013 non hanno potuto fare richiesta dell'indennizzo perché la legge era scaduta; questi possono ora presentare la domanda e potranno ottenere l'indennizzo per gli anni mancanti all'età della pensione di vecchiaia, purtroppo però con decorrenza solo dal mese successivo alla presentazione della domanda.
- alle donne che, ottenuto il diritto all'indennizzo negli scorsi anni, avevano ricevuto informazione dall'INPS che lo stesso sarebbe stato erogato solo fino all'età di 61 e 6 mesi; queste ora lo riscuoteranno fino ai 64 anni e 9 mesi. L'INPS al più presto indicherà le modalità di attuazione.

Le sedi territoriali USARCI sono in grado di dare assistenza agli interessati nel presentare la domanda. Per eventuali ulteriori informazioni potete scrivermi all'indirizzo: presidente@usarcivenezia.it

Federico Rossetto
Rappresentante USARCI nel Comitato amministratore gestione contributi e prestazioni previdenziali esercenti attività commerciali

INPS e ENASARCO, in pensione più tardi nel 2014

I severi vincoli di bilancio, imposti agli Enti Previdenziali pubblici e privati dall'ex Ministro del Welfare Fornero, hanno costretto a spostare sempre più avanti l'età pensionabile degli italiani. Dal 1° gennaio di quest'anno, per maturare il diritto alla pensione di vecchiaia, anche gli agenti di commercio dovranno avere qualche anno in più, rispetto a quanto richiesto nel 2013, sia per la pensione INPS sia per quella Enasarco. Per le donne l'età pensionabile cresce ancora di più, perché deve uniformarsi, entro qualche anno, a quella degli uomini che in passato è sempre stata superiore.

INPS

Per avere diritto alla **Pensione di Vecchiaia** l'anzianità minima contributiva è di 20 anni sia per gli uomini che per le donne.
Per gli **uomini** è richiesta l'età di 66 anni e 3 mesi, per le **donne** invece 64 anni e 9 mesi, un anno in più rispetto il 2013.
Sia gli uomini che le donne, a 63 anni e 3 mesi, possono richiedere la **Pensione di Anzianità**, però con un'anzianità contributiva per gli uomini di 42 anni e 6 mesi, per le donne invece di 41 anni e 6 mesi.

CONTRIBUZIONE ENASARCO 2014

POSIZIONE AGENTE	MINIMALE Contributivo	MASSIMALE Provvigionale	ALIQUOTA Contributiva	MASSIMALE Contributivo
Plurimandatario	**€ 412,00 (1)**	**€ 23.000**	**14,20% (2)**	**€ 3.266,00 (3)**
Monomandatario	**€ 824,00 (1)**	**€ 32.500**	**14,20% (2)**	**€ 4.970,00 (4)**
Società			**3,20% (5)**	fino a **13.000.000 €**

NOTE

(1) Per i minimali di contribuzione si deve tener conto di quanto segue:
- **Produttività:** il minimo di contribuzione è dovuto solo se il rapporto di agenzia ha prodotto provvigioni nel corso dell'anno, sia pure in misura minima. In tale ipotesi (e cioè se almeno in un trimestre sono maturate provvigioni) dovranno essere pagate anche le quote trimestrali di minimale corrispondenti ai trimestri in cui il rapporto è stato improduttivo. L'eventuale integrazione per raggiungere il contributo minimo è a totale carico della ditta mandate.
- **Frazionalità:** in caso di inizio o cessazione del rapporto di agenzia nel corso dell'anno, l'importo del minimale è frazionato in quote per trimestri ed è versato per tutti i trimestri di durata del rapporto di agenzia dell'anno considerato, sempreché in almeno uno di essi sia maturato il diritto a provvigioni, stante il principio di produttività. **Il contributo minimo non è quindi dovuto se nel corso dell'anno il rapporto è stato improduttivo.**

(2) aliquota del 14,20% di cui: 7,10% a carico della ditta - 7,10% a carico **dell'agente**

(3) di cui: **€. 1.633** a carico ditta e altrettanto a carico agente **(pari al 7,10% di €. 23.000)**

(4) di cui: **€. 2.485** a carico ditta e altrettanto a carico agente **(pari al 7,10% di €. 35.000)**

(5) di cui: **2,60%** a carico ditta **e 0,60%** a carico della società/agente

ENASARCO

Con la modifica al regolamento del 2011 sono state introdotte le "Quote" per avere il diritto alla Pensione di Vecchiaia.
Gli uomini nel 2014 potranno andare in pensione con quota **88**, con età minima 65 e anzianità contributiva minima 20.
Per le **donne** invece è prevista la quota **84**, con età minima 62 e sempre con anzianità minima 20.
Entrambi, per raggiungere le quote, dovranno quindi avere qualche anno di più di età o di anzianità contributiva, rispetto ai minimi previsti.
La Pensione di Anzianità Enasarco non è più contemplata dal nuovo regolamento. Solo a partire dal 2017 per gli uomini e dal 2021 per le donne, gli agenti potranno far richiesta di una "pensione anticipata" di uno o due anni se in possesso di almeno 65 anni e 20 di contributi e al raggiungimento di quota 90.

Consigliamo tutti gli agenti di verificare periodicamente le loro posizione contributive INPS e ENASARCO nei siti dei due enti e, se in possesso dei requisiti, di rivolgersi tempestivamente agli esperti USARCI per inoltrare le richieste di pensione.

Dal 1° gennaio 2014 sono aumentati anche i contributi previdenziali, i minimali e i massimali INPS ed Enasarco.
Per **l'Inps** il reddito minimo annuo per quest'anno è stato fissato a Euro 15.516, la nuova aliquota è il 22,29% e il 19,29% invece per i coadiuvanti minori di 21 anni. Il contributo minimale annuo, di conseguenza, è di Euro 3.465,96 e per i minori 3.000,48.
I contributi previdenziali e i massimali dell'**Enasarco** sono esposti nella tabella accanto; le nuove aliquote vanno applicate unicamente sulle provvigioni di competenza 2014.

Come vendere oggi? Metodo e molta creatività

Nella complessità del business attuale il venditore professionista affronta sfide nuove verso le quali occorrono sia un efficace metodo di lavoro sia la creatività per affrontare il cambiamento. La seconda componente – competenza, creatività, il talento insomma - diventa sempre più rilevante, perciò si impone la necessità di considerare prioritari i risultati piuttosto che la 'perfezione' di certi processi di vendita (i protocolli). Del resto anche per il più generale valore di un'impresa, sono i fattori intangibili (il capitale intellettuale) a fare la differenza. Perché oggi l'obiettivo prioritario è saper creare nuovi business più che gestire vecchi metodi.

Clienti più informati e sofisticati reclamano venditori più imprenditivi.

Oggi i clienti sono più informati, sono più sofisticati grazie alle varie ibridazioni tecnologiche ed hanno a disposizione molteplici canali di acquisto, off e online.

In particolare nel business to business (B2B), i responsabili degli acquisti aziendali hanno a disposizione un'offerta qualificata e multidimensionale: di conseguenza è frequente che nei colloqui con i venditori gli stessi responsabili degli acquisti abbiano già in mente anche un'idea chiara delle proprie esigenze e delle buone soluzioni 'standard' disponibili (compresi i prezzi).

Perciò questo nuovo contesto 'tra esperti' penalizza i 'venditori banali' e può favorire invece i venditori creativi e 'soggettivamente imprenditivi', che conoscono bene la propria 'industry' e sanno anche **'sfidare' i clienti** orientandoli verso soluzioni innovative, a volte addirittura 'inaspettate' ma sempre basate sul valore.

Sì, sfidare, perché sappiamo che molte volte nelle organizzazioni si annidano giochi di ruolo, stereotipi o convinzioni errate che vanno superati con intelligenza, proponendosi come business partner e non solo come 'fornitori'.

Perciò – cari venditori- non giocate banalmente di rimessa con i clienti, fateli parlare, fatevi raccontare i loro problemi reconditi e i loro desideri, illustrate casi simili che avete già affrontato positivamente: riesaminando i loro processi interni forse scoprirete assieme a loro anche possibili soluzioni differenzianti (e fidelizzanti).

Per un confronto coi servizi di consulenza di management, un recente studio USA conferma che i fattori prevendita considerati prioritari dai clienti (B2B) sono nell'ordine:

- reputazione del consulente (immagine, affidabilità),
- personalizzazione e flessibilità operativa (entrare nei ritmi dell'organizzazione-cliente),
- competenza innovativa nell'industry del cliente (apportare contributi utili).

E anche nella consulenza di management il fattore post vendita decisivo è il mantenimento delle promesse (output percepito dai clienti).

Se quanto stiamo illustrando è vero, allora oggi le priorità dei sales team (e in generale delle aziende mandanti) restano certo dipendenti dalle specifiche situazioni ma – in generale - comportano una rivisitazione della gerarchia delle componenti essenziali di un venditore professionista:

- talento (cultura personale, capacità relazionale, creatività),
- competenze (su prodotti e mercati),
- capacità organizzativa (processi di vendita, gestione della clientela e delle attività quotidiane).

Sono le doti dell'imprenditore, capace di 'guizzi creativi' e di 'virate' anche improvvise quando 'sente' l'opportunità che si presenta.

Oggi il venditore B2B deve saper costruire con l'azienda-cliente una relazione peer to peer, dove la partnership è reciproca e dove il consenso dell'organizzazione-cliente si ottiene nel tempo influendo su vari stakeholder e in varie modalità.

Ad es. lo studio e le presentazioni di soluzioni elaborate col team di acquisto allargato (tecnici + commerciali + logistici), le promozioni tramite visite e meeting formativi nell'azienda fornitrice - che presenta selling team a sua volta multifunzionali, sino alle collaborazioni in comarketing cliente-fornitore (es. su nuovi business).

Per costruire un simile approccio collaborativo ovviamente il venditore deve avere l'appoggio convinto della propria azienda ma deve anzitutto saper offrire valori distintivi, anche personali: non dimentichiamo che –web o non web- alla fine ogni cliente ha bisogno di incontrare un altro essere umano con valori omogenei.

Nel contempo i **venditori devono essere persone dotate di etica professionale e di senso di appartenenza all'organizzazione,** perché oggi non è tempo di solisti ma pur sempre di squadre efficienti (il cliente-soprattutto B2B - acquista un sistema di offerta complessivo).

Perciò questo approccio comporta un analogo atteggiamento da parte del sales management e in generale delle aziende mandanti.

Oggi il sales manager deve essere non solo competente ma anche un mèntore e un facilitatore dei processi organizzativi e relazionali customer oriented.

E l'intero processo aziendale deve calibrarsi sulle esperienze e sul processo d'acquisto del cliente (B2B o B2B) con l'obiettivo di coinvolgerlo e generare engagement.

Carlo Baldassi
consulente di marketing
www.baldassi.it

La differenza che fa la differenza

"Non mi scoraggio perché ogni tentativo sbagliato scartato è un altro passo avanti." (Thomas Edison)

In un periodo dove tutto e tutti mi parlano di crisi, come posso agire?
Certo, è innegabile che ora sia più difficoltoso, così come è innegabile il fatto che in questo momento chi davvero si sa dare da fare trova in sè nuove risorse, emerge differenziandosi.
Qual è la differenza che fa la differenza che ti contraddistingue?
Come puoi agire sviluppando la tua creatività e capacità comunicativa?
Ci sono 4 step per raggiungere un risultato:
1. **sapere cosa voglio ottenere**
2. **sapere perché lo voglio ottenere**
3. **sapere che c'è un prezzo da pagare**
4. **agire pagando il prezzo.**

In questo mercato, nel tuo ruolo di agente di commercio, cosa vuoi ottenere? Quali sono le risorse e gli strumenti che sono in tuo possesso per poter raggiungere quell'obiettivo?
Quali mezzi possiedi già e quali mezzi è necessario che tu ti procuri per arrivare dove senti per te importante arrivare?
Quali azioni vuoi e puoi fare?
Agire, con passione e determinazione… senza perdere energia nel pensare a ciò che non va, nel farsi le domande sbagliate.
La sera prima di addormentarti, che domande ti poni?
E' facile che tu ti risvegli stanco se nel calduccio del letto, riproponi alla tua mente tutto ciò che non è andato nella giornata, preoccupandoti…. Pre – occupando – la mente (e preoccuparsi significa occupare la mente prima del tempo) di ciò che accadrà domani.
La notte funge da cassa di risonanza in cui gli ultimi pensieri prendono forza e producono un forte eco che rimbomba nell'inconscio in tutta la notte.
E allora vale la pena preoccuparsi, o vale la pena orientare il nostro focus e le nostre energie a creare più che a lamentarsi, la maggior parte delle volte per qualcosa che non dipende da noi o che non è controllabile..
Ti consiglio **di agire, di agire con determinazione, trovando nuove vie.**
Un libro per utili spunti è **"Le armi della persuasione" di Robert Cialdini.**
Buona lettura, e davvero… **"è facile per te pensare così che sei, che hai, che puoi…"**
In realtà è così per chi porta con sé la voglia e la determinazione.

Nicoletta Todesco
www.brainup.it

"E' facile per te parlare così che sei, che hai, che fai…"!
Quante volte ti succede di pronunciare frasi di questo tipo, o di sentirti dire frasi così..
Troppo spesso siamo abituati a vedere il risultato finale che porta una persona ad avere risultati, a tagliare traguardi, dimenticandoci di andare a fondo, di esaminare il **perché è arrivato a quel punto.**
Fortuna? Capacità? Sincronicità e prontezza nel saper cogliere gli eventi?
Congiunture favorevoli? Voglia di darsi da fare?
Se ti documenti sulla storia e i passi che hanno portato alcuni imprenditori, agenti di commercio, sportivi, persone famose, a certi risultati, ti stupirai nel notare quanto a volte la loro vita sembri quella di Fantozzi.
Girovagando sulla rete, ho trovato la pubblicità che ha fatto Michel Jordan, il giocatore di basket, per la Nike.
Ti riporto il link invitandoti di cuore di dare un'occhiata a quello che si dice.
http://www.youtube.com/watch?v=FstUKc2pSOs
Una frase che da sempre mi ha molto colpita è quella che dice: **"Molti credono che il basket sia stato un dono di Dio, e non qualcosa per cui ho lottato ogni singolo giorno della mia vita. "**
Infatti pochi sanno che lui dopo le partite se ne stava ad allenarsi ancora un paio d'ore.
La classica domanda che ci si pone è: come posso fare?

Università di Teramo, primi esami per gli agenti

Gli esami non finiscono mai: lo sanno bene gli agenti di commercio che hanno superato le prime prove del percorso di Intermediazione Commerciale per la Laurea Triennale in Scienze della Comunicazione dell'Università di Teramo.
Dopo mesi di studio e lezioni, gli agenti di commercio iscritti hanno affrontato e superato le prime prove d'esame. IL 7 febbraio, contemporaneamente a Teramo e a Treviso, si sono svolti rispettivamente gli esami di Comunicazione d'Impresa e Istituzioni di Storia e in entrambe le materie sono stati conseguiti ottimi risultati con la promozione di tutti i partecipanti.
Il corso di Comunicazione d'Impresa tenuto dal Professor Christian Corsi è stato accompagnato dalla formazione di gruppi di studio misti e da lezioni extra programma dedicate esclusivamente ad approfondimenti per gli agenti di commercio. Nella sede teramana era presente alla prova anche il professor Stefano Traini, nuovo Preside della Facoltà di Scienze della Comunicazione, che ha colto l'occasione per complimentarsi con gli agenti di commercio e per confermare la ferma volontà di sostenere e portare avanti il Percorso in Intermediazione Commerciale.
Il corso di Istituzioni di Storia della professoressa Nicoletta Bazzano è stato seguito con costanza dalla docente che ha dedicato giornate di studio e disamina degli argomenti d'esame insieme ai numerosi studenti del Veneto.
In attesa delle prossime prove, **l'Ateneo teramano in collaborazione con USARCI Teramo sta definendo i contenuti della materia a scelta prevista per il secondo e il terzo anno di corso che verterà sui concetti di base delle tecniche di vendita,** bagaglio imprescindibile per una professione che cresce in qualità e risultati, come dimostra la differenza tra nuovi iscritti (31.628) e attività cessate (15.867), un quadro più che positivo con la creazione di ben 15.761 nuove opportunità di lavoro.
Il percorso di Intermediazione Commerciale rappresenta **un esempio concreto del connubio, a lungo invocato, tra università e mondo del lavoro,** come spiega Luciano D'Amico, Magnifico Rettore dell'Università degli studi di Teramo: «Questa iniziativa si colloca nel quadro di una serie di sforzi che la Facoltà sta compiendo per avvicinare, quanto più possibile, le competenze offerte alle richieste del mondo del lavoro
Tutto questo ha come riferimento gli ambiti e gli sbocchi occupazionali che caratterizzano la Facoltà, ovvero organizzazioni, istituzioni ed imprese in diversi settori di attività. Il legame tra università e mondo del lavoro può dare un contributo davvero importante per far fronte agli effetti della crisi economica e alla marcata disoccupazione giovanile: con tale legame si posso progettare percorsi che diano ai nostri futuri laureati competenze complementari efficaci.
Il progetto prevede l'avvio di un percorso formativo che, all'interno della Laurea triennale in Scienze della comunicazione, contempli l'offerta di competenze specifiche orientate alla complessa realtà del marketing e dell'intermediazione.
Il Corso di Laurea nasce dall'esigenza di **formare operatori specializzati nel settore del commercio.** Le indagini di mercato hanno rilevato notevoli vantaggi competitivi, derivanti dall'iscrizione al Corso di Laurea in Scienze della Comunicazione. Enormi vantaggi, inoltre, si rilevano con **la possibilità di seguire il corso senza obbligo di frequenza, grazie alla piattaforma elearning,** su cui è possibile trovare pre-lezioni, lezioni, schede, contributi video e in podcasting ed eserciziari».
Il successo dell'iniziativa, che si è poi tradotto nel notevole numero di adesioni ottenute in appena due mesi, in totale 54 agenti di cui 30 dell'Abruzzo e 18 del Veneto, è stato confermato dall'interesse manifestato da oltre 50 agenti di commercio in lista per l'iscrizione al prossimo Anno Accademico.

Franco Damiani
Per informazioni e iscrizioni
all'anno accademico 2014/2015
tel. 335.349190

Una gestione centralizzata di tutti gli indirizzi di posta elettronica su tablet e smartphone Android

Vi sembrerà strano, ma la configurazione della posta elettronica su smartphone o tablet Android può essere eseguita in più modi e con una elevata personalizzazione…
Supponiamo di disporre di uno o più indirizzi email da gestire e quindi da configurare sui nostri dispositivi mobili. La prima cosa da fare è assicurarsi di avere **una connessione internet attiva**, in quanto i dispositivi si collegheranno al server di riferimento per verificare i dati di configurazione inseriti. Come secondo passo, dobbiamo individuare tra le applicazioni **l'App E-mail**; una volta selezionata l'applicazione, è necessario trovare la sezione Impostazioni in modo da poter aggiungere un nuovo account. A questo punto è richiesto l'inserimento dell'indirizzo di posta elettronica (ad esempio nome.cognome@provider.it) e la password dell'account che desideriamo controllare con smartphone o tablet; inseriamo anche il tipo di account, scegliendo tra POP3, IMAP e Microsoft Exchange: possiamo tranquillamente optare per IMAP in quanto questa tipologia ci permette di mantenere sincronizzata l'email con il server di posta, cioè ci garantisce che i messaggi saranno eliminati dal server solamente quando saranno cancellati personalmente dal proprio dispositivo mobile.

Altre informazioni richieste, come il server IMAP, il tipo di protezione e la porta utilizzata, vengono normalmente inserite automaticamente dal sistema. Procedendo, si dovranno inserire i dati relativi al server SMTP, la porta utilizzata e il tipo di protezione (dati necessari per poter inviare messaggi di posta dall'account che si sta per configurare). Anche questi dati normalmente vengono inseriti in automatico dal sistema, ma se così non fosse è necessario inserirli manualmente. Al termine della procedura il sistema vi informerà – dopo aver fatto i dovuti controlli di correttezza delle informazioni inserite – **dell'avvenuta impostazione dell'account e della disponibilità della nuova email** pronta per essere utilizzata.

Il procedimento quindi – seppur completamente assistito dal sistema – risulta abbastanza lungo ed impegnativo, anche solamente per i dati tecnici che ci vengono richiesti. Ora pensate di disporre di **più indirizzi email da configurare** (non è certo difficile pensare che molti di voi posseggano diversi indirizzi di posta elettronica) e di dover eseguire lo stesso procedimento per ogni indirizzo. Un processo lungo e noioso che ci farebbe perdere un sacco di tempo.
Se però possediamo un **indirizzo di posta elettronica Google**, possiamo semplificare il tutto configurando solamente l'account Google e demandando a Google stesso il compito di **integrare la posta elettronica proveniente dagli altri account.** Ma vediamo come procedere.

Dobbiamo per prima cosa individuare l'icona Impostazioni all'interno del nostro dispositivo mobile, toccarla e – nella nuova schermata nella parte alta – toccare Account; scegliere Aggiungi Account e Google. Supponendo di essere già in possesso di un indirizzo email di Google (ad esempio nome.cognome@gmail.com) procediamo toccando la voce Esistente, ed inserendo l'indirizzo email e la relativa password. Al termine della procedura il dispositivo mobile potrà comunicare con i server di Google e potrà visualizzare ed inviare email mediante il nuovo account. Ma se si possiedono altri indirizzi email non Google? Come si diceva in precedenza, demandiamo a Google stesso l'operazione di accedere alle altre caselle di posta, in modo da poterle integrare sullo stesso account Google. Ciò significa che sarà possibile visualizzare all'interno della casella di posta Gmail tutti i messaggi arrivati sulle altre caselle di posta (ad esempio Libero, Yahoo, Hotmail, Tiscali, ecc.), senza dover configurare quest'ultime sui dispositivi smartphone o tablet. Questa centralizzazione della posta di account differenti è possibile grazie ad un sistema chiamato **Mail Fetcher**. Il sistema è gratuito ed è un servizio offerto da Google. Per funzionare, il sistema deve essere configurato, ma l'operazione è molto semplice. Questa volta sediamoci davanti al computer, attiviamo il browser e accediamo alla casella di posta elettronica Gmail. In alto a destra compare una icona a forma di ingranaggio sulla quale – dopo averci cliccato – è possibile selezionare la voce Impostazioni. Nella parte alta si selezioni la voce "Account" e nella sezione "Controlla la posta da altri account" si clicchi su "Aggiungi un tuo account di posta POP3". A questo punto la procedura è guidata, con informazioni che verranno inserite automaticamente dal sistema, ma che – ad ogni modo – corrispondono a quelle a cui si è fatto riferimento all'inizio dell'articolo per un account di posta elettronica non Google. Questa operazione di creazione di un nuovo account nella Mail Fetcher, va ovviamente ripetuta per ogni indirizzo email che si desidera controllare ed integrare nella casella di posta Gmail.

La configurazione di un unico account Gmail sui dispositivi mobili e l'attivazione del servizio Mail Fetcher è quindi **un metodo semplice ed efficiente per centralizzare la gestione della posta elettronica proveniente da più account** e, allo stesso tempo, per avere a disposizione una copia di backup dei messaggi ricevuti su tutti i nostri indirizzi email.

Ing. Alberto Bulzatti

Run Together,
servizi di visibilità e informazione per le donne agenti

La donna agente opera oggi nel mercato al pari dei colleghi uomini e condivide con questi le stesse problematiche ed esigenze.
L'aspetto meno considerato è che la donna sia allo stesso tempo anche moglie e mamma, quindi con una serie di impegni di famiglia e vita privata che si aggiungono a quelli lavorativi.
In tale contesto, fatto di scadenze alcune volte inderogabili, diventa oggettivamente difficile per la donna agente avere il tempo per dedicarsi ad altre attività, di certo complementari ma altrettanto importanti per la propria professione.
Parliamo nello specifico della visibilità in internet, dell'aggiornamento sulle novità normative nel campo della contrattualistica e previdenza, della partecipazione ad eventi di informazione e aggiornamento.
Come fare quindi per creare e tenere aggiornato il proprio sito web? Dove reperire gli aggiornamenti normativi? Come e dove informarsi su seminari, convegni o corsi di formazione?
Il progetto *Run Together* vuole rispondere a queste esigenze e nasce con l'obiettivo di creare una comunità di donne agenti che possano usufruire di una serie di utili servizi mirati alla visibilità, informazione, aggiornamento e interazione delle iscritte.
Nato dall'esperienza e dalla competenza di Usarci che da anni opera su tutto il territorio nazionale affiancando ed assistendo gli agenti sulle problematiche dell'attività professionale, ha come partner il Portale Agenti Esserciconta (www.esserciconta.it), che metterà a disposizione l'infrastruttura tecnologica.
La donna iscritta al Gruppo Donne Agenti *Run Together* avrà a disposizione:
- **vetrina web** personale sul portale Agenti Esserciconta.it, aggiornabile personalmente in qualsiasi momento, con facilità ed immediatezza;
- uno spazio di **aggiornamento** sui temi di interesse specifico, tramite area documentale riservata sul portale Esserciconta.it;
- **newsletter, blog** tematici e/o altri servizi di web community, attivati direttamente tramite il Portale Esserciconta.it o altri canali;
- **informazioni sulle iniziative locali**

di interesse per le iscritte (seminari, convegni, percorsi formativi, altri eventi), curate dai gruppi locali;
- **accesso alle convenzioni** attivate a favore del gruppo.

L'iscrizione al gruppo e tutti i servizi sono gratuiti.

Per informazioni e iscrizioni:
www.esserciconta.it/presentazione-gruppo-donne-agenti

Oppure scrivere a:
donneagenti@gmail.com.

Gruppo Coordinamento
Run Together

a cura di Massimo Azzolini

I vostri quesiti

Hai dubbi o quesiti da porre?
Inviali alla nostra redazione
info@usarcinotizie.it

CONTRATTO DI AGENZIA

In presenza di un contratto di agenzia a tempo determinato con rinnovo tacito ed automatico di anno in anno, a meno che non vi sia disdetta almeno 6 mesi prima della scadenza, quali indennità devono essere corrisposte all'agente qualora si volesse chiudere il mandato con effetto immediato cioè senza riconoscere i 6 mesi di preavviso?

In caso di contratto a tempo determinato non è previsto l'istituto del preavviso in quanto le parti sono già a conoscenza della data in cui il contratto andrà a scadere. Semmai, stante la rinnovazione tacita, la mancata tempestiva comunicazione dell'intenzione di non rinnovare il contatto, determina la prosecuzione di quest'ultimo per il periodo di durata convenuta.

Qualora una delle parti receda prima della scadenza pattuita senza che sia ravvisabile una giusta causa, è tenuta a risarcire il danno cagionato all'altra parte. Se a recedere è il preponente, per esempio, l'agente può pretendere il pagamento di una somma pari a quella che avrebbe percepito ove il rapporto fosse giunto a naturale scadenza.

RETRIBUZIONE DELL'AGENTE

In fase di stipulazione di un contratto di agenzia l'agente ci richiede un contributo fisso mensile a copertura delle spese sostenute nell'ambito del suo lavoro, oltre alle provvigioni in percentuale da calcolarsi sul fatturato trimestralmente. Vorremmo sapere se nell'accordare all'agente tale compenso fisso mensile non c'è il rischio di far ricadere la prestazione nella casistica del lavoro subordinato.

Anche nel contratto di agenzia è consentito stabilire, oltre al compenso provvigionale, un concorso o rimborso spese che può essere forfetizzato. In ogni caso la mera previsione di un compenso fisso non è idonea a configurare un rapporto di lavoro subordinato essendo pur sempre necessario, per tale diversa qualificazione, che sussistano i requisiti della subordinazione.

D'altro canto dalla Direttiva Cee n. 653/1986 si ricava che l'agente può essere retribuito in tutto o in parte in misura non provvigionale (art. 6). Non è un caso che la legislazione spagnola, nel recepire la direttiva abbia esplicitamente stabilito che la retribuzione dell'agente consiste in un compenso fisso, in una provvigione o in ambedue le fattispecie.

ESCLUSIVA

Per cercare di fronteggiare la severa crisi economica abbiamo ampliato la gamma produttiva, iniziando a commercializzare prodotti nuovi mai trattati prima. La suddetta differenziazione del portafoglio prodotti ha causato una criticità rispetto ai rapporti con i nostri attuali agenti che sono plurimandatari ma che hanno con noi un vincolo di esclusiva in base al quale non possono vendere prodotti in concorrenza: infatti i nuovi prodotti inseriti a catalogo sono in gran parte già venduti dai nostri agenti attraverso altre aziende che sono diventate così nostre concorrenti. Come ci si comporta in questi casi?

La questione viene di norma risolta verificando a quale delle parti è attribuibile la sopravvenuta situazione di concorrenza. In particolare, stando al caso in esame, non può dirsi che gli agenti che hanno in corso il rapporto con la vostra azienda "assumano" un incarico per ditta in concorrenza; questo lo avevano già e la concorrenza si determina per effetto della vostra decisione di trattare gli stessi prodotti.

Ove non si intenda accettare tale situazione, si è soliti darne comunicazione all'agente invitandolo a prendere una decisione, entro congruo termine, in merito alla rinuncia all'incarico precedentemente assunto.

Se l'agente rifiuta, si può risolvere il contratto, ma la risoluzione non è imputabile all'agente stesso il quale, pertanto, ha diritto al preavviso e all'indennità per la cessazione del rapporto.

INDENNITA' PER LA CESSAZIONE DEL RAPPORTO

Quale agente monomandatario di impresa industriale, avendo superato i 70 anni e pure essendo disponibile a proseguire l'attività, sono stato invitato dalla ditta preponente a presentare le dimissioni. Il mio timore è che, prendendo io l'iniziativa, perda l'indennità di clientela.

La procedura più corretta da seguire è quella del recesso da parte dell'azienda, la quale deve anche il preavviso, a meno che l'agente non vi rinunci.

L'indennità di clientela è dovuta, a sensi dell'art. 10) A.E.C. 20.03.2002, anche in caso di recesso dell'agente stesso per invalidità permanente o totale o successivamente al conseguimento della pensione di vecchiaia enasarco. Si deve anche tenere conto di quanto dispone l'art. 1751 c.c. il quale indica espressamente l'età fra i casi di recesso con diritto all'indennità per i quali non può essere ragionevolmente richiesta all'agente la prosecuzione del rapporto.

SOSPENSIONE PATENTE

Sono stato multato per eccesso di velocità di oltre 50km/h il limite consentito. Di conseguenza mi è stata anche sospesa la patente per due mesi. In questo lasso di tempo posso guidare un ciclomotore?

No, non più. Dallo scorso anno, con l'entrata in vigore delle nuove regole UE (art. 116 C.D.S.) che hanno introdotto l'obbligo di una patente anche il motorino, la sospensione del documento vieta la guida di qualsiasi veicolo a motore, motorino compreso. Chi contravviene alla regola rischia pesanti sanzioni: una multa da 1.998 a 7.953 euro, oltre alla revoca della patente e al fermo amministrativo del veicolo per tre mesi.

AUTOCARRO SOLO PER PROFESSIONE

Vorrei acquistare un fuoristrada da immatricolare come autocarro. Però, ho sentito dire che la legge limita questa tipologia di veicolo solo alle persone che svolgono una professione tale da giustificarne l'utilizzo. E' vero?

Sì. I veicoli immatricolati come autocarri possono essere utilizzati esclusivamente per il trasporto di cose e dalle persone addette all'uso e al carico e scarico delle cose stesse. Solo in via eccezionale e temporanea le persone estranee all'attività professionale possono viaggiare a bordo degli autocarri. Ma, pur in questi rari casi, serve un'apposita autorizzazione della motorizzazione civile. In caso contrario, cioè, il trasporto di persone su un veicolo destinato al trasporto cose, si incorre in una sanzione da 398 a 1.596 euro.

RICORSO PER MULTA

Lo scorso agosto ho presentato il ricorso per una multa che ritenevo assolutamente ingiusta. Ma, a distanza di mesi, non ho ancora ricevuto alcuna risposta. Non so se è il caso di informarmi o se mi conviene aspettare ancora un po'. Che cosa mi consigliate di fare?

Le consigliamo di aspettare perché ogni giorno che passa depone a suo favore. Nel senso che, secondo la legge, una volta ricevuto il ricorso, il prefetto ha al massimo 120 giorni per decidere se accogliere o respingere la pratica e poi ulteriori 150 per notificare l'eventuale rigetto. Ricordiamo che l'esito viene comunicato solo in caso di bocciatura. Quindi, se entro un massimo di 270 giorni (120 per decidere + 150 per notificare) non riceve alcuna notizia, il suo ricorso sarà stato sicuramente accolto.

TASSA ZERO PER LE "IMPATTO ZERO"

Mi hanno detto che l'auto elettrica non paga mai il bollo. E' proprio così?

Non precisamente. Al momento, per i veicoli elettrici l'esenzione permanente della tassa di proprietà è in vigore solo in Lombardia e Piemonte. Nel resto d'Italia, l'imposta non è dovuta nei primi cinque anni a partire dalla prima immatricolazione. Dopodichè, dal sesto anno, si paga, ma con uno sconto pari al 75% della tassa.

Sconti Agenti Rappresentanti di Commercio
Anno 2014

Modello	Sconto	Modello	Sconto
A3 CABRIOLET	10,50%	A3 - A3 SEDAN - A3 SPORTBACK - A7 SPORTBACK - A8	15,00%
A5 CABRIOLET	12,00%		
A1- A1 SPORTBACK	13,00%	A4 ALLROAD	15,50%
Q3 -TTC - TTR	13,50%	Q7 - A6 ALLROAD	16,00%
A5 COUPÉ - A5 SPORTBACK	14,00%	A4 - A4 AVANT	17,50%
Q5	14,50%	A6 - A6 AVANT	18,00%

Gli sconti sono validi per gli autoveicoli acquistati dal 01/01/2014 al 30/06/2014

Audi Zentrum Verona
Vicentini S.p.A.
VERONA - Via Gardesane, 49 - tel. 045 2085211
LEGNAGO - Via L. Einaudi, 1 - tel. 0442 606400
MANTOVA - Via Atene, 5 - tel. 0376 387098

La tolleranza

Lo scrittore francese Jules Renard raccontò che il governatore della Martinica, vedendo un giorno la terra tremare, fu preso da grande disperazione.
In quello stesso momento vennero a dirgli che c'era stato un terremoto disastroso e che tutto un quartiere della città era stato distrutto. "Ah! Voi mi ridate la vita!" esclamò il governatore, "credevo di aver avuto un forte capogiro!" Questo aneddoto mi è ritornato alla mente quando, sfogliando i giornali di questa estate, ho letto di storie di insofferenza verso il prossimo che terminano, talvolta, in modo molto cruento, come è successo tempo fa a Mantova dove un anziano ha sparato alla vicina, uccidendola, solamente perché si avvicinava alle piante di pomodoro di un orto, per altro abusivo, che l'anziano coltivava.
Ma non sono da meno molti altri esempi che mostrano insofferenza per banali situazioni o circostanze limitate nel tempo e nel luogo, per manifestazioni musicali o sportive che possono, è pur vero, disturbare, ma non tanto da provocare reazioni fuori luogo o gesti volgari e triviali. Tutti abbiamo il sacrosanto diritto al riposo, alla quiete, alla tranquillità e alla privacy, ma un po' di tolleranza non fa male, anzi contribuisce a consolidare le varie componenti sociali e a stemperare i conflitti.
Quello che fa piacere a me può far dispiacere ad un altro, ma occorre, per vivere in una società civile, un minimo di sopportazione oltre che il dovuto rispetto per l'altro.
Ci sono alcune persone che sono ipersensibili e non sono disposte ad accettare niente di quanto può andar bene agli altri: chiuse nel loro piccolo mondo non sanno vedere più in là dei propri occhi. Dicono sempre che il mondo va male e si occupano soltanto di quello che gli altri dovrebbero o non dovrebbero fare. Diceva Confucio che l'uomo superiore pretende il bene soprattutto da se stesso, l'uomo dappoco lo pretende soprattutto dagli altri.
Siamo portati a pensare che le regole valgano per gli altri mentre per noi sono a disposizione le eccezioni. Al contrario, abbiamo tutti qualche difetto da eliminare o qualche buona abitudine da prendere.
Forse, al di là del carattere più o meno spigoloso che qualcuno può avere, è l'eccessivo ritmo della vita dei nostri giorni, o i troppi stimoli esterni o la mancanza di momenti di riposo e di riflessione che portano ad agitarsi anche per le più piccole contrarietà o difficoltà.
Tutti vivono con le loro preoccupazioni, inquietudini, delusioni, attività incalzanti e senza respiro, riposo insufficiente, rumori.....Così può accadere che in seguito all'azione irritante delle piccole aggressioni della vita quotidiana, avvenga il crollo della persona, quello che gli americani chiamano "break down".
Lo choc può capitare per avvenimenti gravi, ma anche dall'incapacità di adottarsi a nuove situazioni imposte dalla vita.
Le conseguenze sono reazioni spropositate e inconsulte. Eppure, molto meglio sarebbe cercare di andar d'accordo, magari facendo un passo indietro tutti, con un pizzico di sopportazione da una parte e di educazione dall'altra.

Lino Venturini

CONCESSIONARIA BMW E MINI DINAMICA
CONVENZIONI AGENTI DI COMMERCIO 2014

BMW X1	16%
BMW 5 GT	14%
BMW Serie 1 5 P. e 3 P.	16%
BMW Serie 5 Berlina e Touring Lci	14%
BMW Serie 3 Berlina e Touring - New Model	14%
BMW X3	14%
BMW Serie 7	14%
MINI Counryman e Paceman	14%

Sconto base senza permuta. In caso di vettura da permutare, le condizioni saranno soggette a variazioni in base alla marca e al modello.

Concessionaria BMW e MINI
Dinamica
Società di Bonera Group

Via Breve,4 Brescia - Tel. 030.3696011

www.boneragroup.it

BONERA GROUP

Monte Bondone, campionato e festa di neve

In una giornata ventosa, nebbiosa e a tratti nevosa, che imbiancava un Bondone già carico di neve (6 m di precipitazioni in due mesi!), si è svolto il 22 febbraio il XXII Campionato di sci per agenti di commercio. Il tracciato sulla pista Tre-Tre panoramica era una serpentina gelata ricoperta di neve fresca che rendeva pittoresca e originale la gara al limite della praticabilità.
Nella gara a prova unica, si sono sfidati una ventina di agenti e una quarantina di familiari e simpatizzanti che in meno di un minuto hanno percorso le 28 porte in un dislivello di 240 mt.

Nel pomeriggio, quando le nubi si sono diradate regalando uno splendido sole, all'Hotel Montana la premiazione si è svolta in un clima goliardico e familiare che con un ricco buffet. Una lotteria piena di premi ha intrattenuto festosamente tutti i partecipanti. Un ringraziamento speciale agli sponsor che negli anni hanno assicurato il necessario contributo e ai membri del Circolo Usarci di Trento che con la collaudata esperienza e la sapiente organizzazione hanno permesso la riuscita della bella manifestazione sportiva. Il Presidente di Usarci di Trento, Angelo Speranza, ha premiato il vincitore del Memorial Brugnara riservato al miglior tempo realizzato tra gli agenti, Matteo Bortolameotti.

Luca Chini

Classifiche e tempi

Gruppi	I	II	III
B 1954 e precedenti	Pedrotti Giancarlo 00,42.36	Reggio Edoardo 00,47.82	Foletto Giovanni 00,50.74
A2 1955-1964	Chini Luca 00,53.73	Romanelli Guido 00,57.47	Bridi Alberto 00,57.91
A1 1965 in poi	Bartolameotti Matteo 00,41.14	Pretti Michele 00,47.65	Zorzi Michele 00,50.55

Audi Zentrum Verona

VERONA - Via Gardesane, 49 - tel. 045 2085211

Vicentini.it

Nadalini e Mongera

Bridi e Foletto

Chini e Bridi

Foletto

Agenti, si rinnova la sfida in mountain bike

3° Campionato italiano di mountain bike per agenti di commercio

Domenica 11 maggio MAROSTICA

Terza edizione del campionato Italiano di Mountain Bike per agenti di commercio. Cinque categorie in gara, per età e genere, premi ai primi tre classificati, omaggio a tutti i partecipanti, spaghettata finale e tanto divertimento.

La galoppata in MTB sulle colline di Marostica è diventata ormai una felice tradizione e un'occasione d'incontro per gli agenti Usarci, in un clima di festa e di sano agonismo che fa dimenticare per un giorno le angustie e lo stress della settimana. L'anno scorso la gara si è svolta in una giornata di pioggia che ha reso la corsa avventurosa, fra scivolate sull'erba e sventagliate di fango che hanno imbrattato i coraggiosi ciclisti a tal punto da renderli quasi irriconoscibili al traguardo. Quest'anno il calendario ha collocato l'incontro nel mese di maggio, con previsioni di tempo senz'altro più favorevoli, per cui possiamo affermare che le colline saranno in fiore.

Il teatro di gara saranno ancora le affascinanti colline di Marostica, su un tracciato rinnovato che sarà messo a punto dall'organizzazione AICS che garantisce professionalità e sicurezza.

Saranno previste cinque categorie di partecipanti: anni 18/35, 36/45, 46/60, over 60, femminile; premi per i primi 3 di ogni categoria, assistenza medica lungo il percorso, assicurazione e spaghettata finale. Il costo di iscrizione è di 20 €.

Sul sito di www.usarcinotizie.it , non appena definito, troverete il tracciato del percorso e la scheda di iscrizione, che sarà diffusa a tutte le sedi provinciali aderenti alla rivista. Sono obbligatori l'uso del casco e la dichiarazione all'atto di iscrizione del possesso dell'idoneità all'attività sportiva.

Andrea Baù

Rubrica comica a cura di Luca Lombardini e Francesco Bottero

Il canone RAI si deve…vede…pagare!

Cari amici agenti, avete pagato il canone RAI?

Come dice la pubblicità di quest'anno il canone RAI si "VEDE" pagare! E io da buon cittadino sono andato in posta a guardare chi lo paga!
Il canone RAI divide le persone in quattro categorie: quelli che lo pagano volentieri, quelli che lo pagano ma non vorrebbero pagarlo, quelli che cercano di non pagarlo ma no ce la fanno e quelli che non lo pagano.
La categoria di quelli che lo pagano volentieri è composta dai protagonisti degli spot che ti invitano a pagarlo e dai dirigenti RAI. Questi ultimi hanno delle buone ragioni per pagarlo infatti contro il pagamento di 113,50 euro una volta all'anno ne prendo 5.000 al mese.
La categoria di quelli che lo pagano ma non vorrebbe pagarlo è rappresentata dagli stessi che erano in fila a gennaio per capire come fare a pagare la mini IMU. Insomma quella gran parte d'italiani che affrontano di petto tasse, canoni e bolli ma che non hanno ancora capito che è inutile perché questi arrivano "da dietro". Ecco un consiglio se appartenete a questa categoria: non guardatevi mai alle spalle, potreste scoprire cose che

voi "contribuenti" non potete nemmeno immaginare!
La categoria di quelli che cercano di non pagarlo ma non ci riescono sono come quei mariti che prima di tradire la moglie confessano. Il tipico esempio è mio cugino, un giorno suona il campanello un esattore RAI, gli chiede se ha un televisore e lui gli risponde "no, ascolto solo la radio"! Ecco per quelli di voi che non lo sanno RAI è l'acronimo di "RADIO" e televisione italiana! Ah mi raccomando anche il computer "fa campo"!
La categoria che indubbiamente dà più soddisfazione è quella di chi non paga il canone RAI. Sono in mezzo a noi, si comportano come noi ma soprattutto guardano la RAI come noi. Rappresentano l'espressione pura della creatività e dell'ingegno italiano, dobbiamo dare atto che in particolare i partenopei sono i migliori, studiano tecniche d'ipnosi per convincere gli esattori che non hanno la televisione. Gente che dichiara che la parabola sul tetto gli serve per raccogliere l'acqua piovana, gente che con la TV a tutto volume e l'esattore alla porta arriva a dichiarare che Magalli è lo zio e stanno passando un mezzogiorno in famiglia, che il figlio ama leggere il TG o che il maresciallo Rocca sta facendo dei rilievi in bagno per capire chi ha fatto la pipì fuori dalla tazza!
Ma soprattutto questa categoria è la migliore perché se tutti pagassero il canone RAI sapete quanti posti di lavoro in meno: quelli che controllano, quelli che stampano gli avvisi e soprattutto i comici che scrivo articoli su di loro!
Un saluto e mi raccomando per feste, convention, sagre, matrimoni, battesimi e perché no, funerali, chiamate gli Sformato Comico, I duo del cabaret veneto e…guardate la RAI che non si sa mai!!

www.sformatocomico.it

Usarci Udine ha una nuova sede

Dal 9 dicembre 2013 la sede di Usarci Udine ha cambiato indirizzo. La decisione è maturata a causa di lavori di ristrutturazione dell'appartamento dove eravamo sistemati in via Del Pozzo 8 e di conseguenza abbiamo chiesto e ottenuto di trasferirci in una sede che la Confartigianato ci ha messo a disposizione nel nuovissimo palazzo ancora in fase di ultimazione in Via Puintat 2, dove sono stati sistemati anche i nuovi uffici di Confartigianato Servizi.

Il nuovo ufficio USARCI è situato al piano terra del fabbricato con un facile accesso e un' ampia e comoda sala d'aspetto. Al nostro fianco è situato anche l'ufficio dell'INAPA Nord che offre i servizi di patronato. Quindi agli agenti possiamo dire di offrire ora un visibile e comodo accesso al nostro ufficio di consulenza e anche ai servizi del vicino patronato, che va a soddisfare una antico desiderio del direttivo, che già dai tempi di Via Pradamano ambiva ad avere una sede più visibile.

Anche nella nuova sede si riscontrano però problemi di parcheggio, spesso occupati dai clienti degli esercizi del vicinato. Una valida alternativa è l'immenso parcheggio del Terminal Nord distante circa 300 m dall'ufficio USARCI.

Gli orari di ricevimento sono rimasti inalterati, ma per ogni informazione vi consigliamo di consultare il sito web www.usarciudine.info.

Vi aspettiamo per offrirvi i nostri servizi.

Giancarlo Blasoni

OFFERTA AGENTI DI COMMERCIO

GAMMA CARENS

Sconto 19%
Noleggio da € 319 + iva al mese
anticipo € 2.600,00 + iva in 36 mesi / 60.000 km

GAMMA CEE'D

Sconto 19%
Noleggio da € 299 + iva al mese
anticipo € 2.600,00 + iva in 36 mesi / 60.000 km

Sconti validi per vetture acquistate entro il 31/03/2014.

CONCESSIONARIE KIA MOTOR'S

sevencar7
VERONA – Viale Francia, 1 – tel. 045 8104505

autoteam
LEGNAGO (VR) – Via Trieste, 4 – tel. 0442 24800

PROTESTA per il nuovo rinvio del rinnovo dell'AEC Industria

L'ennesimo incontro fra le Associazioni di Categoria e Confindustria per il rinnovo dell'AEC si è tenuto il 13 gennaio e si è concluso con un nuovo rinvio. Le trattative iniziate ben 9 anni fa sembrano sempre vicine ad una conclusione, ma per qualche inghippo si rinviano ad altra data e le controparti si palleggiano le responsabilità. Il Consiglio Direttivo di USARCI Venezia ritiene sia necessaria una definizione al più presto. Un nuovo AEC che regoli meglio, come già avviene in quello del Commercio, le variazioni del mandato e la indennità meritocratica, potrà essere utile ad agenti e a aziende che hanno bisogno, entrambi, di lavorare serenamente specialmente in questo periodo di grave crisi economica. Per queste ragioni abbiamo iniziato la nostra protesta e la proseguiremo fino alla conclusione dell'accordo. Per più approfondite informazioni visitate il nostro sito.

Notizie da Venezia

Assemblea provinciale e convegno

L'assemblea provinciale si terrà il 9 Maggio presso il Centro Congressi Quid Hotel di Mestre - Via Terraglio 17. Dopo l'assemblea, che prevede come al solito le relazioni del Presidente e del Tesoriere e la presentazione dei bilanci 2013, seguirà un convegno con la partecipazione di importanti relatori che tratteranno argomenti di aggiornamento professionale e di marketing. L'incontro è, come ogni anno, un momento importante per gli agenti per informarsi e un'occasione per una crescita professionale. Il programma, che è in via di definizione, verrà spedito per posta a tutti gli associati e comunicato anche con news.

Il Codice Civile commentato dai nostri avvocati è Online su www.usarcivenezia.it

Nella pagina del nostro sito "Leggi e AEC" sono stati pubblicati i commenti ai vari articoli del Capo X - "Del Contratto di Agenzia". Si tratta degli articoli pubblicati dal Magazine USARCI Notizie negli ultimi 2 anni. I documenti, redatti a cura degli Avvocati membri del Centro Giuridico Nazionale, fra i quali il nostro Avv. Giuseppe Sacco, sono una importante fonte di informazione e contengono spiegazioni molto chiare per agenti e mandanti, spesso in difficoltà ad interpretare le norme contenute nel Codice Civile.

Assemblea del Trentino Alto Adige, problemi e progetti di rilancio

Il 1 febbraio, presso la sede degli Artigiani di Trento, si è svolta la riunione annuale USARCI. Il presidente Angelo Speranza ha aperto l'assemblea con un saluto particolare al presidente onorario Sergio Mazzalai per l'improvviso lutto familiare. Nel suo discorso ha posto poi l'accento sulle difficoltà che la categoria sta incontrando per la crisi che opprime il settore produttivo e l'intermediazione. Ha informato inoltre che la Provincia di Trento ha attivato, come previsto dalla L.P del 13.12.99 N° 6, l'abbassamento del tetto di spesa ammessa a contributo per l'acquisto dell'autovettura, bene strumentale primario per l'agente di commercio, come incentivo ai giovani che iniziano l'attività .

Presenti all'assemblea anche i senatori Panizza e Divina e l'assessore comunale Condini che hanno raccolto e condiviso le istanze della categoria, in particolare mettendosi a disposizione per supportare l'aggiornamento legislativo proposto dal vice presidente nazionale Usarci Nicolai nella settimana successiva in Commissione Bilancio a Roma, in merito alla rivalutazione della deducibilità dei beni strumentali, attualmente ancorata ad aliquote del 1986.

Nicolai ha poi proseguito illustrando le nuove trattative per il rinnovamento degli A. E. C., settore industria, scaduti dal 2005 e ancora in una fase di stallo.

La seconda parte della mattinata è stata dedicata all'ente di previdenza Enasarco.

Il funzionario della sede regionale del Trentino Alto Adige, sig. Zeni, ha illustrato l'attività dell'ufficio ispezione, mirata alle verifiche nelle aziende per i recuperi contributivi.

Il consigliere nazionale Guido Romanelli ha relazionato sulle novità dell'Ente. Molti agenti, che per molteplici motivi hanno cessato o sospeso l'attività a causa della perdita del mandato di agenzia, possono attivare la contribu-

zione previdenziale volontaria per raggiungere il minimo obbligatorio.

Romanelli ha poi ringraziato l'associazione Fnaarc per la partecipazione e per la condivisione di iniziative a favore degli agenti che si traducono nel rapporto con le istituzioni locali, esempio da perseguire nel resto del Paese.

L'assemblea si è conclusa con un breve dibattito tra i colleghi presenti in buon numero, nella speranza di vedere nel 2014 un anno con minori preoccupazioni e maggiori opportunità professionali per tutti.

Luca Chini

Vicenza, un convegno sulle *nuove chiavi* del lavoro

Da anni viviamo la crisi, il lavoro che manca, gli affari che calano, le mandanti che chiudono i rapporti di agenzia, il futuro nebuloso e quasi senza speranza. La causa: la globalizzazione.
Ma è così? Trovato il colpevole, continuiamo a piangerci addosso ?
La storia, economica e dei popoli, c'insegna che le crisi sono state anche prodromi di grandi trasformazioni e spesso di irresistibili riprese, ma non per tutti allo stesso modo e in egual misura.
La ripresa ha premiato soprattutto chi ha capito i meccanismi della trasformazione e si è attrezzato per cogliere le nuove opportunità create.
La globalizzazione significa in soldoni che ha subito una rivoluzione la divisione internazionale del lavoro. D'altra parte non poteva non succedere dopo la caduta dei blocchi, che avevano immobilizzato per mezzo secolo le politiche e le economie mondiali e condannato in miseria interi continenti, scongelando energie ed aspirazioni di grandi aree e popolazioni a migliorare le proprie condizioni di vita. Non poteva durare all'infinito la linea di sviluppo continuo delle economie occidentali, se non trovando sbocchi di consumo dei propri prodotti in nuovi mercati (quelli considerati nel secolo scorso terzo mondo) che, per assorbirli, avrebbero dovuto necessariamente accrescere la capacità di spesa, quindi il reddito, quindi la possibilità di lavoro: ecco la nuova divisione globale del lavoro, la sua redistribuzione.
E allora, rimbocchiamoci le maniche, cerchiamo dov'è finito il lavoro, capiamo com'è cambiato, dove sono le opportunità, cosa serve per coglierle, quali sono i percorsi per incrociarle, dove sono e come son fatte le chiavi che possono riaprire le porte della ripresa generale e della nostra attività.

Parleremo di questo all'Assemblea del prossimo 14 aprile, con relazioni di esperti in materia di:

- Internazionalizzazione dell'impresa e del commercio
- Aggiornamento professionale dell'agente e certificazione in qualità
- Acquisizione di nuovi strumenti tecnologici
- Percorso di Intermediazione Commerciale per la Laurea triennale in Scienze della Comunicazione dell'Università di Teramo, a distanza.

Il programma dettagliato dell'incontro sarà a breve inviato via mail a tutti gli agenti e alle associazioni di categoria del mondo del lavoro della provincia di Vicenza e alle sedi Usarci aderenti a questa rivista.

Agli **agenti di Usarci Vicenza**
È indetta in prima convocazione alle ore 13.30
e in **seconda convocazione alle ore 15.00** di

Lunedì 14 aprile 2014

Centro Congressi dell'Associazione Artigiani, **Vicenza**, via E. Fermi 201

Assemblea ordinaria annuale

Ordine del giorno:
- Relazione del Presidente Andrea Maddalena
- Presentazione e approvazione dei bilanci consuntivo 2013 e preventivo 2014

Segue

Convegno: Le chiavi del nuovo lavoro

In conformità all'art. 10 dello Statuto, il presente invito e quello che seguirà a mezzo e-mail assolvono anche nella forma le modalità d'invito ai soci alla partecipazione all'Assemblea ordinaria annuale.

Mantova guarda al futuro. Nuova assemblea il 21 marzo

E' iniziato un nuovo anno ed ai colleghi agenti di commercio auguriamo che sia di crescita professionale alla luce di segnali positivi dei mercati; riteniamo che il peggio sia passato, con l'apertura di nuovi orizzonti e nuove prospettive di sviluppo economico.

L'USARCI Mantova ha convocato l'Assemblea provinciale per il giorno **venerdì 21 marzo**.
Sarà il momento per fare il punto sull'andamento del mercato nazionale e internazionale, che da qualche anno è in recessione a causa della crisi economica e finanziaria, che ha coinvolto le PMI creando disoccupazione con la conseguente diminuzione dei consumi. Si dovrà valutare se gli interventi del governo a sostegno della crescita, dell'occupazione e del reddito, daranno impulso ai consumi delle famiglie italiane.
Gli agenti di commercio devono però essere sempre più competitivi e professionali, in modo tale da non subire i cambiamenti, ma di anticiparli cercando di organizzare, pianificare e valutare la propria attività.
Al momento riteniamo che partecipare a percorsi formativi di aggiornamento professionale sia indispensabile e il successo di iscritti ai corsi per la certificazione di qualità DT58 USARCI ne è la conferma. Essere certificati significa essere inseriti in un elenco speciale e nel sito www.agenticertificati.it, che è una vetrina nazionale ed internazionale che offre l'opportunità di avere contatti con importanti aziende che cercano agenti di commercio qualificati.
Dal 2010 l'USARCI è certificata UNI EN ISO 9001/2008 per la formazione e aggiornamento professionale degli agenti di commercio; nell'anno in corso sono stati inseriti a calendario 2 corsi per il DT58 (certificazione di qualità), 4 corsi di PNL (programmazione neuro linguistica), e corsi di informatica e di lingue.
Con questa attività formativa la nostra associazione, che già offre agli associati servizi di tutela sindacale, contrattuale, previdenziale e fiscale, completa la sua funzione in favore della categoria come previsto dallo statuto e si propone come punto di riferimento dei colleghi.

Arrivederci al 21 marzo in assemblea.

Stay Smart! Stay Green!

Cambia marcia alla tua carriera. Diventa un **Green Market Specialist**

ForGreen, gruppo specializzato nei servizi per i produttori di energia elettrica da fonte rinnovabile, **ha bisogno di te!**

Sei motivato a crescere professionalmente? Sei disponibile a metterti in gioco acquisendo nuove competenze e capacità?
ForGreen Group sfida il mercato proponendo alle imprese italiane di entrare nella Green Economy.

Se vuoi far parte della nostra squadra, ForGreen ti mette a disposizione un qualificante percorso formativo e ti offre l'opportunità di diventare un protagonista del settore come esperto di servizi per la sostenibilità.

Per saperne di più e scoprire come diventare anche tu un **Green Market Specialist**, visita il nostro sito **www.forgreen.it** e proponi la tua candidatura.

forgreen GROUP
The Green Generation Company

Verona, il benessere relazionale

Interessante, divertente e coinvolgente sono queste le definizioni che in estrema sintesi possono riassumere l'incontro tenuto dal dr. Mauro Cason, psicologo del lavoro, organizzato dalla nostra associazione nella mattinata il 7 febbraio.

Con esempi e simpatici giochi relazionali, il dr. Cason ha ben spiegato come tra le persone, ma nel nostro caso tra l'agente di commercio ed i propri clienti o le proprie mandanti, vi è difficoltà di comunicazione che, in tanti casi è causa di mancata vendita o di perdita di contratti di agenzia.

E' stato poi evidenziato che se il cliente non ha capito ciò che gli è stato trasmesso, la responsabilità è sempre di chi ha inviato la comunicazione, non di chi l'ha ricevuta.

Molto interessante e altrettanto divertente con coinvolgimento attivo dei partecipanti è stata la spiegazione del diverso modo di relazionare tra soggetto maschio e soggetto femmina, aspetto fondamentale per trovare una ottimale dialettica comunicativa con il cliente anche in base a questo tipo di diversificazione.

A ciò si è unita l'analisi delle diverse caratteristiche dell'essere umano, chi con predominanza Genitore, chi Adulto, chi Bambino.

Il dr. Mauro Cason, sostenitore della "Analisi Transazionale, svolge la sua principale attività nelle aziende dedicandosi alla gestione dei rapporti interpersonali (in questo periodo sta gestendo il passaggio generazionale tra un padre imprenditore e i suoi cinque figli che saranno a rilevare l'azienda).

La capacità del relatore ha fatto sì che la mattinata sia volata con estrema soddisfazione dei partecipanti e con l'auspicio di un arrivederci per approfondire ulteriori spunti evidenziati durante la riunione.

CONVENZIONI VERONA - BRESCIA - CREMONA

BRESCIA
HYUNDAI

AUTOBASE Srl
tel 030.3700322
BRESCIA, via Foro Boario, 29
CASTEGNATO, via Padana Sup., 50
www.autobasebrescia.it

VERONA
AUDI
VOLKSWAGEN

VICENTINI
Via Gardesane, 49 Verona, tel 045.2085211
Via L. Einaudi, 1 Legnago, VR, tel 0442.606400
Via Atene, 5, Mantova, tel 0376.387098
info@vicentini.it www.vicentini.it www.audi.it

VERONA
MERCEDES-BENZ

AUTOSILVER SRL
Viale del Lavoro, 21 37036 San Martino B. A., VR
tel 045.87.99.311 tel 045.87.99.310

BOLZANO
MERCEDES-BENZ

AUTOINDUSTRIALE SRL
Via Galvani, 41, Bolzano, tel 0471.550000
www.autoindustriale.com

BMW
MINI

DINAMICA Società di Bonera Group
Via Breve, 4 Brescia, tel 030.3696011
www.boneragroup.it

KIA MOTOR'S

SEVENCAR
Viale Francia, 1 Verona, tel 045.8104505
AUTOTEAM
Via Trieste, 4 Legnago, Verona, tel 0442.24800

VOLVO

AUTOCENTER
Bassano del Grappa (VI), Via Ca' Baroncello, 32/B, tel. 0424.382017 volvo@autocenter-bassano.com

BISSON AUTO
VICENZA - S.S. Pasubio, 419 tel 0444.980130
filiale SCHIO (VI) via Lago di Trasimeno, 54 tel. 0445.575464 www.bissonauto.it

GARONZI
VERONA C.so Milano, 88/b, tel 045.562122, info@corsomilano.it

GRUPPO BOSSONI
BRESCIA Via Triumplina, 31, Tel 030.3730303, Fax 030.3731820, info@gruppobossoni.it
ORZINUOVI (BS) Via G. Agnelli, 3 Tel. 030.9941495 Fax 030.9941637
DESENZANO DEL GARDA (BS) via Mantova, 18/A tel. 030.9127201

MONDIAL CAR
PADOVA - via Nona Strada, 17/19 tel. 049.8994428 info@grupposilva.it
MESTRE (VE) - via Orlanda, 8/F Strada Aeroporto - tel. 041.5319660 www.grupposilva.it
showroom: ROVIGO viale Porta Adige, 91/E tel. 0425.486083

VAILATI
CREMONA Via della Fogarina, 2, tel 0372.471689, fax 0372.445112 volvo.cremona@vailati.biz
VAILATI CREMA, Via Milano, 53/55, tel 0373.230110, fax 0373.31309, volvo.crema@vailati.biz

VETRI AUTO

VERONA

DOCTOR GLASS
Via dell'Industria 27 Verona
tel 045.503545 www.doctorglass.com

PNEUMATICI

VERONA

SEDE VERONA ZAI
Via Angelo Messedaglia, 3 VERONA (VR)
tel 045.50.57.99 37135
info@cimavending.com www.cimavending.com

SOFTWARE

BRESCIA

LOGIWARE s.r.l.
Via Tien An Men 11 25030 - Roncadelle (BS)
tel. 030 2585259 fax 030 2583856
info@logiwaresrl.it www.logiwaresrl.it

ASSICURAZIONI

VERONA

SAI FONDIARIA
Corso Cavour, 35 37100 Castelvecchio Verona
tel. 045.594811 fax 045.597466
verona.0244@fondiaria.it

ENERGIA

ENERcom s.r.l.
via S. Chiara, 9 26013 Crema (CR)
tel 800 49 02 66 fax 0373 893543
info@enercomsrl.it www.enercomsrl.it

notizie USARCI MAGAZINE

è un'iniziativa delle sedi:

MARCHE
via dell'Industria, 7
60127 Ancona
tel 3357595217
e-mail: info@usarcimarche.com
www.usarcimarche.com

BRESCIA
CREMONA
via Orzinuovi, 28, Brescia
tel 030 3745280, 045 8006060
fax 030 3745334, 045 593318
e-mail: usarcibrescia@libero.it
www.usarcivrbs.it
Orario: da lunedì a venerdì 9,00 - 12,00

LODI
via San Bassiano, 6/a, Lodi
tel 0371 410454 fax 0371 410455
e-mail usarci.lodi@usarci.it
www.usarcimilano.it
Orario: dal lunedì al venerdì
8.30 - 12.30/14.30 - 17.30

MILANO
via Crema, 18
tel 02 58306229 fax 02 58317232
uffici: martedì, mercoledì e giovedì 8,30 - 13,00
e-mail: usarci.milano@usarci.i
www.usarcimilano.it
orari uffici: Lunedì, martedì, mercoledì, giovedì
8,30 - 15,00 previo appuntamento

MANTOVA
via Vittorino da Feltre n°63/b
tel. 0376 365275 fax 0376 221622
e-mail: segreteria@usarcimn.it
www.usarcimantova.it
segreteria dal lunedì al giovedì
8,30 - 12,30/15,00 - 18,00, ven. 8,30 - 12,30
oppure per casi urgenti su appuntamento

PADOVA
ROVIGO
Galleria Roma 9/5 35020 Albignasego, Padova
tel. 049 710929 fax 049 712705
e-mail: info@usarcipd-ro.it
Orario: da lunedì a venerdì
8,30 - 12,30/14,30 - 17,30
mercoledì e venerdì pomeriggio chiuso

PORDENONE
via Segaluzza, 32/a - 33170 Pordenone
tel 0434 570569 fax 0434 570569
e-mail: usarcipordenone@libero.it
www.usarcifriuliveneziagiulia.it
Orario: martedì e giovedì 16.30 - 18.30
1° e 3° sabato 9.00-12.00

TERAMO
via Nazionale per Teramo, 226
64021 Giulianova (Teramo)
tel 085.8025310 fax 085.80000888
e-mail: usarcite@tin.it
www.usarciteramo.it

TRENTO
BOLZANO
SEDE REGIONALE DEL TRENTINO ALTO ADIGE
Via Brennero, 182 - 38121, Trento
tel/fax 0461 420653
e-mail: usarcitrento@sireci.191.it
Orario: da lunedì a venerdì mattina
8,30 - 12,30

UDINE
TRIESTE
GORIZIA
c/o Confartigianato
Via del Pozzo, 8 - 33100, Udine
tel/fax 0432 520179
www.usarcifriuliveneziagiulia.it
e-mail: udine@usarcifriuliveneziagiulia.it
segreteria: dal lunedì al venerdì
consulenza:
lun. 17,30 - 19,30 merc. 18,30 - 19,30
oppure per casi urgenti su appuntamento

VENEZIA
Venezia - Marghera via Fratelli Bandiera, 38
tel. 041 930178 fax 041 937009
www.usarcivenezia.it
e-mail: segreteria@usarcivenezia.it
Orari: da lunedì a venerdì mattina 9,30 - 12,00
lunedì, mercoledì pomeriggio 16,00 - 18,00

VERONA
via Scrimari, 31
tel 045 8006060 fax 045 593318
e-mail: usarciverona@libero.it
www.usarcivrbs.it
Orario: da lunedì a venerdi 9,00 - 12,30
pomeriggio su appuntamento

VICENZA
BASSANO DEL GRAPPA - Largo Perlasca, 9
tel/fax 0424 382329 cell 337 1049448
e-mail: info@usarcivicenza.it
Orario: da lunedì a venerdi 9,00 - 12,00
Servizio di consulenza su appuntamento:
tel 0424 382329 fax 0424 390897
consulenza@usarcivicenza.it

VICENZA - via E. Fermi, 201 zona Pomari
tel 0444 168570
e-mail: segreteriavicenza@usarcivicenza.it
www.usarcivicenza.it