

Anno 28, n. 3 - Maggio 2024  
prezzo copia euro 3,50

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



# NOTIZIE USARCI MAGAZINE

PERIODICO D'INFORMAZIONE  
DEGLI AGENTI E RAPPRESENTANTI  
DI COMMERCIO

## ASSEMBLEA NAZIONALE

A Jesi donne agenti  
protagoniste. I temi  
caldi e le priorità

## AUTO

Approvato dalla  
Camera il nuovo  
codice della strada.  
Tutte le restrizioni

## ENASARCO

Difendiamo l'ente  
di previdenza  
degli agenti

8

24

29



mgmotor.it



# Nuova MG3 Hybrid+

## L'ibrida con tanti più.

MG3 con tecnologia Hybrid+: più autonomia, e oltre 800 km con un pieno, grazie alla batteria più grande della categoria. E non serve nessun cavo, si ricarica da sola!  
Scopri-la in anteprima, nel tuo MG Store e su mgmotor.it

Annuncio promozionale. MG - MG3 STANDARD Prezzo €16.490 (già inclusivo di incentivo governativo del valore di 3.000€). Esempio di finanziamento. Offerta valida solo in caso di finanziamento Super Boost, rottamazione ed incentivo governativo. Prezzo promo €15.740 (già inclusivo di incentivo governativo del valore di 3.000€), anticipo €3.800; importo totale del credito €12.463,75 da restituire in 35 rate mensili ognuna di €99, ed una rata finale di €11.994; importo totale dovuto dal consumatore €15.657,15. TAN 6,97% (tasso fisso) - TAEG 9,09% (tasso fisso). Spese comprese nel costo totale del credito: interessi €2.596,25, istruttoria €399, incasso rata €4,5 cad. a mezzo SDD, produzione e invio lettera conferma contratto €1; comunicazione periodica annuale €1 cad.; imposta sostitutiva: €32,15. Offerta valida fino al 31/05/2024. Condizioni contrattuali ed economiche nelle "Informazioni europee di base sul credito ai consumatori" presso i concessionari e sul sito [www.santanderconsumer.it](http://www.santanderconsumer.it), sez. Trasparenza. Salvo approvazione di Santander Consumer Bank. Polizza Credit Life per dipendenti del settore privato - contratto di assicurazione vita, inabilità totale permanente, perdita d'impiego o, in alternativa per qualsiasi tipologia di lavoratore, inabilità totale temporanea. La durata della copertura è pari a quella del finanziamento con un premio di €489,97. Compagnie Assicuratrici: Cnp Santander Insurance Life Dac e Cnp Santander Insurance Europe Dac. Offerta comprensiva di polizza assicurativa di Nobis Compagnia di Assicurazioni S.p.A. con garanzie Kasko Pneumatici ed Assistenza Stradale contenute nel pacchetto "Kasko e Assistenza Pneumatici Santander". Durata pari al finanziamento, premio: €33,78. L'assicurazione è facoltativa, pertanto non inclusa nel TAEG. Prima della sottoscrizione leggere il Set informativo, disponibile sul sito internet [www.santanderconsumer.it](http://www.santanderconsumer.it) e consultabile presso le filiali Santander Consumer Bank e i concessionari.

I valori dei veicoli MG sono stati testati nel nuovo ciclo di prova WLTP (Reg. 2017/1151) - Valori di consumo ciclo combinato 4,4 lt/100 km, CO<sub>2</sub> gr/km 100. I valori effettivi di consumo di carburante/energia e di emissioni di CO<sub>2</sub> possono essere diversi e possono variare a seconda delle condizioni di utilizzo e di vari fattori.

**CECCATO**  
**AUTOMOBILI**

**VICENZA (VI)**  
Strada Padana verso Padova, 40  
Tel. 0444 915600

**VERONA (VR)**  
Via delle Nazioni, 10  
Tel. 045 9210700

**TRENTO (TN)**  
Via di Spini, 4  
Tel. 0461 955500

[www.ceccatoautomobili.it](http://www.ceccatoautomobili.it)



**Mara Bisinella**  
Direttore responsabile

## Sostenere le **donne**, una **strategia**

**L'**Assemblea nazionale di Jesi mette al centro le donne con un focus che ha l'obiettivo di valorizzare la componente femminile della categoria. Sul tavolo l'annosa discussione sulla conciliazione di professione e famiglia, di carriera e figli, in un mondo che sembra andare sempre più veloce, ma che stenta a sciogliere certi nodi che non toccano solo la vita delle donne, ma della società tutta.

Se un'organizzazione è ancora costretta ad interrogarsi sulle modalità di accesso facilitato alla professione dell'agente da parte della donna; se deve ancora chiedersi quali siano gli ostacoli che frenano la sua carriera nel mondo dell'intermediazione; se il settore degli agenti è ancora un ambiente prevalentemente maschile, forse qualcosa non funziona non solo nei programmi di formazione degli agenti, ma nelle politiche lavorative e familiari nazionali.

In un contesto come quello italiano - caratterizzato da bassi livelli di partecipazione delle donne nel mercato del lavoro e da differenze di retribuzione a sfavore della componente femminile - il monitoraggio, la promozione e il sostegno alle pari opportunità diventano quindi strategici.

Tra gli obiettivi devono esserci la rimozione di tutti gli ostacoli che impediscono la realizzazione di un'effettiva parità di genere, garantendo un'adeguata rappresentanza femminile anche in quei settori dove le donne sono tradizionalmente sottorappresentate, come la professione dell'agente. Nella consapevolezza che le politiche di pari opportunità debbano agire sull'organizzazione del lavoro, favorendo un equilibrio tra responsabilità familiari e professionali. Punto.

# SOMMARIO

<b>PRIMO PIANO</b>	
Le donne agenti.....	6
<b>PRIMO PIANO</b>	
Usarci: le conquiste sindacali del prossimo futuro .....	8
<b>ENASARCO</b>	
Doppia contribuzione agente/mandanti .....	10
<b>ATTUALITÀ</b>	
Il potere delle immagini .....	12
<b>TRANSIZIONE GREEN</b>	
Adottare politiche economiche che garantiscano un'equa ripartizione .....	14
<b>GIURISPRUDENZA</b>	
Agente monomandatario e in esclusiva .....	16
<b>SINDACATO</b>	
Futuro incerto per gli agenti.....	18
<b>ECONOMIA</b>	
La contrapposizione geo-politica muove nuovi scenari finanziari .....	20
<b>NUOVE TECNOLOGIE</b>	
Prepararsi all'Intelligenza Artificiale .....	22
<b>MOBILITÀ</b>	
Multe e patenti: cosa cambia con il nuovo codice della strada .....	24
<b>L'ESPERTO RISPONDE</b>	
Consigli per addentrarsi nella densa materia dell'intermediazione .....	26
<b>PREVIDENZA</b>	
Inps: contributi 2024.....	28
Enasarco: minimali e massimali 2024 .....	29
<b>IL TERRITORIO</b>	
Notizie dalle associazioni .....	30
<b>IL TERRITORIO</b>	
L'agente come consulente .....	31

# IN EVIDENZA



## COMUNICAZIONE

L'immagine narra esperienza per il cliente

Come consolidare la propria identità professionale attraverso la comunicazione digitale

12

## GIURISPRUDENZA

Agente monomandatario e in esclusiva

Agente monomandatario e agente in esclusiva, trova le differenze. L'esclusiva a favore dell'agente e l'esclusiva a favore del preponente

16

## OSSERVATORIO USARCI

La visione degli agenti:  
un futuro incerto

Si chiede maggiore tutela sindacale,  
ma non si sfruttano le nuove  
opportunità dei social e della  
comunicazione digitale

18



## INTELLIGENZA ARTIFICIALE

Potenziare le menti  
degli individui  
per ridurre i rischi

La parola all'esperto per una  
riflessione seria sul rapporto  
fra IA e umano

22

# USARCI MAGAZINE

PERIODICO D'INFORMAZIONE  
DEGLI AGENTI E RAPPRESENTANTI  
DI COMMERCIO ITALIANI

Anno 28, n. 3 – MAGGIO 2024

Prezzo per copia euro 3,50

Prezzo abbonamento annuo  
di 4 numeri euro 12,00

Editore **USARCI VICENZA**

Viale Giosuè Carducci n. 23  
36100 VICENZA

Tel. **0444.228889 - 337.1049448**

e-mail: **info@usarcivicenza.it**

Direttore Responsabile: **Mara Bisinella**

Impaginazione e grafica: **COVAG**.it

Tipografia: **Pixartprinting SpA**

**Comitato di Redazione**

Patrizia Bertin

Alberto Ferracin

Domenico Marsella

**Hanno collaborato a questo numero:**

Massimo Azzolini

Mara Bisinella

Giuseppe de Concini

Ludovica Corponi

Marco Gianesini

Antonello Marzolla

Carlo Pelanda

Mauro Ristè

Luca Romano

Per contattare la redazione

**info@usarcinotizie.it**

**Chiuso in redazione l' 8/5/2024**

Per i 75 anni di Usarci, il 24 e 25 maggio l'Assemblea nazionale a Jesi fra temi caldi e nuove priorità



**Mauro Ristè**  
Vicepresidente Vicario  
Usarci Nazionale  
Presidente di Usarci Marche

## La forza delle **donne** alla **conquista** del mondo degli **agenti**

**È** la città marchigiana di Jesi la sede prescelta per l'Assemblea annuale Usarci, che quest'anno festeggia il 75° anno di fondazione dell'organizzazione (1949-2024), in programma il 24 e il 25 maggio.

Tra i principali temi dei due giorni di confronto ed esposizione, affrontati da relatori e ospiti istituzionali, la crisi economica e finanziaria, i nuovi Accordi Economici Collettivi e il futuro dell'ente pensionistico integrativo Enasarco, ma al centro del dibattito ci sarà anche la figura delle Donne Agenti.

Sulla fondamentale importanza della componente femminile nel mondo degli agenti di commercio e, dunque, sulla necessità di rafforzare questa presenza, i rappresentanti di Usarci non hanno dubbi. Le agenti di commercio rappresentano una risorsa per le aziende e il mondo del lavoro e con la loro professionalità e determinazione contribuiscono a promuovere il commercio e l'economia. Per incrementare questa figura è necessario intervenire su diversi fronti, sia a livello culturale che a livello pratico.

A **livello culturale** è importante promuovere un'immagine positiva della figura dell'agente di commercio, in particolare tra le giovani donne. È necessario far conoscere le opportunità offerte da questa professione, sottolineando i suoi aspetti positivi, come l'autonomia, la flessibilità e la possibilità di guadagni elevati. Occorre combattere gli stereo-

tipi che associano l'agente di commercio a una figura maschile e far conoscere le donne che hanno successo in questa professione, per dimostrare che anche loro possono essere agenti di commercio di successo.

A **livello pratico** è necessario facilitare l'accesso delle donne alla professione di agente di commercio, offrendo percorsi di formazione e orientamento specifici, aiutandole a sviluppare le competenze e le conoscenze necessarie per questa professione, creando un ambiente lavorativo più inclusivo e favorevole, di pari passo alla promozione della parità di genere nelle aziende, per garantire che le donne abbiano le stesse opportunità di carriera degli uomini.

Solo teoria? Assolutamente no. È lungo l'elenco delle azioni da intraprendere: nelle **scuole** e nelle **università** è importante inserire l'agente di commercio tra le professioni da conoscere e promuovere; nell'ambito delle **associazioni di categoria** (come Usarci, da sempre impegnata su questo fronte) è fondamentale organizzare eventi e iniziative per promuovere la figura dell'agente di commercio tra le donne; nelle **aziende** si devono offrire percorsi di formazione e orientamento specifici per le donne, nonché programmi di mentoring e sponsorship.

Segnaliamo che, nell'ambito della nostra organizzazione, è già operativo il "**Gruppo Donne Agenti - Usarci**", come risposta alle esigenze di sostegno e informazione delle donne agenti, nella convinzione



che la donna agente operi oggi nel mercato al pari dei colleghi uomini e condivida con questi le stesse problematiche ed esigenze. Il gruppo vuole offrire un supporto di comunità alle donne che, oltre che ai tanti impegni e scadenze professionali, devono fare i conti con gli impegni familiari, grazie ad una serie di servizi mirati di informazione, aggiornamento e interazione. Il progetto è attivo da diversi anni, su tutto il territorio nazionale, e si basa sulle consolidate esperienze e competenze di Usarci. Sul sito dell'associazione ([www.usarci.it](http://www.usarci.it)), il Gruppo Donne Agenti dispone di uno spazio di aggiornamento su temi di interesse specifico, tramite area documentale riservata; di newsletter, blog tematici e altri servizi di web community, attivati tramite i social; di informazioni sulle iniziative locali di interesse per le

iscritte (seminari, convegni, percorsi formativi, altri eventi); di accesso riservato a convenzioni dedicate.

A questi servizi, si stanno aggiungendo altre iniziative, nazionali e locali, sempre con l'obiettivo di favorire l'informazione, la crescita professionale e lo scambio di buone prassi tra le agenti donne. Unico requisito è di essere iscritta ad uno dei sindacati Usarci attraverso le sedi territoriali.

*In merito all'Assemblea, ricordiamo che la mattinata di venerdì 24 maggio, giorno di apertura dei lavori con l'intervento di autorità locali e nazionali, imprenditori e docenti, sarà aperta al pubblico e alla stampa. L'Assemblea sarà ospitata all'Hotel Federico II di Jesi (via Ancona, 100).*

Dal 1949 a difesa degli agenti di commercio



**Mauro Ristè**  
Vice Presidente Nazionale  
Vicario Usarci

# L'**Usarci** non si ferma Le **conquiste** sindacali del prossimo **futuro**

Usarci tutela gli agenti di commercio italiani dal 1949. Nel 2024, si impegna attivamente per aggiornare gli Accordi Economici Collettivi e migliorare i diritti della categoria, affrontando le sfide del commercio elettronico.

**D**al 1949 l'USARCI rappresenta e tutela gli agenti di commercio italiani. 75 anni di storia, ricchi di conquiste sindacali ottenute con il lavoro, la professionalità e la dedizione. Siamo l'unica associazione indipendente di soli agenti di commercio a tutela della stessa categoria.

Le adesioni contribuiscono a renderci più forti, rappresentando una concreta opportunità di tutela e supporto nella quotidianità della nostra professione.

Questo anno sarà ricco di sfide e di nuovi obiettivi, primo tra tutti l'**aggiornamento degli Accordi Economici Collettivi** in discussione con le case mandanti per aggiornare i nostri diritti. La nostra delegazione composta, oltre che dal sottoscritto, dal presidente Giovanni Di Pietro, dal vice presidente Massimo Azzolini e dal segretario generale Antonello Marzolla, sta lavorando per sviluppare ed ampliare le proposte da presentare.





Uno degli impegni prioritari è quello di analizzare l'impatto che sta avendo e che avrà il **commercio elettronico** nel nostro settore, quello dell'intermediazione, non solo in termini di ricadute occupazionali ed economiche, ma anche in termini di qualità della promozione dei beni e dei servizi offerti alle aziende, oltre che nella conclusione degli affari.

Sarà fondamentale chiarire, senza ulteriori interpretazioni, ciò che rientra nell'attività di agenzia.

Cercheremo di far rientrare nel diritto alle **indennità di fine rapporto** successive al pensionamento anche i soci delle società di persone, di ridefinire l'**indennità meritocratica** e del **patto di non concorrenza post contrattuale** e proporremo di annullare la mancata erogazione delle indennità di fine rapporto a fronte di dimissioni di un agente

non per giusta causa.

Inoltre riprenderemo a spingere le nostre proposte a suo tempo già portate all'attenzione delle istituzioni governative, come la proposta della **patente professionale** per la nostra categoria, o quella della piena **deducibilità su acquisto o leasing sull'auto** e, per ultimo, una ulteriore **tutela per gli agenti monomandatari** proponendo alle mandanti di non scendere sotto una soglia minima di provvigioni annuali individuata come reddito minimo lordo pari a tre volte la retribuzione lorda di un lavoratore dipendente di settimo livello.

Lotteremo per cambiare insieme il futuro degli agenti tutelando la nostra professionalità!

L' Usarci è sempre e solo dalla parte degli agenti!

Una riflessione su Enasarco, istituzione criticata ma ritenuta essenziale per assicurare una pensione agli agenti di commercio



**Antonello Marzolla**  
Segretario nazionale Usarci

# Enasarco

## Fra odio e amore!

**È** chiacchierato da sempre, da molti è odiato, c'è chi vorrebbe che venisse abolito, chi crede che abbia il compito di tutelare la categoria – ma non lo fa - e anche chi si aspetta che gli versi un sussidio nel caso perda il lavoro.

In molti affermano che serve a nulla, ma sono quelli che non sanno bene quale sia il suo vero scopo e così credono che sia un furto, poi c'è chi pensa che dovrebbe occuparsi di proporre leggi e regole in favore della categoria, ma non fa nemmeno questo e allora lo criticano con ferocia.

C'è addirittura chi preferirebbe venisse **assorbito dall'Inps, che è poi l'Ente previdenziale più indebitato d'Italia** e forse anche d'Europa.

Parlo ovviamente dell'Enasarco.

Nella mia esperienza professionale con gli agenti di commercio, una categoria che nei miei quasi quarant'anni di lavoro ho imparato a comprendere, ad apprezzare ed a conoscerne pregi e difetti, l'argomento "Enasarco" ha avuto sempre un gran risalto.

Ma per contestualizzare il tema *previdenza Enasarco* devo tracciare un profilo, del tutto personale, sulla categoria.

Una categoria che è per sua natura orientata al fare bene gli interessi delle aziende che rappresenta e proiettata nel contempo alla continua ricerca del come far meglio per dare un buon servizio ai clienti proponendo buoni affari.

Donne e uomini che vivono di mercato e di vendite, che sono continuamente alle prese con in-

cessanti variabili alle quali devono adattarsi e convivere, ma per larga misura incapaci di saper fare i "propri interessi".

Un mondo di piccoli imprenditori che **maneggia quote del 70% del prodotto interno** e che incontra migliaia di clienti ma che bada poco o niente a ciò che dovrebbe davvero interessare loro.

Persone che firmano contratti con grande facilità, che poco o nulla conoscono le norme che li riguardano, con una bassissima propensione al riconoscersi "categoria" e quindi parte attiva di un sistema di rappresentatività il cui fine dovrebbe essere il loro benessere ed il riconoscimento sociale.

Grandi lavoratori, pronti a viaggiare con neve, pioggia, nebbia e sole, ma restii a voler capire, informarsi, sapere di ciò che li riguarda da vicino.

Il segretario nazionale Usarci difende a spada tratta l'ente di previdenza che assicura una pensione agli agenti, unico esempio di doppia contribuzione agente/mandanti



Troppo spesso le decisioni prese si basano sull'approssimazione e sul "sentito dire", si stenta a comprendere che le decisioni delle mandanti si basano su catene decisionali che comprendono uffici legali e professionisti, mentre quelle di un agente di commercio troppo spesso sono legate a fattori esclusivamente di mercato.

La mia è certamente un'analisi impietosa, forse anche troppo cruda, ma mi è necessaria per esprimere un mio parere sull'Enasarco.

Se dovessi dare un'immagine dell'Enasarco direi che è **la bandiera della categoria, è ciò che la rappresenta, nel bene e troppo spesso anche nel male**, ma senza la quale, se non esistesse, degli agenti di commercio non si parlerebbe più: senza Enasarco gli agenti di commercio scivolerebbero nell'oblio. Parlare agli agenti di commercio è difficile, quasi impossibile, fare riflessioni sulla cultura

«Un giorno l'Enasarco diventerà benvoluto da tutti, anche da quelli che ne hanno chiesto l'abolizione; quel giorno è il giorno nel quale verrà pagata la prima rata della loro pensione»

di categoria è argomento per pochi, trovare momenti di confronto collettivo durante i quali parlare tra colleghi del proprio lavoro, dei problemi e di possibili soluzioni è un compito arduo. Tanti, forse troppi agenti di commercio praticano lo sport nazionale della critica all'Enasarco, che rappresenta in definitiva la summa del risparmio previdenziale di tutta la categoria, fatto che se fosse davvero percepito appieno porterebbe ad una partecipazione vera, ad uno spirito di tutela dei propri risparmi, **perché quei risparmi un giorno diventeranno una pensione.**

Se fosse capito il valore della **doppia contribuzione agente/mandante, fatto questo unico nel mondo della previdenza destinata e professionisti** ed imprenditori, forse si capirebbe il perché non ha senso paragonare **l'Inps, i cui contributi sono totalmente a carico degli agenti, con quello Enasarco.**

Se la categoria fosse più accorta, anziché gridare a gran voce di voler abolire l'Enasarco, chiederebbe e pretenderebbe maggior trasparenza nella gestione, migliori risultati, investimenti più vicini agli interessi di chi si occupa di intermediazione, ma per far ciò dovrebbe occuparsene almeno quanto lo fa durante un'assemblea di condominio.

E sapete perché di ciò che dico sono fermamente convinto? Perché un giorno l'Enasarco diventerà benvoluto da tutti, anche da quelli che ne hanno sempre chiesto l'abolizione; quel giorno è il giorno nel quale verrà pagata la prima rata della loro pensione.

Ecco il perché io mi batterò perché l'Enasarco continui ad esistere!

Come consolidare la propria identità nell'era dell'IA e della proliferazione di contenuti.  
Visual storytelling nella comunicazione digitale



Ludovica Corponi

## L'immagine narra esperienza per il cliente

**L**e logiche con le quali osserviamo, progettiamo ed esperiamo le immagini, stanno cambiando, seguendo i ritmi dell'innovazione dei processi e delle nuove tecnologie. La **comunicazione visiva è diventata una componente imprescindibile per qualsiasi azienda o professionista** che desideri distinguersi ed avere successo nel mercato.

Si parla quindi non solo di 'branding' ma anche di 'visual strategy'. La crescente presenza di piattaforme digitali e social media ha reso infatti l'immagine un elemento cruciale per attirare l'attenzione e coinvolgere gli utenti.

*Ma è davvero tutto qui?*

Quello delle immagini è un linguaggio universale che supera le barriere linguistiche e culturali, consentendo alle aziende e ai professionisti di comunicare in modo efficace con un pubblico globale, ma non si tratta solo di estetica o di marketing. Il visual può influenzare profondamente le emozioni e le percezioni del pubblico. Un'immagine ben curata e significativa può suscitare empatia, fiducia e connessione emotiva, creando un legame duraturo tra il brand e i suoi clienti.

La componente visual è molto più di un semplice logo o un set di colori e font. È l'insieme di tutti gli elementi visivi che rappresentano l'identità e i

valori del brand. Ogni singolo dettaglio, dalla grafica del sito web alla fotografia e al packaging, contribuisce a plasmare la percezione di chi osserva e interagisce con i diversi elementi visivi. Anche la persona che rappresenta l'azienda rientra nell'insieme di questi output che modellano e modificano l'esperienza del pubblico e dei clienti, poiché è parte integrante di un ecosistema di simboli e messaggi proiettati verso l'esterno.

*Ma nel tempo della produzione massificata come si distingue un'immagine efficace? Come consolidare la propria identità attraverso una visual strategy coerente e identitaria? Come supportare le aziende clienti in un percorso così delicato e continuo come quello dello sviluppo del brand?*

Un brand visual distintivo aiuta a differenziarsi dalla concorrenza e a lasciare un'impressione duratura nella mente dei consumatori. Negli ultimi anni, l'intelligenza artificiale (IA) ha rivoluzionato il modo in cui vengono create e utilizzate gli elementi visivi. Gli algoritmi di generazione di immagini, come le reti neurali generative (GAN), hanno reso possibile la produzione di massa in modi mai visti prima. Questo ha comportato **un'enorme proliferazione di contenuti visivi**, rendendo ancora più difficile per aziende e professionisti emergere dalla massa.



Non è sufficiente però produrre e pubblicare un gran numero di contenuti, per quanto coerenti, per emergere. Esiste infatti una grande differenza tra estetica e narrativa: quello che davvero fa la differenza è il racconto attraverso l'immagine. Si parla quindi di **"Visual Storytelling"**. In un mondo sempre più dominato da tutto ciò che è visivo, l'IA ha trasformato radicalmente il modo in cui vengono create e utilizzate le immagini.

Il nostro pubblico è letteralmente assediato da video, foto, grafiche pubblicitarie, è quindi fondamentale distinguersi ricorrendo ad una cornice narrativa, ovvero alla progettazione puntuale del messaggio che il nostro visual deve veicolare, per sostenere un dialogo figurativo strutturato e coerente.

Conoscere la grammatica narrativa delle immagini ci permette di lavorare oltre il trend e la moda del momento, ma fondare la comunicazione dei valori che rappresentiamo.

Non si parla espressamente di "immagini belle" o "immagini brutte", bensì di immagini narrative ricche e coinvolgenti. Non si parla nemmeno di arte, che merita un ragionamento ulteriore e indipendente, ma espressamente di coinvolgimento del pubblico.

Un'immagine efficace richiede la cooperazione interpretativa del fruitore che si identifica e si lascia

trascinare nell'immaginario creato. I professionisti del visual governano il racconto e si inseriscono perfettamente in quel mercato che riconosce la **necessità di raccontare per costruire un'esperienza per il cliente che vada oltre l'acquisto.**

I brand che sanno distinguersi lavorano per mettere il cliente e le sue necessità al centro e questo significa che il marketing deve avvalersi non solo di strategie di vendita, ma anche delle professioni legate al design e al multimediale, per costruire e sviluppare il sistema di percezioni per ogni singolo utente.

Affidarsi per esempio ad un filmmaker, piuttosto che ad un videomaker, per il proprio commercial, può avere un impatto decisivo sui destinatari, poiché la qualità dell'immagine il taglio della narrazione e la prospettiva saranno nettamente diversi, poiché diversa è la professionalità in campo.

Oggi quindi non possiamo non saperci raccontare, dobbiamo piuttosto diventare esperti dei modi di disegnare il presente e far vivere i racconti visivi che possono diventare realtà. Si tratta di un modo di costruire il presente attraverso simboli e messaggi privi di ambiguità. Le immagini sono la nostra destinazione.

**Curarci del loro significato significa curarci dell'identità, per noi e per i nostri clienti.**

Se l'Europa non destinerà adeguati investimenti, finirà per essere preda di tecnologie sviluppate altrove e importate a prezzi elevati



**Giuseppe de Concini**  
Esperto di economia

# La **trasizione green** ingoia risorse e ci rende **verdi** di bile



L'impatto potenzialmente positivo della cosiddetta **transizione ecologica** non è in discussione. I costi del cambiamento climatico (in termini di adattamento e mitigazione dei suoi effetti) crescono rapidamente e la transizione verde potrebbe diventare anche un ottimo affare grazie alla leva positiva determinata dalle nuove tecnologie.

Tuttavia ciò che non funziona nella **narrazione verde** è l'idea di una transizione felice. Ogni cambiamento strutturale a livello economico è una sorta di distruzione creativa: cioè interi settori economici spariscono (o vengono drasticamente ridimensionati) ed altri invece aumentano il loro giro d'affari.

Ergo, una trasformazione strutturale porta con sé sempre una redistribuzione delle risorse. Si avranno, in parole povere, vincitori e perdenti. Gente (Paesi, imprese, settori economici) che si impoverirà e gente che guadagnerà di più.

Questo concetto – mai troppo evidenziato nelle discussioni sul merito – comporta la necessità di adottare, da parte degli stati, politiche economiche che garantiscano un'equa ripartizione sia dei costi sia dei benefici. Si tratta, in buona sostanza, di rendere **socialmente sostenibile** il cambiamento strutturale. Se l'Europa è all'avanguardia nella regolamentazione relativa alle emissioni inquinanti (-24% di emissioni ottenuto tra il 1990 e il 2020), una politica europea di sostegno economico alla transizione non è mai stata avviata.

Gli economisti quantificano in due punti percentuali di PIL le risorse necessarie agli investimenti pubblici riequilibrativi legati alla transizione ecologica. Questa ulteriore necessità finanziaria non è oggi compatibile con il Patto di Stabilità, nemmeno con quello appena revisionato. L'Europa appare sorda alla necessità di mettere in campo le risorse necessarie alla sostenibilità sociale delle scelte adottate. Il che, in prospettiva, fa pensare malissimo.

**Green Deal, Fit for 55, RePower EU** restano iniziative sostenute più da efficientamenti della spesa europea esistente che da investimenti veri e propri.

Ora, se guardiamo oltre oceano, l'amministrazione Biden per sostenere lo sforzo di reindustrializzazione verde ha messo sul piatto 780 milioni di Dollari (750 milioni di euro) di investimenti pubblici. L'Europa pochi milioni. La differenza tra le due economie, quella USA e quella europea, rischia di



La transizione ecologica richiede equilibrio negli investimenti. L'Europa rischia di rimanere indietro rispetto agli USA

diventare abissale facendo impoverire (e incappare) gli europei messi nell'impossibilità di sfruttare l'attesa maggiore crescita. La decarbonizzazione in assenza di adeguati investimenti creerà, per l'Europa, un ulteriore rischio: quello di diventare utilizzatori di tecnologie sviluppate altrove e importate a prezzi elevati, facendo sì che **la svolta verde sia per noi, in definitiva, solo un costo**. La transizione ecologica, dunque, non è frugale, ma ingoia risorse. Tali risorse dovrebbero evitare che le persone diventino sì verdi, ma di bile. Il problema non appare chiaro neppure ai fondamentalisti green.

(da Lapiazzaweb.it)

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Marco Giancesini  
Avvocato

Un po' di chiarezza sul concetto di esclusiva

# AGENTI

## Monomandatari e in esclusiva

### Quali differenze?

**A**ccade spesso che si faccia confusione tra **agente monomandatario** e **agente in esclusiva**. È monomandatario l'agente che si obbliga a prestare la propria attività in favore di una sola casa mandante. Il monomandatario, in altri termini, non può avere altri rapporti di agenzia al di fuori dell'unico rapporto che lo lega alla propria mandante. Dato che l'agente può lavorare per una sola ditta non occorre nemmeno introdurre il concetto di "zona di competenza".

È il caso di ricordare che la figura dell'agente monomandatario non è disciplinata dal codice civile, ma solo dagli A.E.C che gli attribuiscono alcuni vantaggi per compensare l'obbligo di lavorare solo per un preponente

L'agente plurimandatario, invece, è libero di promuovere gli affari di più preponenti contemporaneamente, e qui torna ad avere rilevanza il concetto di zona perché, salvo diversa pattuizione fra le parti, non può assumere l'incarico di trattare nella stessa zona e per lo stesso ramo gli affari di più imprese in concorrenza tra loro. In altre parole: può lavorare per più preponenti ma in ogni zona assegnatagli non può trattare contemporaneamente la vendita degli stessi prodotti



*Facciamo degli esempi:*

**AGENTE MONOMANDATARIO:** lavora solo per una ditta che produce cravatte da uomo; pertanto, il concetto di zona e quello di esclusiva in questo caso non hanno alcuna rilevanza.

**AGENTE PLURIMANDTARIO:** può lavorare per più ditte che producono cravatte ma non può, salvo diverso accordo tra la parti, promuovere la vendita



di cravatte di due marchi diversi nella stessa zona perché si troverebbe in una situazione di slealtà nei confronti di entrambe le mandanti dato che proporrebbe la vendita di due prodotti in concorrenza tra loro; in questo caso zona ed esclusiva diventano rilevanti.

L'articolo 1743 c.c. testualmente recita: *“Il preponente non può valersi contemporaneamente di più agenti nella stessa zona, né l'agente può assumere l'incarico di tratta-*

*re nella stessa zona e per lo stesso ramo gli affari di più imprese in concorrenza tra loro”*. Il diritto di esclusiva è quindi bilaterale

**Esclusiva a favore dell'agente:** divieto per il preponente di valersi contemporaneamente di più agenti nella stessa zona e per lo stesso ramo di attività. Lo scopo è quello di tutelare l'agente: se il preponente potesse avvalersi di più agenti nella medesima zona, gli agenti, trovandosi in concorrenza tra loro, vedrebbero inevitabilmente ridotte le loro possibilità di guadagno. Inoltre, all'agente spetteranno anche le provvigioni su affari eventualmente conclusi nella zona direttamente dal preponente (eccetto i clienti “direzionali”)

**Esclusiva a favore del preponente:** divieto per l'agente di trattare nella stessa zona e per lo stesso ramo gli affari di più imprese in concorrenza tra loro. Lo scopo è quello di tutelare il preponente dai danni che l'agente potrebbe arrecargli operando a vantaggio di imprese concorrenti. L'articolo 1743 c.c. è una norma imperativa (cioè non derogabile dalle parti)? No. Secondo l'orientamento della giurisprudenza, gli interessi tutelati dall'art. 1743 c.c. sono di tipo privatistico, con la conseguenza che **le parti possono derogare** al reciproco diritto di esclusiva che la legge prevede anche se le parti non lo hanno previsto nel contratto.

*Riassumendo:*

- a) il contratto richiama espressamente l'esclusiva
  - *si applica l'esclusiva*
- b) il contratto esclude espressamente l'esclusiva
  - *non si applica l'esclusiva*
- c) il contratto non dice nulla in tema di esclusiva
  - *si applica l'esclusiva*

Nel caso c) esiste però la possibilità che il concreto comportamento tenuto per un certo periodo di tempo durante l'esecuzione del contratto consenta ad una delle parti di affermare che l'altra ha accettato tacitamente di non applicare l'esclusiva. Un esempio: un agente inizia sistematicamente a lavorare anche nella zona di un collega che lavora per la stessa preponente; sia il preponente (che paga le provvigioni a ciascun agente per i rispettivi ordini), sia l'agente la cui zona è stata “invasa” lasciano correre senza sollevare alcuna contestazione (=accettano tacitamente di derogare all'esclusiva). La perdita dell'esclusiva ha un immediato effetto pratico: l'agente “invaso” non potrà pretendere le provvigioni su affari che la preponente conclude direttamente nella zona assegnatagli.



# **FUTURO**

## **incerto** per gli **agenti**

Gli agenti di commercio, seppur presenti sui social, non li utilizzano per attività professionali né per aggiornamento, confermando una fase di incertezza economica. Tuttavia, il ruolo della categoria rimane fondamentale nonostante la crisi.

## Necessità di maggior tutela sindacale e informazioni generali. Potenziamento di social, newsletter e corsi online consigliato per adattarsi al cambiamento del contesto commerciale

**P**resenti sui social ma senza utilizzarli per attività professionali; rassegnati ad una fase di stagnazione tendente al peggioramento delle proprie condizioni economiche; scarsamente impegnati in attività di aggiornamento. I dati che emergono dalla ricerca condotta dall'**Osservatorio Usarci** tra gli **agenti di commercio** confermano la fase di profonda incertezza della categoria.

Le migliaia di agenti che hanno risposto al questionario, dimostrando un sorprendente interesse allo studio del settore, ritengono che la crisi abbia inciso notevolmente negli ultimi anni e che i propri clienti siano stati penalizzati. Tanto o poco, a seconda dei settori e delle situazioni individuali, ma comunque penalizzati.

Eppure solo una parte degli agenti ritiene che queste difficoltà esterne abbiano avuto ripercussioni negative sulla propria attività e sui propri guadagni. Il che conferma il ruolo fondamentale della categoria. Così indispensabile da risentire della crisi in misura inferiore rispetto alla situazione generale. Forse anche per la riduzione del numero complessivo di agenti, che favorirebbe la concentrazione, benché la percentuale di agenti monomandatari non cambia nell'ultimo periodo. Per il nuovo anno, tuttavia, più di metà degli agenti teme una riduzione delle proprie provvigioni, seppur in misura limitata.

Però l'Osservatorio Usarci evidenzia anche alcune criticità che potrebbero incidere negativamente in prospettiva. Basti pensare all'utilizzo dei social. Quasi il 70% degli agenti è presente, ma una percentuale analoga li utilizza poco o nulla per la propria attività professionale. E li utilizza altrettanto poco per aggiornarsi. Ma, paradossalmente, ritiene di aver bisogno di una maggior tutela sindacale e di maggiori informazioni anche di carattere generale sulla categoria.

Considerando che le vendite online continuano a crescere, sarebbe forse più opportuno che i **social, le newsletter, i corsi di aggiornamento online diventassero più abituali** proprio per entrare in un contesto che è cambiato e che continua a cambiare.



La contrapposizione geo-politica mondiale muove nuovi scenari finanziari ed economici



**Giuseppe de Concini**  
Esperto di economia

# GUERRA ECONOMICA TOTALE

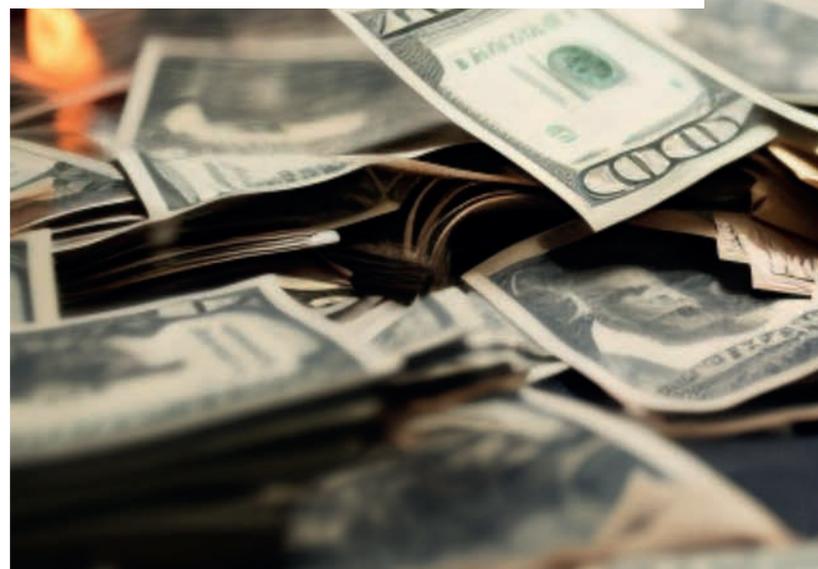
Il riaccendersi di conflitti virulenti ha riportato alla ribalta non solo il concetto di guerra, ma anche quello di guerra economica. Quest'ultima è una lotta di natura ibrida che, prescindendo da azioni militari in senso stretto, ha come target l'indebolimento dell'economia dell'avversario.

Tuttavia anche una guerra economica ha sempre come ricadute *"sangue, macerie che si accumulano e miseria che si espande"* (Gen. Fabio Mini).

Tali effetti non colpiscono solo chi subisce la guerra economica, ma anche chi l'abbia scelta quale strumento per debellare l'avversario. È una spada senza impugnatura che ferisce anche la mano che la brandisce.

Nel caso ucraino, ad esempio, alle sanzioni in senso stretto (divieti e limiti al commercio di beni), si sono aggiunti sequestri di fondi statali russi, confische di denaro, beni e aziende di privati russi in tutto l'Occidente e ciò ha fatto emergere un grave problema internazionale.

Russia, Cina e Paesi Emergenti hanno toccato con mano come, se un paese adottasse scelte non gradite a Stati Uniti e (in subordine) all'Europa, esso e le sue élite potrebbero subire una guerra economica di tale portata da minarne la stessa esistenza.



Da ciò deriva una malcelata ostilità verso l'Occidente (basato sull'economia dollaro/euro) da parte di un cospicuo numero di paesi emergenti.

Per contrastare il predominio dell'area dollaro/euro, l'Unione Economica Euroasiatica EAEU e la Cina hanno adottato un'intesa volta ad affrontare il contesto sanzionatorio e punitivo occidentale, considerato ingiusto o eccessivo, attraverso l'adozione di un modello finanziario parallelo del tutto indipen-



dente (basato su valute come il rublo e lo yuan) e aperto a tutti i paesi che in qualche modo si contrappongono a Stati Uniti ed Europa. A tale nuovo modello sono già interessati importanti paesi del Medio Oriente come Pakistan, India, nonché buona parte dell'area africana.

Se questa non è ancora *guerra economica totale*, ha tutte le premesse per poterlo diventare. Prefigura un mondo spaccato in due, con l'Occidente a fronteggiare molti Paesi strategici per economie in rapida ascesa e

disponibilità di risorse naturali. Conseguenza di questo mercato eccentrico al nostro è l'avvio di quotazioni e scambi (dal gas naturale ad altre materie prime) in rubli o yuan e una riduzione drastica delle riserve in dollari ed euro non più considerati *monete di riferimento*, ma veicoli finanziari di ricatto ed ingerenza.

C'è molto su cui meditare.

(da Lapiazzaweb.it)

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**Carlo Pelanda**  
Economista

Per impedire che le macchine e i programmi prendano il sopravvento sull'umano

## Affrontiamo l'era dell'

# AI

La rivoluzione tecnologica dell'AI oggi in evoluzione rapida era già visibile con i suoi primi segni nei primi anni del 2000, densi di profezie sia ottimistiche sia prudentziali, le seconde corroborate anche da film dove l'AI era vista nel suo lato più ansiogeno: la delega ai robot, cioè la «cibernetica di sostituzione», era un rischio catastrofico per gli umani.

Chi scrive, nel libro *Futurizzazione* (Sperling, 2003), enfatizzò la «cibernetica tutoriale» come interazione tra cervello e macchina a connettività totale (che stava sviluppandosi in forma di rete) per rendere più potente il primo grazie ad una mente ausiliaria con molti meno limiti osservativi e mnemonici. Per inciso, in questa attenzione giocava l'esperienza personale del gioco a scacchi a occhi bendati (scuola triestina, partite di 5 minuti) dove lo sforzo rappresentativo e mnemonico tendeva a eccedere la capacità naturali pur con allenamenti mentali intensivi: chi scrive smise tale gioco quando si accorse che in un sistema chiuso un computer avrebbe battuto facilmente un umano, parecchi anni prima che ciò accadesse realmente, e invocò un'intelligenza ausiliaria, iniziando a usarne i primi prototipi per il suo lavoro, per esempio, ai tempi, i sistemi esperti. Ma in tale invocazione c'era anche quella di un'epistemologia (ricerca della verità) dei sistemi ingegneristici, spinta dalla letteratura mitteleuropea dove un

cervello umano vedeva crescere la mano più grande del cervello stesso ed imponeva di riequilibrare la reazione tra decisore e strumento. Karl Popper aveva escluso la rilevanza di uno status epistemologico degli strumenti. Ma lo hanno, in una forma brutalmente semplificata: **una macchina funziona o non funziona in base allo scopo**, questa è la sua verità. Ma se si delega alla macchina una decisione, passando da un sistema chiuso a uno aperto?

Serve una finestra sul suo funzionamento interno, ricerca guidata da una non ancora esistente, ma necessaria, epistemologia dei sistemi artificiali. Difficile crearla, anche perché, per leggere, una macchina ipercomplessa, in particolare se quantistica, ne serve un'altra che lo sia altrettanto e che in più semplifichi la comunicazione per la comprensione





L'avvento dell'IA richiede una relazione sicura e fluida tra uomo e macchina, implicando un potenziamento cognitivo degli individui attraverso una riforma educativa radicale.

della mente umana. Tale considerazione porta l'attenzione sull'ipotesi che la migliore relazione tra AI e umani sia una qualificazione dei secondi per usare la prima mantenendo il loro potere di decidere e non lasciandolo alla mano artificiale, questa chiaramente una ipotesi tecnologica. In conclusione, bene la priorità umanistica nell'interazione con l'AI recentemente espressa dal governo, ma questa implica una rivoluzione cognitiva di massa, cioè la riforma pressoché totale dei sistemi educativi per permettere una relazione uomo-macchina fluida e sicura: non solo a livello di formazione iniziale, ma estendendo la qualificazione come formazione continua.

Più chiaramente: **per ridurre i rischi dell'AI bisogna fare un enorme investimento sul potenziamento mentale degli individui.**

Approvato alla Camera il disegno di legge che introduce nuove regole per sanzionare la guida pericolosa

# AUTO

## Nuovo **codice** della **strada**

La riforma del Codice della strada si è ufficialmente messa in moto. Il 27 marzo la Camera ha dato il via libera al disegno di legge, approvandolo con 163 voti favorevoli e 107 contrari. Il testo passa quindi alla votazione in Senato che, se dovesse avvenire senza modifiche al testo iniziale, potrebbe portare all'entrata in vigore delle nuove norme già potenzialmente prima dell'estate, integrate dal nuovo decreto autovelox destinato specificamente a disciplinare i dispositivi di rilevazione della velocità. A cambiare saranno molti aspetti legati alla disciplina della circolazione stradale: vediamoli insieme.

### CELLULARE ALLA GUIDA

Stretta sulle sanzioni a chi utilizza un telefono cellulare alla guida senza opportuni dispositivi vivavoce. La multa sale dagli attuali 165 euro a 250 euro per il primo episodio di infrazione, con un massimo di 1.000 euro e accompagnata dalla sospensione della patente per un periodo compreso tra 15 e 60 giorni, con la contestuale perdita di 5 punti. Dalla seconda violazione contestata la multa cresce, da 350 euro a 1.400 euro, con la decurtazione di 10 punti e la sospensione della patente fino a 90 giorni, con la sanzione che passa da 1.697 euro a 2.588 euro. Patente sospesa anche per chi è trovato a guidare contromano o passa col rosso.

### STATO DI EBBREZZA

Nessuno sconto a chi viene trovato al volante con un tasso alcolemico compreso tra 0,5 e 0,8 grammi per litro, che comporta una multa compresa tra 573 e 2.170



euro, oltre alla sospensione della patente da 3 a 6 mesi. Più grave il riscontro di un tasso alcolemico tra 0,8 e 1,5 grammi per litro, con multa da 800 a 3.200 euro e detenzione fino a 6 mesi, oltre alla sospensione della patente da 6 mesi a un anno. Nel caso di un tasso alcolemico superiore a 1,5 grammi per litro, alla pena detentiva di 6 mesi si aggiunge la multa compresa tra 1.500 a 6.000 euro e la sospensione della patente fino a due anni.





## STUPEFACENTI

Novità importante riguarda la nuova procedura di riconoscimento delle condizioni di guida in stato di alterazione. Attualmente, quando si ha ragionevolmente motivo di ritenere che il conducente del veicolo si trovi sotto l'effetto conseguente all'uso di sostanze stupefacenti o psicotrope, o quando gli accertamenti preliminari hanno fornito esito positivo, ovvero in caso di incidente stradale,

gli agenti di polizia stradale accompagnano il conducente presso strutture sanitarie per effettuare esami di riscontro. Con il nuovo Codice della strada questo secondo passaggio viene abolito, e dunque basterà la positività al primo test per far scattare in automatico, di fatto, la sospensione della patente e la successiva revoca, con divieto di conseguirla per tre anni.

## MONOPATTINI

Anche la micromobilità urbana è protagonista del Codice della strada, con una previsione generale a carico dei monopattini, che dovranno essere muniti di indicatori luminosi di svolta e freno, ma anche di contrassegno di riconoscimento assimilabile alla targa, mentre il conducente sarà tenuto ad utilizzare il casco e munirsi di assicurazione, con una multa prevista che oscilla tra 100 e 400 euro. Per tutti i conducenti di veicoli a motore entra poi in vigore un obbligo a tutela dei ciclisti, ovvero il mantenimento di una distanza di sicurezza non inferiore a 1,5 metri in caso di sorpasso.

## NEOPATENTATI

Più libertà per i conducenti con meno esperienza, con il divieto per i primi tre anni dal conseguimento della patente B di guidare mezzi con potenza superiore a 75 kW per tonnellata, ovvero mezzi di categoria M1 e dunque auto, elettriche si applica l'ulteriore limite di potenza massima pari a 105 kW (142 Cv). La disciplina attuale prevede invece, solo per il primo anno, il limite di potenza a 55 kW per tonnellata, 65 kW per le elettriche e ibride plug-in, con quello di potenza massima assoluta pari a 70 kW (95 cv).

I consigli del nostro esperto per addentrarsi nella densa materia dell'intermediazione. Casi specifici che possono essere d'aiuto agli agenti alle prese con i tanti risvolti di contratti, fisco e previdenza



**Massimo Azzolini**  
Vce presidente nazionale Usarci

# Domande & risposte

## DISDETTA DELLA MANDANTE

**Ho ricevuto verbalmente la comunicazione di risoluzione rapporto da parte di una delle mie ditte mandanti. La stessa è tenuta a comunicarmelo in forma scritta?**

Se applicati, gli Accordi Economici Collettivi vigenti, sia del settore Industria del 30.07.2014 sia del settore Commercio del 16.02.2009 prevedono espressamente che la parte recedente deve dare comunicazione scritta all'altra parte.

Diversamente, l'art.1750 cc non impone una determinata forma per la comunicazione di recesso che quindi potrebbe realizzarsi anche in forma verbale, ma in caso di contestazione la parte recedente deve fornire adeguate prove di tale recesso compreso quelle testimoniali.

## ENASARCO/1

**Da un controllo nella mia area riservata Enasarco vedo che ci sono ancora mandati aperti ma che in realtà ho cessato da anni. Come faccio per chiuderli e soprattutto che data di cessazione inserisco?**

La mandante ha l'obbligo di chiusura del mandato, se cessato, entro 30 gg dal termine, ai sensi dell'art 3 del Regolamento Enasarco. Se non lo ha fatto e l'agente se ne accorge anche dopo anni è possibile, sempre dalla propria area riservata, procedere alla chiusura dei mandati cessati indicando la data dell'allora cessazione del rapporto e se giacente, recuperare il Firr ancora presente presso la fondazione Enasarco.

## ENASARCO/2

**Intendo stipulare un contratto di agenzia con una azienda straniera extra UE con una sede operativa in Italia, la stessa è tenuta ad iscrivermi all'Enasarco?**

L'art.2 del Regolamento Enasarco dispone che sono obbligatoriamente iscritti gli agenti che operino sul territorio nazionale in nome e per conto di preponenti italiani o di preponenti stranieri che abbiano la sede o una qualsiasi dipendenza in Italia.

Nel caso specifico, considerato che la preponente risulta avere una sede in Italia, la stessa deve effettuare l'iscrizione dell'agente all'Enasarco.



Disdetta mandante: comunicazione scritta richiesta. Chiusura mandati cessati entro 30 giorni. Iscrizione Enasarco obbligatoria per ditte estere. Prescrizione: 5 anni per provvigioni, 10 per indennità.

## PRESCRIZIONE

**Il mio rapporto di agenzia è terminato a fine anno per recesso della ditta mandante. La stessa non mi ha ancora riconosciuto le ultime provvigioni e l'indennità di fine rapporto. Quali sono i termini di prescrizione per far valere i miei diritti?**

Il credito per provvigioni si prescrive in cinque anni mentre quello per l'indennità di fine rapporto è soggetto all'ordinario termine di prescrizione decennale. Vi è comunque da aggiungere che, ai sensi art 1751 cc, ad evitarsi la decadenza del diritto all'indennità di fine rapporto è necessario richiedere alla mandante tale indennità, via pec o racc, entro 12 mesi dalla definitiva cessazione del rapporto.



Aliquote, minimi, agevolazioni, versamenti e conseguenze sull'età contributiva

# Inps

## Aggiornamento contributi 2024

**S**ono stati aggiornati i minimali e massimali contributivi INPS 2024, mentre le aliquote rimangono invariate. Rimangono anche le agevolazioni per i forfettari, i giovani under 21 e gli ultrasessantacinquenni.

L'INPS, con circolare 33/2024, ha comunicato le aliquote dei contributi che Agenti di Commercio e Commercianti dovranno pagare nel 2024. Sono previsti aumenti del minimale contributivo per effetto dell'inflazione, mentre l'aliquota rimane invariata, rispetto al 2023.

L'**aliquota** 2024 sarà del 24,48% per i titolari e del 24,18% per i coadiuvanti fino a 21 anni di età.

Il **reddito minimo** aumenta a euro 18.145 (+5,4%) pari a euro 4.515,43 per gli agenti, euro 4.460,19 per i collaboratori con meno di 21 anni. Questi saranno gli importi minimi da pagare in 4 rate fisse. Sono previste le solite agevolazioni per i giovani sotto i 21 anni e per gli ultrasessantacinquenni.

**Attenzione:** se non si versano per intero le 4 rate fisse trimestrali calcolate sul Reddito minimo annuo, i contributi varranno non per tutto l'anno (per esempio per soli 8/10 mesi) con conseguenze sull'età contributiva.





Nuove pensioni, equiparazione uomo-donna, domande online

# Enasarco

## Novità, requisiti e procedure

Il Regolamento Enasarco prevede, per quest'anno, due novità: la Rendita Contributiva e l'equiparazione fra uomo e donna. Le agenti dal primo gennaio vanno in pensione a 67 anni, come avveniva da anni per i colleghi maschi.

### ■ RENDITA CONTRIBUTIVA

può essere richiesta a 67 anni (dopo il compimento dell'età) - solo dai nuovi iscritti Enasarco dopo il 1° gennaio 2012 e che abbiano almeno 5 anni di contributi.

La Rendita Contributiva prevede una penalizzazione del 2% per ogni anno mancante al raggiungimento di quota 92. Ad esempio, chi la richiede a 67 con 5 anni di contributi, avrà un abbattimento del 40%.

### ■ PENSIONE DI VECCHIAIA

Requisiti: Età 67 anni sia uomini che donne - Anzianità contributiva minima 20 - Quota 92 (età + anzianità)

### ■ PENSIONE ANTICIPATA

Requisiti: 65 anni - anzianità contributiva minima di 20 anni - Quota 90 (età + anzianità).

Gli Agenti, sia uomini che donne, possono richiedere, al compimento dei 65 anni, l'anticipazione della pensione di vecchiaia di uno o due anni. L'ammontare della pensione anticipata verrà ridotto, in maniera permanente, del 5% per ciascun anno di anticipazione rispetto la pensione di vecchiaia. Per ottenere una delle due Pensioni (Vecchiaia, Anticipata) l'agente deve avere tutti tre i requisiti

richiesti: Età - Anzianità contributiva - Quota. Gli Agenti che acquisiscono le pensioni di Vecchiaia o Anticipata e la Rendita Contributiva possono continuare a svolgere liberamente la loro attività. Le domande di pensione si possono inoltrare solo online tramite il sito Enasarco.

Consigliamo i colleghi, che ritengono di avere i requisiti per la pensione, di consultare con qualche anticipo le sedi Usarci, per una verifica e per presentare la domanda di pensionamento, senza incorrere in possibili errori.

## Aggiornati minimali e massimali

Dal 1° gennaio 2024, gli importi dei minimali contributivi e dei massimali prowigionali sono così determinati:

- **Agente plurimandatario:** Il massimale prowigionale annuo per ciascun rapporto di agenzia è pari a 29.818 euro (a cui corrisponde un contributo massimo di 5.069,06 euro). Il minimale contributivo annuo per ciascun rapporto di agenzia è pari a 502 euro (125,50 euro a trimestre).
- **Agente monomandatario:** Il massimale prowigionale annuo per ciascun rapporto di agenzia è pari a 44.727 euro (a cui corrisponde un contributo massimo di 7.603,59 euro).

L'assessore regionale Elena Donazzan ha incontrato a Vicenza gli agenti Usarci

## **Agente?** Una professione per giovani



**P**er la prima volta, da quando ricopre l'incarico di assessore regionale al Lavoro (ovvero da quasi 20 anni), **Elena Donazzan** ha incontrato Usarci Vicenza, l'associazione degli agenti e rappresentanti di commercio italiani. L'appuntamento, svoltosi nella sede di Vicenza di Viale Giosuè Carducci, moderato da **Luca Romano** di *Local Area Networ*, è stato un'occasione di confronto sulle sfide della professione.

Ha introdotto i lavori il *presidente di Vicenza Domenico Marsella*, che ha avuto come ospiti **Raffaele Consiglio**, *segretario generale CISL Vicenza*; **Massimo Azzolini**, *presidente di Verona e Brescia e vice presidente nazionale*; **Antonio Munerotto**, *vice presidente di Venezia*.

Numerosi gli argomenti affrontati: dall'annosa questione dell'aggiornamento Istat della deducibilità dell'auto – ferma da ben 40 anni! – ai bandi regionali a sostegno della categoria, dalla formazione professionale ai mutamenti del mercato che vedono coinvolti gli agenti.

L'assessore Donazzan ha sottolineato l'autonomia nella gestione di spazi e tempi che caratterizzano la no-

stra professione e che possono rappresentare un elemento particolarmente appetibile per i giovani i quali cercano libertà nell'organizzazione, auto gestione dei propri tempi di vita e di lavoro. Ha inoltre evidenziato che oggi occorre procedere ad una rilettura di cosa significhi essere agente di commercio, soprattutto a fronte della tecnologia sempre più pervasiva.

È necessario quindi concentrarsi sugli aspetti a maggior valore aggiunto della professione, quali possono essere il servizio post-vendita e di consulenza alle aziende.

In questo quadro, un settore su cui si può lavorare molto è quello della formazione, dove le risorse regionali non mancano, ma dove spesso a mancare è invece la richiesta di percorsi formativi.

L'assemblea ha apprezzato la proposta di co-progettare percorsi di formazione, anche se Massimo Azzolini ha sottolineato come, ancora oggi, sia preclusa agli agenti la possibilità di tenere corsi di preparazione online per l'accesso alla professione.

Il nuovo paradigma produttivo e commerciale impone una trasformazione di questa figura professionale attraverso gli strumenti della digitalizzazione e della formazione



**Luca Romano**  
Direttore Local  
Area Network Padova

## L' **agente** come **consulente** nell'era digitale

L'occasione dell'incontro organizzato da Usarci Vicenza, l'Associazione degli Agenti e Rappresentanti di commercio con inquadramento Enasarco, della Fisascat Cisl, è molto propizia per riflettere sul **profilo di questa figura professionale**, che è stata largamente protagonista nell'integrare la relazione tra mondo della produzione, della distribuzione e della vendita fino al dettaglio in un'epoca in cui il fulcro del sistema era basato sulla produzione.

Oggi quel modello sta subendo una trasformazione talmente radicale che non potrà non investire il profilo dell'agente e rappresentante di commercio. Tale trasformazione è basata sulla **disintermediazione del rapporto tra cliente e produttore attraverso l'uso delle nuove tecnologie dell'informazione**. Il cliente può acquisire una nuova centralità in virtù dell'accesso diretto sul web per acquistare beni e i miliardi di accessi, elaborati tramite gli algoritmi, consentono di organizzare un'offerta su larghissima scala, orientando i mercati con le figure emergenti degli influencer. L'*e-commerce* e la efficienza logistica fanno il resto.

Questo significa che agenti e rappresentanti sono spiazzati dal nuovo paradigma produttivo e commerciale? Nei suoi aspetti tradizionali alcuni sono effettivamente diventati sorpassati, ma altri possono riuscire a superare questa trasformazione

attraverso l'**alleanza con la conoscenza, le tecnologie, la formazione**. La conoscenza riguarda l'essere sempre più un anello qualificato di informazioni nei due sensi, non solo dalla produzione alla vendita di un prodotto, ma anche dal cliente al produttore.

Una carenza riscontrata sempre più spesso da questo tipo di mercato è quella dei servizi di pre-vendita che consistono nelle informazioni che agevolano tutto il processo commerciale di personalizzazione del prodotto; e ancora di più dei servizi di post vendita quando il prodotto si rompe o va aggiornato.

**L'agente/rappresentante si avvicina sempre di più ad aspetti consulenziali di settore** che comunque hanno un valore sul mercato, mentre un approccio generalista rischia di rimanere troppo generico per soddisfare i clienti.

È del tutto evidente che questa transizione del profilo professionale implicherà una certa dimestichezza con la digitalizzazione di molte procedure e con la conoscenza di specifiche normative di regolazione dei mercati.

Si tratta di affrontarle con slancio attraverso l'unico modo appropriato che è quello di organizzare corsi di formazione sia trasversali sulle *soft skills relazionali*, sia specialistici sulle caratteristiche settoriali dei prodotti da vendere.

disinfettanti  
& insetticidi



prodotti  
tecnici



prodotti  
cosmetici



**UN PRODOTTO PER OGNI ESIGENZA**  
BERGEN: da oltre 50 anni la qualità made in Italy al servizio del consumatore



Via Roma, 90, 37060 Castel D'Azzano, Verona, Italia | +39 045 512090 | info@bergen.it