



CAMERA DI COMMERCIO
INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA
DI TORINO

L'agente e rappresentante di commercio



CAMERA DI COMMERCIO
INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA
DI TORINO

L'agente e rappresentante di commercio

Camera di commercio di Torino

Edizione 2023

Camera di commercio di Torino

© Camera di commercio industria artigianato e agricoltura di Torino.

Tutti i diritti sono riservati. Vietata la riproduzione a terzi.

Coordinamento editoriale: Settore Regolazione del Mercato, Camera di commercio di Torino

Impaginazione e Stampa: Vg59 srl - Black Silver S.r.l.s.

Edizione: Aprile 2023

Indice

Capitolo primo

Classificazione delle attività lavorative	13
Il concetto di lavoro autonomo e subordinato.....	13
La figura dell'imprenditore	14
Pubblicità - Registro Imprese.....	16

Capitolo secondo

Le società e l'impresa familiare	21
Premessa.....	21
Nozione di società.....	21
Classificazione delle società.....	22
Le società di persone.....	23
La società semplice.....	24
La società in nome collettivo.....	24
La società in accomandita semplice.....	28
Le società di capitali.....	28
La società per azioni.....	29
Costituzione della S.p.a.....	30
Organi della S.p.a.....	32
La S.p.a. con unico azionista.....	35
La società in accomandita per azioni.....	35
La società a responsabilità limitata.....	36
La società a responsabilità con socio unico (c.d. unipersonale)....	38
La società a responsabilità limitata semplificata.....	39
L'impresa familiare.....	40

Capitolo terzo

Il contratto	43
Nozioni generali.....	43
Requisiti del contratto.....	44
Risoluzione.....	47
Risoluzione per inadempimento.....	48
Impossibilità sopravvenuta della prestazione.....	48
Eccessiva onerosità sopravvenuta.....	49

Capitolo quarto

L'agente di commercio	51
Il contratto di agenzia e rappresentanza.....	51
Il contratto di agenzia "in prova".....	53
Particolari figure di agenti.....	54
La forma del contratto di agenzia.....	56
La lettera di incarico.....	57
L'atto pubblico.....	57
Adempimento a carico delle aziende preponenti.....	58
Il contratto di agenzia con deposito.....	58
Il dipendente dell'agente o rappresentante.....	61
Il subagente.....	61
Il coadiuvante.....	63
Le figure professionali simili all'agente di commercio.....	64

Capitolo quinto

Iter per diventare agente di commercio	69
Riferimenti normativi.....	69
Requisiti per l'esercizio dell'attività.....	69
Requisiti morali.....	70
Requisiti professionali.....	70

Cause incompatibilità.....	70
Verifica della permanenza dei requisiti.....	71
Inizio attività ed iscrizione nel Registro Imprese.....	71

Capitolo sesto

Gli accordi economici collettivi (sigla: AA.EE.CC.).....	73
Garanzia dell'agente	74
Esclusiva di zona	75
Variazioni di zona, provvigioni, clientela, prodotti.....	76
Provvigione d'incasso.....	77
Liquidazione delle provvigioni.....	78
Preavviso di risoluzione.....	79
Polizza di assicurazione.....	81
Sospensione rapporto.....	82
Indennità di fine rapporto.....	82
Indennità di risoluzione del rapporto (c.d. I.R.R.)	84
Indennità suppletiva di clientela	85
Indennità meritocratica	85
Le clausole vessatorie	87
Riserva di clientela	88
Patto di non concorrenza post-contrattuale	88
Clausola risolutiva espressa	89
Salvo approvazione insindacabile	90
Indennità meritocratica.....	95

Capitolo settimo

Il contenzioso.....	97
Commissione per le controversie individuali presso la Direzione Provinciale del Lavoro.....	97
Commissione paritetica territoriale.....	98

Collegio arbitrale.....	99
Rinunzie e transazioni.....	99
Prescrizione.....	100
La normativa comunitaria.....	102

Capitolo ottavo

Tutela previdenziale e assistenziale	105
Gli adempimenti dell'agente nei confronti dell'I.N.P.S.....	105
Assistenza sanitaria.....	105
Fondo previdenza e trattamento pensionistico.....	106
Agevolazioni per gli ultrasessantacinquenni.....	107
Contributi figurativi.....	107
Contribuzione da riscatto.....	108
Contribuzione volontaria.....	108
Ricongiunzione dei periodi assicurativi.....	108
Indennità di maternità.....	108

Capitolo nono

La gestione previdenziale E.N.A.S.A.R.C.O.	111
Contribuzione previdenziale.....	112
Contribuzione Fondo assistenza.....	113
Modalità di versamento dei contributi.....	114
Il Fondo Indennità Risoluzione Rapporto (F.I.R.R.).....	115
Le sanzioni a carico del preponente inadempiente.....	115
Prestazioni pensionistiche E.N.A.S.A.R.C.O.....	116
Prestazioni integrative della Fondazione E.N.A.S.A.R.C.O.....	119

Capitolo decimo

Tecnica bancaria e servizi bancari	121
I titoli di credito.....	121

Definizione dei titoli di credito.....	121
Caratteri fondamentali dei titoli di credito.....	121
Incorporazione del titolo di credito.....	122
Letteralità del titolo di credito.....	122
Autonomia del diritto di credito.....	122
Classificazine dei titoli di credito.....	123
La cambiale.....	125
La cambiale tratta o semplicemente tratta.....	126
Accettazione.....	127
Caratteri della cambiale	127
Requisiti essenziali della cambiale.....	128
II bollo cambiario.....	128
Scadenza delle cambiali.....	128
L'avallo.....	129
La girata.....	129
Protesto cambiario.....	130
Azioni cambiarie.....	130
Ammortamento della cambiale.....	131
Sconto della cambiale.....	131
Funzione e caratteri degli assegni.....	133
L'assegno bancario.....	134
Diversa funzione economica tra assegno e cambiale.....	135
La girata.....	135
Clausole limitative.....	136
I termini di validità dell'assegno.....	136
L'assegno circolare.....	138
La banca ed i suoi servizi: premessa.....	139
La banca nella sua funzione di intermediazione creditizia.....	139
Operazioni di raccolta.....	139

Il conto corrente di corrispondenza.....	142
Come aprire un conto corrente in banca.....	142
Il conto corrente singolo.....	144
Il conto corrente a firme congiunte.....	144
Il conto corrente a firme disgiunte.....	144
Quanto può rendere il conto corrente.....	145
Quanto costa il conto corrente.....	146
Operazioni di impiego.....	147
Rapporti clientela-banca.....	148
Servizi bancari.....	149
La banca on line.....	149

Capitolo undicesimo

Legislazione tributaria	151
I soggetti del rapporto tributario.....	152
Le ritenute alla fonte.....	153
La ritenuta d’acconto sui redditi di lavoro dipendente.....	155
La ritenuta d’acconto sulle provvigioni.....	156
I soggetti della ritenuta d’acconto sulle provvigioni.....	157
Calcolo della ritenuta sulle provvigioni.....	158
La ritenuta a titolo di imposta sulle provvigioni.....	160
Momenti di effettuazione della ritenuta.....	160
IRPEF – Imposta sul reddito delle persone fisiche.....	163
I soggetti passivi.....	164
Le aliquote IRPEF.....	165
I redditi soggetti a tassazione separata.....	165
Calcolo dell’imposta nella tassazione separata.....	166
Determinazione della base imponibile.....	166
Gli oneri deducibili.....	167
Le detrazioni d’imposta.....	168

Le detrazioni oggettive.....	171
IRES - Imposta sul reddito delle società.....	172
Soggetti passivi.....	172
Territorialità dell'imposta.....	173
Presupposto del tributo.....	173
Periodo d'imposta.....	173
Aliquote.....	174
Presentazione della dichiarazione e pagamento.....	174
I.R.A.P. - Imposta regionale sulle attività produttive.....	174
Presupposto dell'imposta.....	175
Soggetti passivi.....	175
Aliquota.....	176
Determinazione della base imponibile.....	176
Determinazione della base imponibile per le imprese in contabilità semplificata.....	178
Riferimento territoriale della base imponibile.....	179
Agevolazione I.R.A.P.....	179
La dichiarazione dei redditi.....	183
La dichiarazione dei redditi delle persone fisiche.....	183
Contenuto della dichiarazione.....	184
Presentazione - Domicilio fiscale - Allegati.....	185
Dichiarazione congiunta.....	185
La dichiarazione dei redditi delle società di persone.....	186
La dichiarazione dei redditi delle società di capitali ed enti.....	186
Versamento unitario "Fisco - Inps - Regioni" Delega Unica.....	187
Compensazione e rateazione nella delega unica.....	188
Gli acconti d'imposta.....	188
Il modello 730.....	189
I.VA. - Presupposti.....	189
Aliquote dell'imposta.....	191

Gli obblighi del contribuente - La fatturazione delle operazioni...	192
Gli obblighi del contribuente - Termine per l'emissione delle fatture...	194
Gli obblighi del contribuente - L'autofattura.....	196
Gli obblighi del contribuente - Scontrino fiscale e ricevuta fiscale...	197
Fatturazione elettronica.....	197
Registrazione delle fatture.....	199
La contabilità - I registri - Contabilità ordinaria e semplificata...	200
La dichiarazione annuale - I versamenti periodici.....	200
Il documento di trasporto.....	202
Modalità di determinazione del reddito d'impresa - Tassazione in base alle scritture contabili.....	204
I soggetti passivi.....	206
Le imprese familiari.....	207
Differenze fra società commerciali e di persone ed impresa familiare...	208
I soggetti passivi di reddito di lavoro autonomo.....	209
I soggetti obbligati alla tenuta delle scritture contabili.....	210
Principali tipi di contabilità.....	211
Libri e scritture dei soggetti obbligati alla tenuta della contabilità ordinaria.....	211
Determinazione del reddito d'impresa per le imprese in contabilità ordinaria.....	212
Limitazione della deducibilità dei costi.....	215
Imputazione dei costi e dei ricavi.....	218
L'ammortamento.....	220
Ammortamento dei beni materiali.....	220
Misura dell'ammortamento dei beni materiali.....	220
Ammortamento dei beni immateriali.....	221
Ammortamento delle spese relative a più esercizi.....	222
Libri e scritture della contabilità semplificata per le imprese minori.....	223
Regime forfetario.....	224

Gli accertamenti fiscali.....	226
Il bilancio.....	231
Principi di redazione del bilancio.....	231
Contenuto del bilancio.....	232
Il budget.....	232
Il controllo di gestione - Le fasi della gestione.....	236
Le fasi del controllo.....	237

Capitolo dodicesimo

Il Marketing	241
Il cliente - consumatore.....	242
Tipologia degli acquisti.....	243
Le barriere.....	244
Il processo d'acquisto.....	245
Il processo di adozione di un prodotto.....	246
Scambio e transazioni.....	247
L'offerta commerciale.....	248
Il mercato.....	248
Le fasi del marketing.....	249
Analisi.....	249
Pianificazione.....	252
Marketing Mix.....	253
Ciclo di vita del prodotto.....	255
Realizzazione.....	266
Controllo.....	266
La vendita.....	268
Tecniche di vendita.....	269
L'archivio operativo.....	269
Il piano argomentativo.....	270
Il piano operativo.....	270

Le fasi del processo di vendita.....	271
Riformulazione/Esplicitazione delle esigenze del cliente.....	274
Analisi della clientela.....	282
La comunicazione nella vendita.....	284

Camera di commercio di Torino

Classificazione delle attività lavorative

Il concetto di lavoro autonomo e subordinato

Per lavoro subordinato s'intende la prestazione lavorativa fornita da una persona fisica, sia essa di carattere intellettuale che manuale, alle dipendenze e sotto la direzione dell'imprenditore.

Gli elementi caratteristici, quindi, del lavoro subordinato sono: continuità della prestazione, collaborazione, subordinazione gerarchica. I primi due si riscontrano anche in alcune forme di lavoro autonomo (agente), quindi l'elemento distintivo del lavoro autonomo è la subordinazione (vincolo orario, ordini del datore di lavoro).

Il lavoro dipendente non riguarda esclusivamente l'imprenditore, basti pensare alla collaboratrice domestica di un privato o alla segretaria di un medico.

Si ha invece lavoro autonomo quando una persona si impegna a compiere, dietro corrispettivo, un'opera o un servizio con lavoro e organizzazione propria senza vincolo di subordinazione nei confronti del committente.

L'elemento qualificante del rapporto di lavoro dipendente è la subordinazione al datore di lavoro che decide i modi di svolgimento della prestazione. Nel rapporto di lavoro autonomo, anche quando l'autonomia è ridotta al minimo, manca una vera e propria dipendenza rispetto al committente.

Il lavoratore autonomo organizza egli stesso la propria attività e da tale organizzazione dipendono l'ammontare degli utili e delle perdite, ed è, pertanto, soggetto al rischio d'impresa.

La figura dell'imprenditore

È imprenditore colui il quale esercita professionalmente un'attività economica organizzata al fine di produrre o scambiare beni o servizi.

I requisiti indispensabili per poter individuare nel lavoratore autonomo la figura dell'imprenditore sono:

- **la professionalità**
- **l'esercizio di una attività economica**
- **l'organizzazione**

Professionalità: intesa come abitudine nell'esercizio dell'impresa. La professionalità non va confusa con la continuità dell'attività; infatti è imprenditore anche chi esercita un'attività stagionale. Professionalità non va neanche confusa con l'esclusività o prevalenza dell'attività (è imprenditore anche l'impiegato che nelle ore libere, ove permesso, organizza un'attività di produzione o scambio di beni o servizi). Per aversi professionalità - e quindi l'impresa - non è indispensabile lo scopo di lucro: si ha infatti professionalità anche nell'impresa pubblica, o nell'impresa cooperativa - che pur persegue altri tipi di utilità per i soci.

Esercizio di attività economica: non è attività economica l'attività di solo godimento di un bene, in quanto non implica una produzione di ricchezza. È invece economica ogni attività volta ad utilizzare i mezzi della produzione (capitale e lavoro) per conseguire un prodotto (beni e servizi). I beni o servizi prodotti dall'imprenditore devono essere destinati a soddisfare i bisogni di altri. Non può, ad esempio considerarsi imprenditore l'agricoltore che coltiva il fondo per il proprio consumo o chi si costruisce una casa per abitarvi, o chi ripara il proprio impianto elettrico. Perché si possa parlare di attività imprenditoriale è necessario che i beni prodotti o i servizi che ne derivano siano destinati al mercato dei consumatori.

Organizzazione: è la struttura stabile (ossia i beni organizzati dall'imprenditore per esercitare la propria attività) che costituisce l'azienda.

Il legislatore esclude che possano essere considerati imprenditori quei

Classificazione delle attività lavorative

lavoratori autonomi che svolgono professioni intellettuali o artistiche (medici, avvocati, artisti, eccetera).

Se però tali attività vengono esercitate come organizzazioni nelle quali l'attività professionale costituisce solo un aspetto del servizio fornito, si ha un'impresa (clinica medica, scuola privata).

L'impresa può essere individuale o collettiva. È individuale quando viene svolta da una persona fisica e si ha quindi la "ditta individuale"; è collettiva quando viene svolta da una "società".

L'impresa individuale inoltre, assume tutti i rischi e perciò risponde sempre con l'intero suo patrimonio e quindi anche con i beni extra aziendali, per i debiti contratti per svolgere la sua attività.

Se l'impresa è collettiva la responsabilità verso i terzi può assumere connotati diversi, ed a seconda del tipo di società i soci rispondono o meno con i loro beni personali.

Accanto alla figura dell'imprenditore il legislatore prevede anche la figura del piccolo imprenditore.

L'art. 2083 del Codice Civile così definisce il piccolo imprenditore: "il coltivatore diretto del fondo, l'artigiano, il piccolo commerciante ed in genere chi esercita una attività professionale organizzata prevalentemente con il lavoro proprio e della propria famiglia".

L'imprenditore, quale lavoratore autonomo è soggetto al rischio d'impresa. Sull'imprenditore ossia, ricade il rischio del risultato economico dell'attività svolta. Se i ricavi superano i costi abbiamo dei profitti che l'imprenditore fa suoi, ma se i costi superano i ricavi è su di lui che gravano le perdite.

È logico, quindi, che i risultati positivi dell'attività dipendono dalla capacità di organizzazione: cosa produrre, dove, quando, con quali mezzi.

Naturalmente l'aspetto organizzativo si riduce proporzionalmente alle dimensioni dell'azienda.

Secondo l'attività esercitata l'impresa può essere:

- agricola
- commerciale

Impresa agricola: attività diretta alla coltivazione del fondo, silvicoltura, allevamento del bestiame e attività connesse.

Impresa commerciale:

- 1) attività industriale diretta alla produzione di beni o servizi;
- 2) attività intermediaria nella circolazione dei beni;
- 3) attività di trasporto aereo, terrestre e marittimo;
- 4) attività bancarie;
- 5) attività ausiliarie (agente di commercio, mediatore, spedizioniere, ecc.).

Pubblicità - Registro Imprese

Ogni impresa di regola agisce in concorrenza con le altre che esercitano attività analoghe.

Da ciò l'importanza di farsi "riconoscere" dal pubblico con segni che sul mercato consentono ad ogni imprenditore di distinguere la propria attività ed i propri prodotti da quelli degli altri. Tali segni devono essere usati in esclusiva perché se fossero usati da altri non sarebbero più segni di distinzione e perciò la legge li tutela.

I segni distintivi dell'impresa sono:

- la ditta
- il marchio
- l'insegna

La ditta: serve ad individuare l'imprenditore ed è il nome con il quale l'imprenditore esercita l'attività e sarà costituita dal nome e cognome dell'imprenditore se l'impresa è individuale (ditta individuale), dalla ragione sociale se l'impresa è collettiva (società).

Il diritto alla "ditta", e quindi non solo la sua pubblicità ma anche la sua

tutela, si acquisisce con l'iscrizione della stessa nel Registro Imprese che è istituito presso la Camera di Commercio.

Il diritto alla "ditta" si acquisisce anche mediante trasferimento dell'impresa che può avvenire sia per atto tra vivi che mortis causa (per eredità); in questo caso la ditta viene trasferita unitamente all'azienda cui si riferisce.

Il marchio: è costituito da una denominazione, da un'immagine grafica o da una combinazione di queste, con cui vengono contrassegnati i prodotti e/o i servizi di un'impresa. Anche il marchio può essere pubblicizzato, la tutela e l'utilizzo esclusivo invece hanno efficacia solo a seguito del deposito dello stesso presso la Camera di commercio.

L'insegna: contraddistingue i locali in cui l'impresa esercita (bar, cinema, ecc.) ed anche per questo segno c'è il diritto di esclusiva.

Al di là del puro aspetto pubblicitario, la legge prevede espressamente (art. 2188 del Codice Civile) che tutti gli imprenditori siano tenuti all'iscrizione della propria impresa in un apposito registro, tenuto e aggiornato da ciascuna Camera di commercio denominato Registro Imprese.

Detto registro è pubblico, al fine di consentire a chiunque ne abbia interesse di consultarlo, e contiene i dati (denominazione, sede, forma sociale, tipologia di attività svolta, ecc...) che consentono di identificare l'imprenditore e l'attività da egli svolta.

L'ufficio è retto da un Conservatore nominato dalla Giunta della Camera di commercio soggetto alla vigilanza di uno o più Giudici Delegati nominati dal Presidente del Tribunale competente per territorio.

Il Registro Imprese è composto da una "Sezione ordinaria" e più "Sezioni speciali".

Sono obbligati a richiedere l'iscrizione nella sezione **ordinaria** del Registro Imprese:

- Imprenditori individuali che esercitano un'attività commerciale, così come definita dall'art. 2195 c.c.

Capitolo I

- Società in nome collettivo
- Società in accomandita semplice
- Società di capitali
- Società cooperative
- Società consortili
- Consorzi con attività esterna
- Gruppi europei di interesse economico (G.E.I.E.)
- Aziende speciali e consorzi fra enti locali, previsti dal D.Lgs. n. 267/2000
- Società estere, esclusivamente nel caso di apertura di una sede secondaria o di svolgimento dell'attività principale in Italia. La società estera che invece apre una semplice unità locale in Italia presenta denuncia al Repertorio Economico Amministrativo
- Associazioni ed altri enti od organismi che esercitano in via esclusiva o principale attività economica in forma di impresa
- Enti pubblici economici (aventi per oggetto esclusivo o principale un'attività commerciale)
- Società europee
- Cooperative europee
- La rete dotata di soggettività giuridica

Sono obbligati a richiedere l'iscrizione in apposite sezioni speciali del Registro Imprese:

a) ai sensi dell'art. 2 D.P.R. n. 558/1999

- I piccoli imprenditori di cui all'art. 2083 c.c.
- Gli imprenditori agricoli di cui all'art. 2135 c.c. gli imprenditori agricoli (persone fisiche e società) con la qualifica di imprenditore agricolo o coltivatore diretto;
- Le società semplici di cui all'art. 2251 c.c.
- Le imprese artigiane disciplinate dalla L. n. 443/1985

b) ai sensi del D.Lgs. n. 96/2001, le società tra avvocati e le società tra professionisti

Classificazione delle attività lavorative

c) ai sensi dell'art. 2497 bis c.c., le società o gli enti che esercitano attività di direzione e coordinamento ed anche quelli che vi sono soggetti

d) ai sensi del D.Lgs. n. 115/2006, le imprese sociali e le società di mutuo soccorso

e) start-up innovative, incubatori certificati e PMI innovative

f) gli atti delle società costituite secondo uno dei tipi regolati nei campi V, VI e VII del Titolo V, per i quali è obbligatoria l'iscrizione o il deposito nel Registro delle imprese, pubblicati in altra lingua ufficiale delle Comunità europee, con traduzione giurata di un esperto

Il **REA (Repertorio Economico Amministrativo)**, previsto dalla Legge n. 580/1993 e dal D.P.R. n. 581/1995, è una anagrafe che contiene notizie di carattere economico, statistico, amministrativo dei soggetti per i quali non sussistono i presupposti per l'iscrizione nel Registro Imprese.

Pertanto, sono obbligati a richiedere l'iscrizione nel Registro Imprese le persone fisiche che esercitano un'attività economica con le seguenti caratteristiche:

1. Imprenditore commerciale individuale (non piccolo) esercente un'attività compresa fra quelle indicate dall'art. 2195 c.c. ovvero:

- un'attività industriale diretta alla produzione di beni e servizi
- un'attività intermedia nella circolazione dei beni
- un'attività di trasporto per terra, per acqua o per aria
- un'attività bancaria o assicurativa
- altre attività ausiliarie delle precedenti

2. Piccolo imprenditore commerciale di cui all'art. 2083 c.c. Il piccolo imprenditore commerciale è colui che svolge un'attività professionale organizzata prevalentemente con il lavoro proprio o dei componenti della famiglia.

3. Coltivatore diretto di cui all'art. 2083 c.c. E' coltivatore diretto colui che svolge un'attività agricola con le caratteristiche del piccolo imprenditore descritto nel punto 2)

4. Imprenditore agricolo (non coltivatore diretto) di cui all'art. 2135 c.c. E' imprenditore agricolo colui che esercita un'attività agricola (coltivazione del fondo, silvicoltura, allevamento di animali e attività connesse) senza possedere una o più delle caratteristiche del coltivatore diretto.

Dal 1 aprile 2010 è divenuta obbligatoria la Comunicazione Unica (ComUnica) per la nascita dell'impresa da presentare all'Ufficio del Registro imprese, sia per le ditte individuali che per le imprese costituite in forma societaria.

Tale procedura consente alle imprese la presentazione in formato digitale, per via telematica, delle domande di iscrizione, variazione e cessazione contemporaneamente al Registro Imprese, Inps, Inail e Agenzia delle entrate (art 9 del D.L. n. 07/2007 conv. la Legge n. 40/2007).

Pertanto, non possono più essere accettate pratiche cartacee di iscrizione, modifica e cancellazione dal Registro imprese.

Le società e l'impresa familiare

Premessa

L'imprenditore può esercitare da solo l'attività d'impresa, costituendo una ditta individuale, oppure insieme ad altri imprenditori, costituendo una società.

Nel primo caso tutti i rischi dell'impresa sono a suo esclusivo carico, ma gli spetteranno anche gli utili, nel secondo, i rischi e gli utili vengono ripartiti tra tutti i soggetti partecipanti, cioè i soci, in proporzione alla loro quota di partecipazione.

Nozione di società

L'art. 2247 del Codice Civile sancisce che "con il contratto di società due o più persone conferiscono beni o servizi per l'esercizio in comune di una attività economica allo scopo di dividerne gli utili".

a) Contratto plurilaterale: di regola la società si costituisce con un contratto a cui possono partecipare due o più persone, salva l'eccezione della società a responsabilità limitata e delle società per azioni unipersonali di cui si dirà nel prosieguo, e nuovi soci possono aggiungersi a quelli originari senza che sia necessaria la stipulazione di un nuovo contratto.

b) I conferimenti: sono le prestazioni alle quali i soci si obbligano, e possono consistere in beni (denaro, macchinari, locali ecc. che il socio si impegna a dare), o servizi (ad esempio: l'attività lavorativa che il socio si impegna a svolgere in favore della società).

Il conferimento di beni produce nel contratto di società un effetto peculiare: i beni formano un complesso comune, vincolato ad una destinazione specifica che è l'esercizio in comune tra i soci

dell'attività economica. Ciò significa che il socio, una volta conferito il bene, non potrà più utilizzarlo individualmente perché esso è diventato parte del patrimonio della società. Potrà solo utilizzarlo collettivamente secondo le regole della società e riaverlo al termine della stessa se la chiusura sarà attiva, mentre non avrà diritto alla restituzione del bene in caso di recesso o esclusione.

c) Esercizio in comune dell'attività di impresa: rispetto alla nozione di imprenditore, quella di società presenta un elemento in più, il quale è dato dal fatto che l'attività economica è esercitata, in comune tra loro, da due o più persone.

d) Scopo di lucro: perché possa parlarsi di società l'esercizio in comune di un'attività di impresa non è sufficiente, occorre anche che questa attività sia volta alla realizzazione di utili, cioè sia esercitata a scopo di lucro o profitto da dividersi tra i soci.

Classificazione delle società

Nel nostro ordinamento giuridico le società sono tipiche in quanto il Codice Civile prevede diverse tipologie di società e ne detta le regole, obbligando coloro che intendono costituire una società a scegliere necessariamente uno dei modelli prospettati.

Tra le numerose classificazioni cui possono essere sottoposte le società due sono di particolare interesse: la distinzione tra società commerciali e non commerciali, e quella tra società di persone e società di capitali.

Le società che hanno per oggetto un'attività non commerciale (ad esempio: agricola o di detenzione immobili) possono essere costituite anche in forme più semplici (quali, ad esempio: la società di fatto e la società semplice); al contrario, le società che hanno per oggetto un'attività commerciale devono obbligatoriamente costituirsi secondo uno dei seguenti tipi: società in nome collettivo, società in accomandita semplice, società per azioni, società in accomandita per azioni o società a responsabilità limitata.

Sono società di persone: la società in nome collettivo (s.n.c.) e la società in accomandita semplice (s.a.s.).

Sono società di capitali: la società per azioni (S.p.A.), la società in accomandita per azioni (S.a.p.A.) e la società a responsabilità limitata (s.r.l.).

Le società di persone

Le società di persone sono caratterizzate ed accomunate da tre aspetti fondamentali:

- responsabilità illimitata e solidale dei soci per le obbligazioni sociali;
- potere di amministrazione collegato alla qualità di socio;
- intrasferibilità della qualità di socio senza il consenso degli altri soci.

Hanno responsabilità illimitata e solidale tutti i soci di società in nome collettivo, i soli soci accomandatari delle società in accomandita semplice.

Assumere responsabilità illimitata per le obbligazioni sociali significa, per il socio, rispondere del loro adempimento con tutti i suoi beni presenti e futuri, assumendo quindi un rischio d'impresa illimitato: il socio non rischia cioè solo il denaro o i beni che ha conferito in società, ma il suo intero patrimonio.

La responsabilità dei predetti soci è, inoltre, solidale: il creditore della società può scegliere a propria discrezione il socio al quale rivolgersi, ed esigere da lui l'adempimento per la totalità dell'obbligazione (ad esempio: se la società sottoscrive un contratto per una fornitura di beni del valore di 3.000 euro, il creditore della società può chiedere per intero il pagamento dei 3.000 euro ad uno solo dei soci ed indipendentemente dalla quota di sua spettanza, sarà poi onere del socio che ha pagato l'intero debito chiedere il pagamento parziale agli altri soci, ovviamente con il rischio di non recuperare in tutto o in parte il denaro anticipato).

Ciascun socio illimitatamente responsabile è - proprio in ragione della sua responsabilità illimitata - anche amministratore della società. Ciò significa che ciascun socio ha il potere di concorrere alla direzione

dell'impresa, insieme agli altri soci che condividono con lui la responsabilità illimitata.

Tutto questo fa sì che i soci risaltino essenzialmente per le loro qualità o condizioni personali, date dall'entità del loro patrimonio e dalle loro capacità imprenditoriali. Da qui l'ulteriore caratteristica che è quella della intrasferibilità della qualità di socio senza il consenso degli altri soci. Così nel caso di morte di un socio o di vendita di quota, la sostituzione della persona del socio non può avvenire senza il consenso degli altri.

La società semplice

La società semplice è quella che non presenta elementi di identificazione ulteriori rispetto a quelli previsti dalla definizione generale di società e rappresenta il prototipo di tutte le società di persone, poiché, in generale, le regole dettate per la società semplice si applicano anche alla società in nome collettivo ed alla società in accomandita semplice, oltre alle regole specifiche per esse espressamente previste. La società semplice, ai sensi degli artt.2247-2249 Codice Civile, non può avere per oggetto l'esercizio di un'attività commerciale. Si ricorre alle società semplici per svolgere attività agricola o detenere immobili. Nel caso in cui la società semplice svolga attività agricola dovrà dotarsi di Partita Iva, mentre se detiene solo immobili è sufficiente solo il codice fiscale.

La società in nome collettivo

La società in nome collettivo è una società commerciale di tipo generico. I soci sono tutti illimitatamente (il patrimonio personale del socio può essere utilizzato a soddisfazione dei creditori) e solidalmente (ogni creditore può chiedere il pagamento dell'intero credito a ciascun socio) responsabili per le obbligazioni sociali, senza possibilità di patti di limitazione o esclusione della responsabilità, possibili, invece, nella società semplice.

La società in nome collettivo è soggetta ad una particolare forma di pubblicità legale che deriva dall'iscrizione nel registro delle imprese, si parlerà in questo caso di società in nome collettivo regolare. L'atto costitutivo della società in nome collettivo deve contenere:

- le generalità dei soci;
- la ragione sociale (cioè il nome della società dato dal nome di uno o più soci con l'indicazione del tipo di società, ad esempio Rossi s.n.c. di Mario Rossi & C.);
- la sede della società;
- l'oggetto sociale, cioè la specie di attività economica che i soci intendono esercitare in comune;
- i conferimenti effettuati dai soci e loro valore;
- le regole per la divisione degli utili e la quota di ciascun socio negli utili e nelle perdite;
- la durata della società

Ciascun socio, in ragione della sua responsabilità illimitata, è anche amministratore; in questo caso il potere di amministrazione è disgiuntivo, cioè ciascun socio ha il potere di impegnare da solo e validamente la società (ad esempio può sottoscrivere un contratto in nome della società impegnandola validamente, obbligando cioè oltre a sé stesso anche gli altri soci).

I soci possono però pattuire una amministrazione congiunta, la quale richiede per il compimento delle operazioni sociali il consenso di tutti i soci, oppure un'amministrazione riservata ad uno o più soci, purché il patto in oggetto sia inserito nell'atto costitutivo della società. In queste ipotesi i soci non amministratori hanno il diritto di essere informati in merito allo svolgimento dell'attività della società e di ricevere regolare rendiconto alla fine di ogni anno.

Approvato il bilancio ciascun socio ha diritto di percepire la sua parte di utili; generalmente (cioè salvo il caso in cui i soci abbiano espressamente effettuato pattuizioni diverse nell'atto costitutivo), la

quota dei guadagni, come delle perdite, è proporzionale ai conferimenti effettuati (ad esempio: se il valore del conferimento effettuato da un socio corrisponde ad un terzo di tutti i conferimenti, il socio in questione parteciperà ad un terzo degli utili e concorrerà per un terzo nelle perdite).

Una posizione particolare rivestono i soci d'opera, cioè coloro che si sono impegnati a prestare, in favore della società, esclusivamente una prestazione lavorativa; in questo caso, gli utili spettanti al socio d'opera sono abitualmente determinati dal contratto di società.

La società in nome collettivo è dotata di autonomia patrimoniale: delle obbligazioni sociali risponde anzitutto la società: i creditori possono cioè aggredire il patrimonio sociale, formato dai conferimenti iniziali dei soci e dai successivi incrementi, per ottenere il pagamento. Qualora non riescano a recuperare il loro credito, perché il patrimonio sociale non esiste, è già stato aggredito da altri creditori, non è sufficiente ecc., possono rivolgersi ai soci che sono illimitatamente responsabili e quindi rispondono, senza limiti di somme, anche con i propri beni personali, presenti e futuri.

Il patrimonio della società può essere aggredito anche da chi è creditore non della società ma del socio per suoi debiti personali?

Il creditore particolare del socio, finché dura la società, non può chiedere la liquidazione della quota del socio debitore per soddisfare il suo credito; può però far valere i suoi diritti sugli utili della società che spettano al socio suo debitore.

Recesso del socio: il socio può recedere di sua iniziativa, se la società è stata contratta a tempo indeterminato o per tutta la vita di uno dei soci, se invece è stata contratta a tempo determinato, il recesso può avvenire solo per giusta causa.

Esclusione del socio: può avvenire solo nei seguenti casi:

- gravi inadempienze alle obbligazioni che derivano dalla legge o dal contratto di società;
- interdizione, inabilitazione del socio (in ragione di infermità totale o

parziale di mente riconosciuta) o la sua condanna a pena che comporti l'interdizione dai pubblici uffici;

- sopravvenuta inidoneità del socio a svolgere l'opera conferita o perimento della cosa conferita.

L'esclusione è decisa dalla maggioranza dei soci (ovviamente non vota l'escludendo).

In tutti i casi di recesso, esclusione o morte del socio, lui, o i suoi eredi, hanno diritto alla liquidazione, cioè a ricevere una somma di denaro che rappresenti la sua quota, determinata in base alla situazione patrimoniale al momento di scioglimento del rapporto (pertanto se il socio ha conferito in società 10.000,00 euro - che rappresentano il 10% del patrimonio sociale al momento della costituzione della società - avrà diritto, ad esempio in caso di recesso al 10% del valore della società risultante dall'ultimo bilancio: somma che, a seconda della situazione della società, potrebbe essere molto diversa (sia superiore che inferiore) a quella conferita.

Cause di scioglimento della società sono:

- decorso del termine previsto come scadenza della società, se questo non è stato prorogato;
- conseguimento dell'oggetto sociale o sopravvenuta impossibilità a conseguirlo (ad esempio insanabile discordia dei soci o realizzazione dell'unica opera per la quale la società era stata costituita);
- volontà di tutti i soci;
- sopravvenuta mancanza della pluralità dei soci, se nel termine di sei mesi questa non è ricostituita;
- altre cause previste dal contratto di società.

Il verificarsi di una causa di scioglimento della società ha l'effetto di porla in liquidazione, procedura volta a definire i rapporti sociali pendenti al momento dello scioglimento (tra cui il rimborso dei conferimenti e la ripartizione dell'eventuale residuo attivo). Terminato questo procedimento e pagati tutti i creditori della società, questa potrà estinguersi.

La società in accomandita semplice

La società in accomandita semplice si distingue dalla società in nome collettivo per la presenza, accanto ad uno o più soci accomandatari, aventi gli stessi diritti e gli stessi obblighi dei soci di società in nome collettivo (specie in riferimento alla responsabilità), di uno o più soci accomandanti che si differenziano dai primi per le seguenti tre caratteristiche:

- non partecipano all'amministrazione della società;
- godono del beneficio della responsabilità limitata;
- sono necessariamente, per quanto attiene al conferimento, soci di capitali. La coesistenza di soci accomandanti ed accomandatari deve permanere per tutto il corso della società. La ragione sociale (ovvero il "nome") della società deve contenere, nel suo interno, il nome di almeno un socio accomandatario, con l'indicazione di "società in accomandita semplice".

L'amministrazione può essere conferita solo a soci accomandatari, se l'accomandante compie atti di amministrazione contravvenendo a tale divieto perde il beneficio della responsabilità limitata.

Le società di capitali

Nelle società di capitali le qualità personali dei soci perdono, almeno in linea di principio, ogni importanza, ed i soci vengono in considerazione solo in ragione della quota di capitale sottoscritta.

Le società di capitali sono caratterizzate ed accomunate da tre caratteristiche, antitetiche rispetto a quelle previste per le società di persone:

- responsabilità limitata dei soci: essi rischiano nell'impresa solo il denaro o i beni che hanno conferito in società; di questo beneficio godono tutti i soci di società per azioni e società a responsabilità limitata ed i soli soci accomandanti delle società in accomandita per azioni;
- potere di amministrazione dissociato da quello di socio: il socio, cioè,

non è necessariamente anche amministratore della società; può solo votare gli amministratori, i quali possono essere sia soci che persone esterne;

- la qualità di socio è liberamente trasferibile, anche senza il consenso degli altri soci, in quanto a rilevare è il capitale e non le caratteristiche personali del socio.

Dunque, assumere responsabilità limitata significa rischiare di perdere solo la somma o i beni conferiti in società, mentre rimane salvo ed inattaccabile il restante patrimonio personale del socio; i creditori sociali dovranno rivolgersi alla società non potendo intaccare il patrimonio personale dei singoli soci.

Al fine di compensare la responsabilità limitata dei soci - e garantire quindi i terzi creditori - il legislatore ha previsto per le società di capitali un capitale sociale minimo, variabile a seconda che si tratti di società a responsabilità limitata o società per azioni, come esamineremo nei paragrafi che seguono.

La società per azioni

La società per azioni è il prototipo della società di capitali ed è caratterizzata dalla limitazione della responsabilità dei soci alla somma o al bene conferito e dal fatto che le quote di partecipazione dei soci sono rappresentate da azioni.

Assumere responsabilità limitata significa rischiare di perdere solo la somma o i beni conferiti in società mentre rimane salvo ed inattaccabile il restante patrimonio personale del socio: i creditori sociali dovranno rivolgersi alla società non potendo aggredire il patrimonio personale dei soci.

Le azioni esprimono la misura della partecipazione di ciascun socio alla società. L'azione è un titolo di credito, causale, di partecipazione, poiché rappresenta ed la quota di partecipazione del socio ed i diritti inerenti a tale quota.

Costituzione della S.p.A.

Per la sua costituzione la legge richiede un capitale minimo di 50.000 euro, la stipulazione dell'atto costitutivo e l'iscrizione della società nel registro delle imprese nella cui circoscrizione è stabilita la sede sociale della società.

Per la costituzione l'art. 2329 del c.c. richiede tre condizioni:

- l'intera sottoscrizione del capitale sociale;
- il versamento di almeno il 25% dei conferimenti in denaro dei soci o, nel caso di costituzione con atto unilaterale, del loro intero ammontare;
- l'esistenza delle autorizzazioni governative.

L'atto costitutivo della S.p.a. è formato generalmente da due documenti:

- l'atto costitutivo: nel quale si manifesta la volontà delle parti di dare vita alla società;
- lo statuto: nel quale sono indicate le norme per il funzionamento della società.

In caso di contrasto tra le norme dell'atto costitutivo e quelle dello statuto prevalgono le seconde.

L'atto costitutivo può essere stipulato secondo due diverse modalità:

- stipulazione simultanea o istantanea: mediante comparizione delle parti innanzi al notaio e redazione dell'atto pubblico. Questo tipo di stipulazione rappresenta la forma più generalmente adottata;
- stipulazione per pubblica sottoscrizione: al termine di una complessa fase di raccolta delle sottoscrizioni. Tale forma è molto rara a causa della sua complessità.

La S.p.a. deve costituirsi per atto pubblico pena la nullità della società (art. 2332 c.c.).

Nell'atto costitutivo bisogna obbligatoriamente indicare:

- il cognome ed il nome o la denominazione, la data e il luogo di nascita o di costituzione, il domicilio o la sede e la cittadinanza dei soci e degli

eventuali promotori, nonché il numero delle azioni assegnate a ciascuno di essi;

- la denominazione sociale: può essere formata in qualsiasi modo, l'importante è che contenga l'indicazione del tipo sociale (S.p.a.)
- l'indicazione del comune in cui è stata fissata la sede sociale e le eventuali sedi secondarie;
- l'oggetto sociale: che indica l'attività svolta dalla S.p.a.;
- l'ammontare del capitale sottoscritto e versato;
- il numero e l'eventuale valore nominale delle azioni, le loro caratteristiche e le modalità di emissione e di circolazione;
- il valore attribuito ai crediti ed ai beni conferiti in natura: attraverso una relazione giurata di un esperto designato dal Tribunale;
- i criteri per la ripartizione degli utili;
- il sistema di amministrazione adottato, il numero degli amministratori e i loro poteri, con l'indicazione di coloro che hanno la rappresentanza della società;
- il numero dei componenti il collegio sindacale;
- la durata della società ovvero, se la società è costituita a tempo indeterminato, il periodo di tempo, comunque non superiore ad un anno, decorso il quale il socio potrà recedere.

Una volta redatto l'atto costitutivo, la legge pone a carico del notaio ricevente (e, in via sussidiaria, a carico degli amministratori) l'obbligo di depositarlo, entro 20 giorni, presso l'ufficio del registro delle imprese nella cui circoscrizione è stabilita la sede sociale, allegando i documenti comprovanti l'avvenuto versamento della percentuale dei conferimenti in denaro, la relazione giurata di stima del valore dei beni conferiti in natura o dei crediti, nonché le autorizzazioni eventualmente richieste dalle leggi speciali per la costituzione della società.

Se il notaio o gli amministratori non provvedono al deposito dell'atto costitutivo, può provvedervi a spese della società ciascun socio

Organi della S.p.A.

La società per azioni svolge la propria attività attraverso degli organi ciascuno dei quali dotato di una propria competenza.

La funzione decisionale è di regola svolta dall'assemblea.

La funzione di gestione viene svolta da organi amministrativi.

La funzione di verifica e di riscontro viene svolta dagli organi di controllo.

Dal 1° gennaio 2004, con l'entrata in vigore della riforma del diritto societario, l'organizzazione delle società di capitali può essere realizzata secondo tre diversi modelli in cui sono comunque individuabili un organo decisionale, un organo amministrativo ed uno di controllo.

Le S.p.A. hanno quindi la possibilità di scegliere fra tre diverse forme di amministrazione:

- il modello classico, dove è previsto un organo amministrativo (consiglio di amministrazione o amministratore unico) controllato da un collegio sindacale e da un revisore esterno (persona fisica o società di revisione);
- il sistema dualistico, dove è previsto un consiglio di gestione controllato da un consiglio di sorveglianza;
- il sistema monistico, dove è previsto un consiglio di amministrazione che al suo interno provvede a nominare un comitato di controllo.

Se lo statuto della società non dispone nulla in merito al modello di amministrazione, la regola è costituita dal sistema amministrativo classico.

È in ogni caso consentita la variazione da un sistema all'altro, ma l'efficacia di questa è differita all'approvazione del bilancio relativo all'esercizio successivo.

Modello classico

Nel modello tradizionale la gestione di impresa spetta esclusivamente agli amministratori, i quali compiono le operazioni necessarie per la realizzazione dell'oggetto sociale.

L'organo amministrativo può quindi essere costituito da un

amministratore unico oppure da più amministratori che costituiscono il consiglio di amministrazione.

Possono essere nominati come amministratori sia i soci sia persone estranee alla società e la durata della loro carica è triennale e possono essere rieletti.

Vengono nominati dall'assemblea dei soci, ad eccezione dei primi che vengono nominati nell'atto costitutivo.

Gli amministratori che accettano la nomina sono tenuti, entro 30, giorni a chiederne l'iscrizione nel registro delle imprese.

La funzione di controllo interno nella S.p.a. è affidata al collegio sindacale, un organo collegiale composto da tre o cinque membri effettivi e da due supplenti.

Restano in carica per tre esercizi e la loro nomina e la loro cessazione devono essere iscritte nel registro delle imprese. I primi componenti sono nominati nell'atto costitutivo, quelli successivi dall'assemblea ordinaria.

Il collegio sindacale vigila che vengano osservate le leggi e le disposizioni previste dallo statuto societario e che siano rispettati i principi di correttezza amministrativa. Deve riunirsi almeno una volta ogni 90 giorni e delle relative riunioni deve essere redatto un processo verbale.

Modello dualistico

Nel sistema dualistico la funzione amministrativa è svolta dal consiglio di gestione, il quale è affiancato, nelle funzioni deliberative e di controllo, da un consiglio di sorveglianza.

Al consiglio di gestione spetta in via esclusiva la gestione dell'impresa, con il compimento delle operazioni necessarie all'attuazione dell'oggetto sociale.

Il consiglio di gestione è costituito da un numero di membri, anche non soci, non inferiore a due e la nomina dei componenti il consiglio di gestione spetta al consiglio di sorveglianza, ad eccezione dei primi che vengono nominati nell'atto costitutivo. Restano in carica per non più di tre esercizi

e sono rieleggibili.

Il consiglio di sorveglianza svolge la funzione di controllo e pertanto coincide con il collegio sindacale del modello tradizionale. È formato da un numero di componenti, anche non soci, non inferiore a tre, di cui almeno uno deve essere iscritto nel registro dei revisori contabili. I primi componenti sono nominati nell'atto costitutivo e gli altri nell'assemblea. Rimangono in carica per tre esercizi e sono rieleggibili. La funzione preminente del consiglio di sorveglianza è quella di controllo e vigilanza tipica del collegio sindacale ma svolge anche altre funzioni importanti come quella di nominare e revocare i componenti del consiglio di gestione, determinandone anche il compenso e di approvare il bilancio d'esercizio.

Per le società che scelgono il modello dualistico, la funzione di controllo contabile è affidata esclusivamente ad un revisore persona fisica o ad una società di revisioni esterni, con esclusione che tale funzione venga affidata al consiglio di sorveglianza stesso.

Modello monistico

Nel modello monistico si ha la presenza di un consiglio di amministrazione a cui spetta la gestione dell'impresa e di un comitato per il controllo sulla gestione che, costituito all'interno del primo, ha appunto il compito di controllare la gestione dell'impresa.

Il consiglio di amministrazione deve avere carattere collegiale, pertanto non è prevista la figura dell'amministratore unico. Inoltre almeno un terzo dei componenti del consiglio deve essere in possesso dei requisiti di indipendenza stabiliti per i sindaci quali cause di ineleggibilità.

Il comitato per il controllo sulla gestione, che è nominato dal consiglio di amministrazione, è composto da membri che non svolgono funzioni gestionali e che, oltre ad essere in possesso dei requisiti di indipendenza stabiliti per i sindaci e quelli di onorabilità e professionalità dettati dallo statuto, devono avere almeno un componente scelto nel registro dei

revisori contabili. Il comitato svolge funzioni di vigilanza inerenti l'adeguatezza della struttura organizzativa societaria e tutti i compiti affidatigli dal consiglio di amministrazione con particolare riguardo ai rapporti con gli organi di controllo contabile.

Anche nel modello monistico il controllo contabile è affidato necessariamente ad un revisore o ad una società di revisione esterna.

La S.p.A. con unico azionista

Con l'entrata in vigore delle disposizioni in materia societaria (D. Lgs. n.6/2003) è stata prevista la possibilità che la società per azioni può essere costituita per contratto o per atto unilaterale. È stata quindi introdotta la possibilità di dare vita ad una S.p.a. unipersonale già in sede di costituzione della società. Nel caso di S.p.a. con unico azionista:

- è necessario che alla sottoscrizione dell'atto costitutivo deve essere versato presso una banca l'intero ammontare dei conferimenti in denaro;
- il socio fondatore è illimitatamente responsabile verso i terzi per le operazioni compiute in nome della società prima dell'iscrizione presso il registro delle imprese;
- in caso di aumento di capitale di S.p.a. con unico socio dovrà essere effettuato immediatamente il versamento dell'intero importo.

Delle obbligazioni sociali risponde soltanto la società con il suo patrimonio.

La società in accomandita per azioni

La società in accomandita per azioni è una società di capitali in cui sono presenti due categorie di soci:

- gli accomandanti, i quali assumono il ruolo di finanziatori e rispondono per le obbligazioni della società solo nei limiti della quota di capitale sottoscritta;
- gli accomandatari, i quali hanno il diritto di amministrare la società,

hanno una responsabilità personale, solidale ed illimitata per le obbligazioni sociali.

Anche nella S.a.p.a. le quote di partecipazione sono rappresentate da azioni e la società deve iscriversi nel registro delle imprese per acquistare la personalità giuridica.

La società a responsabilità limitata

La società a responsabilità limitata (S.r.l.) è una persona giuridica che esercita una attività col patrimonio conferito dai soci e con gli utili eventualmente accumulati ed in cui le quote di partecipazione dei soci non possono essere rappresentate da azioni.

La quota è la misura della partecipazione del socio alla società. A differenza delle azioni, le quote delle S.r.l. non possono essere rappresentate da documenti destinati a circolare nei modi e con le forme dei titoli di credito. Le quote sono normalmente divisibili nei casi di successione a causa di morte o alienazione a differenza delle azioni che sono indivisibili e sono inoltre liberamente trasferibili per atto tra vivi, salva la possibilità per l'atto costitutivo di limitare in varia misura ed anche escludere del tutto la possibilità di trasferimento delle quote.

Non ci sono limiti alla conferibilità dei beni, ci possono essere conferimenti atipici eventualmente assistiti da polizza assicurativa o fideiussione bancaria. L'impostazione contrattualistica del rapporto sociale consente allo statuto di derogare al principio di proporzionalità tra diritti sociale e conferimento.

L'atto costitutivo delle S.r.l. deve essere formato per atto pubblico e deve indicare:

- le generalità ed il domicilio di ciascun socio;
- la denominazione sociale, in cui possono comparire anche i nomi dei soci, ma che deve contenere obbligatoriamente l'indicazione di società a responsabilità limitata;

Le società e l'impresa familiare

- il comune in cui è stata stabilita la sede della società e le eventuali sede secondarie;
- l'attività che costituisce l'oggetto sociale;
- l'ammontare del capitale sociale che non deve essere inferiore 10.000,00 euro, sottoscritto e versato;
- i conferimenti di ciascun socio ed il valore attribuito ai crediti ed ai beni conferiti in natura;
- la quota di partecipazione di ciascun socio;
- le norme relative il funzionamento della società, circa l'amministrazione e la rappresentanza;
- le persone a cui è affidata l'amministrazione e gli eventuali soggetti incaricati del controllo contabile.

La S.r.l. acquista la personalità giuridica con l'iscrizione nel registro delle imprese. In assemblea il voto di ogni socio vale in misura proporzionale alla sua partecipazione.

Gli organi della società sono:

- assemblea dei soci;
- consiglio d'amministrazione o amministratore unico
- collegio sindacale (obbligatorio solo se il capitale sociale è superiore a 50.000,00 euro)

A seguito della riforma del diritto societario del 2003 è scomparsa la previsione dei due tipi di assemblea dei soci (quella ordinaria e quella straordinaria) e le differenti competenze per materia sono state distribuite tra i soci e l'assemblea dei soci, con l'indicazione di diverse maggioranze per l'approvazione delle relative deliberazioni.

Il modello decisionale principale è quello dell'assemblea collegiale, operante in assenza di diversa previsione dell'atto costitutivo e riservato, in ogni caso alle decisioni maggiormente rilevanti.

L'altro modello decisionale previsto dalla legge consiste in un procedimento di formazione della volontà sociale non improntato alle

regole della collegialità e quindi più snello ed informale. Si tratta di un procedimento a formazione progressiva che si realizza, per effetto della scelta operata dai soci mediante la consultazione scritta od il consenso espresso per iscritto e che non richiede la preventiva convocazione né la presenza dei soci presso la sede sociale.

Gli amministratori della società possono essere scelti anche tra i non soci se questa possibilità è contemplata dall'atto costitutivo.

Nel caso in cui l'amministrazione è affidata a più persone viene creato il consiglio di amministrazione.

In questo caso si può scegliere, con opzione da formulare nell'atto costitutivo, il sistema dell'amministrazione disgiuntiva, che attribuisce il potere di gestione a ciascun amministratore con potere di veto degli altri o quello di amministrazione congiuntiva che può prevedere addirittura la necessità del consenso unanime di tutti gli amministratori.

La società a responsabilità con socio unico (c.d. società unipersonale)

Un tipo particolare di società costituisce l'eccezione rispetto alle altre forme: si tratta della società a responsabilità con socio unico (altrimenti detta "società unipersonale").

La tipologia di società in questione è stata prevista, in Italia, dal Decreto Legislativo 3 marzo 1993, n. 88 (in suppl. ordinario alla G.U. 3 aprile 1993, n. 78) che ha dato compimento alle disposizioni della Direttiva 89/667 CEE in materia di diritto societario in relazione alla società a responsabilità limitata con un unico socio.

Essa può essere formata da un solo socio, che può costituirla con atto unilaterale; in tal caso, il socio fondatore è responsabile in solido con coloro i quali hanno agito, per le operazioni compiute in nome della società, prima che essa sia stata iscritta nel Registro Imprese.

La differenza più evidente tra detto tipo di società e l'impresa individuale

consiste nella responsabilità limitata dell'unico socio della medesima società - caratteristica del resto comune alle altre società di capitali -.

Fanno eccezione i seguenti casi, in cui l'unico socio conserva la responsabilità illimitata:

- quando l'unico socio sia una persona giuridica, oppure egli sia socio unico di un'altra società di capitali
- quando non sia avvenuto, in misura integrale, il conferimento in danaro da parte dell'unico socio
- fino a quando non sia stata effettuata la pubblicità al Registro Imprese presso la Camera di commercio, che consiste in una dichiarazione, resa dagli amministratori della società, nella quale sono indicate le generalità, il domicilio e la cittadinanza dell'unico socio

Al fine di tutelare i terzi ed evitare malintesi, è previsto che negli atti e nella corrispondenza della società unipersonale questa debba indicare che essa ha un unico socio: pertanto, alla ragione sociale della società, seguirà la dizione "unipersonale" (o "con unico socio").

E' consentito dalla legge di affidare l'amministrazione della società a un soggetto esterno non socio, anche in forma collegiale.

La società a responsabilità limitata semplificata

La disciplina della S.r.l. semplificata è contenuta nel codice civile (art. 2463 bis) e nel decreto che ha inserito tale articolo nel codice (art. 3 DL 1/2012 conv. In L. 27/2012) ed è stata recentemente modificata dal c.d. "Decreto Lavoro" (DL 76/2013) che ha introdotto alcune novità in vigore dal 28.06.2013.

La S.r.l. semplificata può essere costituita da due o più persone con contratto di società oppure da una sola persona con un atto unilaterale alle seguenti condizioni:

1. Il socio fondatore o i soci fondatori devono essere persone fisiche indipendentemente dall'età;

2. il capitale sociale deve essere compreso tra 1 euro e 9.999 euro oltre che sottoscritto e versato interamente dai soci o dal socio al momento della costituzione;

3. il conferimento deve essere in denaro e versato integralmente all'organo amministrativo al momento della costituzione.

L'atto costitutivo avviene sotto forma di atto pubblico davanti al notaio secondo un modello standard conforme al modello ministeriale. In conseguenza di ciò l'atto è esente da diritti di bollo e di segreteria e non sono dovuti onorari notarili. Sono invece dovuti l'imposta di registro (168,00 euro) e i diritti camerali di prima iscrizione (200,00 euro).

L'impresa familiare

L'impresa familiare è disciplinata dall'art. 230 bis del Codice Civile ed è volta ad assicurare una serie di diritti ai familiari dell'imprenditore che prestano in modo continuativo lavoro nella famiglia o nell'impresa familiare senza essere inquadrati formalmente né come soci, né come dipendenti.

Si intendono per familiari il coniuge, i parenti entro il terzo grado (figli, nipoti, nonni, genitori, fratelli, zii) e gli affini (parenti del coniuge che comunemente si dicono acquisiti) entro il secondo (suoceri, generi, nuore e cognati).

A costoro la legge riserva i seguenti diritti:

- al mantenimento secondo la condizione patrimoniale della famiglia;
- alla partecipazione agli utili dell'impresa ed ai beni con essi acquistati, in proporzione alla quantità e qualità del lavoro prestato;
- agli incrementi dell'azienda, anche riferiti all'avviamento commerciale;
- a partecipare alla gestione dell'impresa.

Tuttavia, poiché lo svolgimento dell'attività con i familiari non costituisce tra essi una società, l'impresa continua a conservare la sua caratteristica di impresa individuale. I familiari che lavorano nell'impresa concorrono con l'imprenditore nella ripartizione degli utili e partecipano al rischio d'impresa,

Le società e l'impresa familiare

nel senso che se l'impresa è in perdita lavorano senza remunerazione e se l'azienda è aggredita dai creditori perdono anche il diritto conseguito sui beni aziendali, ma solo il titolare dell'impresa risponde con tutto il suo patrimonio nei confronti dei creditori e solo lui fallisce in caso di insolvenza.

In caso di cessazione della prestazione lavorativa da parte del familiare il suo diritto di partecipazione può essere liquidato in denaro o ceduto ad altro familiare.

Tabella riassuntiva

Società di persone

Società semplice (s.s.)
Società in nome collettivo (s.n.c.)
Società in accomandita semplice (s.a.s.)

Società di capitali

Società a responsabilità limitata (s.r.l.)
Società per azioni (S.p.A.)
Società in accomandita per azioni (S.a.p.A)

Società di persone

responsabilità illimitata e solidale dei soci per le obbligazioni sociali
potere di amministrazione collegato alla qualità di socio
intrasferibilità della qualità di socio senza il consenso degli altri soci

Società di capitali

responsabilità limitata dei soci
amministrazione dissociato da quello di socio
qualità di socio liberamente trasferibile

Impresa familiare

possono partecipare solo i familiari (coniuge, parenti entro il terzo grado ed affini entro il secondo) che lavorano in modo continuativo per l'impresa e non sono né soci, né dipendenti;

i coadiuvanti hanno diritto al mantenimento, partecipano al rischio d'impresa, alla divisione degli utili ed hanno potere decisionale;

solo l'imprenditore titolare fallisce in caso di insolvenza.

Camera di commercio di Torino

Il contratto

Nozioni generali

Il contratto è definito dalla legge come «l'accordo di due o più parti per costituire, regolare o estinguere tra loro un rapporto giuridico patrimoniale» (art. 1321 del Codice civile).

Esso rientra nella categoria dei "negozi giuridici"; con quest'ultima espressione si fa riferimento agli atti di dichiarazione di volontà volti alla produzione di effetti riconosciuti dall'ordinamento.

Il contratto si contraddistingue per i seguenti caratteri:

- la "**pluralità delle parti**" coinvolte nell'accordo,
- la "**patrimonialità del rapporto**" che da esso scaturisce e
- la "**giuridicità del rapporto**" regolato.

Pluralità delle parti

Il contratto, traendo origine da un accordo, implica il coinvolgimento di almeno due "parti".

In ciò il contratto si distingue dagli atti negoziali unilaterali, come ad esempio il testamento (espressione della volontà di un solo soggetto, il testatore).

Le parti del contratto non sono necessariamente persone fisiche, ma possono essere anche enti giuridici (ad esempio, società).

Inoltre, più persone (fisiche o non) possono concorrere a formare la medesima parte, se rappresentano il medesimo centro di interesse. Ad esempio, i comproprietari di un bene (che insieme costituiscono una sola "parte") possono venderlo a un altro gruppo di soggetti (la "controparte"), che lo acquista congiuntamente.

Patrimonialità del rapporto

Il contratto ha carattere "patrimoniale", nel senso che implica impegni e conseguenze suscettibili di valutazione economica.

In ciò si distingue da altri negozi giuridici, anche bilaterali, che sono destinati a produrre effetti nella sfera anche "personale" dei soggetti coinvolti (si pensi ad esempio al matrimonio).

Giuridicità del rapporto

Con il contratto le parti costituiscono, regolano o estinguono un rapporto patrimoniale "giuridico", ovvero una serie di obblighi e diritti.

Il contratto è infatti una delle fonti delle obbligazioni giuridiche: con esso si può dare vita a un rapporto giuridico che prima non esisteva (ad esempio le parti possono concludere una locazione; in tal modo l'una si obbligherà a consentire il godimento di un bene, l'altra a corrispondere un canone). Con l'accordo le parti possono anche modificare pattuizioni e rapporti già esistenti (ad esempio, le parti possono accordarsi per la modifica del canone di locazione dovuto) o anche estinguere e cioè porre fine a un rapporto (ad esempio le parti possono di comune accordo far cessare una locazione).

Requisiti del contratto

Un contratto, per essere valido, deve presentare specifici «requisiti», indicati dalla legge (art. 1325 del Codice civile).

Se anche uno solo di tali requisiti dovesse mancare, il contratto sarebbe nullo e perciò radicalmente inidoneo a produrre di effetti.

Sono requisiti del contratto:

1. l' **accordo** fra le parti
2. la **causa**
3. l'**oggetto**
4. la **forma**, quando prescritta dalla legge a pena di nullità.

Il contratto

1. Accordo fra le parti

Affinché esista un contratto occorre, innanzitutto, il requisito dell'accordo, che consiste nell'incontro di due o più volontà validamente espresse.

La volontà, per essere validamente espressa, deve provenire da un soggetto che abbia la capacità legale di compiere atti giuridici (ne sono privi, ad esempio, il minore e l'interdetto) e deve essersi formata liberamente (e cioè senza errore, minaccia o inganno).

L'accordo, più nello specifico, consiste nella completa convergenza delle volontà delle parti sui vari elementi rilevanti del contratto da perfezionare. Ad esempio, ai fini della vendita, non è sufficiente che il compratore intenda acquistare il bene e che il venditore sia disposto a vendere, ma occorre che le parti raggiungano un accordo sul prezzo, sulle condizioni di pagamento, sui tempi di consegna del bene, e così via.

Quanto all'individuazione del momento di conclusione del contratto, questa avviene quando chi ha fatto la **proposta** ha conoscenza dell'**accettazione** dell'altra parte. Si tenga conto che le dichiarazioni dirette a una persona determinata - quali sono appunto la proposta e l'accettazione - si considerano conosciute non appena giunte all'indirizzo del destinatario.

È necessario che l'accettazione sia perfettamente conforme alla proposta, altrimenti equivale a nuova proposta (e necessita, a sua volta, di un'accettazione conforme per la conclusione del contratto).

La proposta e l'accettazione possono essere ritirate e private di effetto prima della conclusione del contratto mediante l'atto della revoca. La revoca della proposta deve pervenire al destinatario prima della ricezione dell'accettazione; la revoca dell'accettazione ha effetto se giunge al proponente prima dell'accettazione stessa. Se però l'accettante ha in buona fede intrapreso l'esecuzione del contratto prima di avere conoscenza della revoca della proposta, ha diritto ad un indennizzo per le spese sostenute.

In linea generale, la proposta e l'accettazione perdono efficacia anche se, prima della conclusione del contratto, chi l'ha fatta muore o diventa incapace.

Tuttavia, la morte o la sopravvenuta incapacità non comportano la caducazione della proposta e dell'accettazione se si tratta di dichiarazioni fatte da un imprenditore (non piccolo) nell'esercizio della sua impresa; in questo caso, infatti, si tiene conto del carattere continuativo dell'attività d'impresa.

2. Causa

Il codice civile, pur annoverando la causa tra gli elementi essenziali del contratto, non definisce in cosa essa consista.

La scienza giuridica la intende come la **ragione giustificativa dell'operazione negoziale**, e cioè della combinazione degli effetti del contratto e degli spostamenti patrimoniali che con esso si realizzano (ad esempio, nel caso dei contratti cc.dd. a prestazioni corrispettive, cioè reciproche, come la vendita, la causa consiste proprio nello scambio delle prestazioni, cosicché il sacrificio economico di una delle parti trova la propria ragione in quello dell'altra).

In poche parole, il requisito della causa risponde alla domanda: a cosa serve il contratto?

La "funzione" che sorregge il contratto deve essere esplicitata dalle parti. Nell'operazione, quindi, le parti non possono ad esempio limitarsi a dichiarare l'effetto del trasferimento della proprietà di un bene, ma è necessario che emerga la causa del trasferimento e cioè se quel bene viene venduto contro un prezzo, oppure scambiato con un altro bene, oppure donato. Ciò consente al giudice, che sia eventualmente chiamato a esprimersi sulla validità del contratto, di verificare l'esistenza della causa, nonché la sua liceità.

E infatti, affinché il contratto sia valido, la causa deve essere non solo esistente, ma anche lecita. La causa è illecita quando è contraria a norme imperative, all'ordine pubblico o al buon costume. Ad esempio, l'assicurazione contro il rischio di dover pagare una sanzione pecuniaria per la commissione di un illecito è nulla: e infatti è illecita la causa di un contratto che abbia la funzione di sottrarre un soggetto alle conseguenze di un comportamento antigiuridico.

3. Oggetto

L'oggetto del contratto consiste nel contenuto degli accordi delle parti contraenti, ovvero in ciò che le parti si impegnano a fare (o a non fare). Si tratta, in altre parole, delle **prestazioni** dedotte nel contratto.

L'oggetto dev'essere possibile, lecito, determinato o determinabile.

La "possibilità" attiene al fatto che la prestazione dev'essere materialmente suscettibile di esecuzione (tale non è, per esempio, quella di consegnare una cosa inesistente).

La "liceità" indica la necessità che la prestazione non sia contraria a norme imperative, all'ordine pubblico o al buon costume (ad esempio non ci si può obbligare a porre in essere una prestazione che costituisce reato).

La "determinatezza o determinabilità", infine, si riferisce alla necessità che la prestazione sia chiaramente individuata o che almeno siano chiari i criteri per la sua individuazione.

4. Forma

Per forma si intende il modo in cui si esprime la volontà.

In linea generale, vige la regola della libertà della forma: qualsiasi **modalità di manifestazione** è idonea a dar luogo alla valida conclusione di un contratto, purché faccia emergere in modo inequivocabile la volontà delle parti.

Ci sono, però, dei casi in cui la legge impone una determinata forma, in particolare quella scritta, a pena d'invalidità del contratto. In questi casi la forma svolge la funzione di "responsabilizzare" il consenso e dare certezza all'atto. Sono un esempio di contratti a forma vincolata quelli che trasferiscono la proprietà di beni immobili, che richiedono per essere validi la forma scritta.

Risoluzione

Dopo la conclusione di un contratto valido, possono verificarsi delle

vicende "patologiche" che portano alla risoluzione, e cioè allo scioglimento del vincolo contrattuale.

Può aversi risoluzione del contratto nei casi di:

1. Inadempimento della prestazione
2. Impossibilità sopravvenuta della prestazione
3. Eccessiva onerosità sopravvenuta della prestazione

Risoluzione per inadempimento

Quando una delle parti di un contratto non adempie le sue obbligazioni colpevolmente, l'altra parte può chiedere che l'altra parte adempia, in modo da mantenere in vita il contratto, oppure chiedere la risoluzione del contratto, che di conseguenza si scioglie.

Nel valutare se l'inadempimento può dar luogo a risoluzione, il giudice adito deve valutare l'importanza di tale inadempimento, che deve essere "non scarsa".

Risolto il contratto, le prestazioni eventualmente già eseguite dalla parte adempiente devono esserle restituite (ad es., se un cliente ha già pagato per un servizio che non gli viene fornito, allora ha diritto al rimborso).

Impossibilità sopravvenuta della prestazione

Quando la prestazione che forma oggetto del contratto diventa impossibile per causa non imputabile al debitore, e cioè per una ragione indipendente dalla condotta di chi è tenuto a eseguirla, viene meno la giustificazione della controprestazione e il contratto si risolve.

Il debitore viene così liberato dall'obbligo che aveva assunto, ma deve restituire quanto abbia eventualmente già ricevuto in cambio.

In caso di impossibilità solo parziale, il contratto non si scioglie del tutto, ma l'altra parte ha diritto a una corrispondente riduzione della propria prestazione; essa può tuttavia recedere dal contratto laddove non abbia più interesse alla parte di adempimento ancora possibile.

Eccessiva onerosità sopravvenuta

Nel caso di contratti i cui effetti si protraggono (ad esempio una locazione) o sono differiti nel tempo (si pensi all'appalto della ristrutturazione di un certo immobile), quando si verifica un evento straordinario e imprevedibile (ad esempio, un enorme aumento del costo dei materiali o una fortissima svalutazione monetaria) che altera l'equilibrio tra le prestazioni originariamente stabilito dalle parti, la parte svantaggiata può rivolgersi al giudice per chiedere la risoluzione del contratto. La parte convenuta può evitare lo scioglimento offrendo di modificare equamente le condizioni del contratto.

Camera di commercio di Torino

Camera di commercio di Torino

L'agente di commercio

Il contratto di agenzia e rappresentanza

Anche il contratto di agenzia deve possedere, a pena di nullità, i requisiti essenziali del contratto in precedenza indicati.

Il Codice Civile, con gli articoli dal 1742 al 1753 disciplina compiutamente il contratto di agenzia, stabilendone i contenuti e le caratteristiche.

In particolare, l'art. 1742 del Codice Civile prevede che **"...Con il contratto di agenzia una parte assume stabilmente l'incarico di promuovere, per conto dell'altra, verso retribuzione, la conclusione di contratti in una zona determinata..."**.

La "promozione" di affari - che costituisce "l'oggetto" del contratto di agenzia - si concretizza in realtà in una serie di atti e comportamenti articolati tra di loro, caratterizzati dal costante rapporto dell'agente con la clientela, in modo da favorire non soltanto la formulazione di un singolo ordine da parte del cliente stesso, bensì ponendo e consolidando via via le basi di un rapporto duraturo tra cliente e azienda preponente.

In questo l'attività di agente di commercio si differenzia, sostanzialmente, da quella del cosiddetto "procacciatore d'affari", il cui unico compito è quello di segnalare, senza vincoli di continuità, alla preponente singoli affari.

L'art. 1742 del Codice Civile indica altresì che **"...Il contratto deve essere provato per iscritto. Ciascuna parte ha diritto di ottenere dall'altra un documento dalla stessa sottoscritto che riproduca il contenuto del contratto e delle clausole aggiuntive. Tale diritto è irrinunciabile..."**. Ciò significa che la legge, pur non prevedendo l'obbligo della forma scritta per stipulare un contratto di agenzia,

prevede tuttavia che la prova del contratto possa essere acquisita solo per iscritto (ciò nega, ad esempio, la possibilità di dimostrare l'esistenza del contratto attraverso le sole prove testimoniali).

È da notare che, nonostante nella quasi totalità dei casi l'agente di commercio riceva l'incarico di promuovere la vendita di prodotti, la norma civilistica non esclude che all'agente possa essere richiesto invece di promuovere l'acquisto di prodotti; in quest'ultimo caso egli sarà impegnato a ricercare, in un ambito territoriale previsto dal contratto, i beni o servizi che, per la loro qualità, prezzo, posseggano le caratteristiche principali. Gli obblighi che egli assume - in particolar modo quelli di non concorrenza, lealtà, buona fede, informativa - nonché i principali diritti che egli può vantare nei confronti dell'azienda preponente - diritto alla provvigione, all'informativa, alle indennità di fine rapporto - saranno del tutto identici a quelli di un agente di commercio che promuove le vendite.

L'agente/rappresentante svolge per conto di uno o più committenti, definiti preponenti, una prestazione lavorativa configurata dal Codice Civile come contratto d'opera. Ciò significa che, a differenza del lavoro dipendente, l'agente/rappresentante si impegna, dietro corrispettivo, a compiere un'opera con una propria organizzazione o struttura, anche se di dimensioni ridotte, e senza alcun vincolo di subordinazione.

Pertanto possiamo dire che l'agente/rappresentante è anche un imprenditore anche se, svolgendo l'attività prevalentemente con il proprio lavoro, può essere a maggior ragione considerato un piccolo imprenditore.

Per chiarire ulteriormente il concetto, possiamo dire che il preponente chiede un determinato risultato (un incremento delle vendite del proprio prodotto in una determinata zona) lasciando alla totale discrezionalità dell'agente il modo di raggiungere tale obiettivo.

In quanto imprenditore, l'agente/rappresentante è soggetto all'iscrizione nel Registro delle Imprese, che deve avvenire con le modalità illustrate in seguito.

Inquadrate giuridicamente la figura dell'agente, è opportuno chiarire le differenze intercorrenti tra l'agente ed il rappresentante.

È **agente di commercio** chi assume stabilmente l'incarico da uno o più preponenti di promuovere la conclusione di contratti in una determinata zona.

È **rappresentante**, o se vogliamo dare una definizione più esatta, **agente con rappresentanza**, colui il quale non solo si limita a promuovere la conclusione di contratti, ma anche li conclude, in quanto il preponente gli ha dato anche l'incarico di rappresentarlo e, pertanto, egli agisce come se fosse egli stesso il preponente.

L'agente non impegna mai il preponente, in quanto i contratti da lui proposti sono vincolati dalla clausola "salvo approvazione della casa preponente"; quest'ultima, per motivi validi, può anche decidere di non dare corso al contratto proposto dall'agente. Il rappresentante, invece, concludendo egli stesso un contratto in virtù del potere di rappresentanza conferitogli dal preponente, obbliga il preponente stesso ad eseguirlo, e l'eventuale inadempienza da parte di questo è perseguibile per legge.

La differenza intercorrente fra le due figure non comporta, comunque, alcuna differenza gestionale né di carattere amministrativo (requisiti necessari per l'esercizio dell'attività, normativa applicata, previdenza, ecc.).

Il contratto di agenzia "in prova"

Talvolta l'agente e il preponente intendono sperimentare reciprocamente la convenienza e l'interesse ad instaurare un rapporto duraturo: in tal caso, fermi restando i rispettivi diritti e doveri, le parti potranno precisare, nel contratto di agenzia, che durante un primo periodo di tempo - da esse indicato - il contratto potrà essere risolto da una delle parti con una semplice comunicazione, senza necessità di concedere preavviso alcuno, né essere tenuta a corrispondere indennità o penali conseguenti tale risoluzione con decorrenza immediata.

Superato il periodo di prova senza che nessuna delle parti abbia

notificato all'altra la rescissione contrattuale, il contratto proseguirà a tempo indeterminato, ed in tal caso si applicheranno le disposizioni previste dal Codice Civile e dagli A.E.C. in materia di preavviso.

Particolari figure di agenti

L'esercizio di talune attività, sia per il particolare modo in cui queste attività vengono svolte, sia perché vengono svolte in campi relativamente nuovi e del tutto particolari, può far nascere alcuni dubbi sulla reale sussistenza di un rapporto di agenzia tra i presunti preponenti ed i soggetti che lo svolgono. Parliamo, pertanto, di alcune figure particolari di agenti di commercio.

1) *Agente con attività accessorie*: l'agente può essere incaricato di svolgere attività accessorie a quella primaria di promuovere la conclusione di contratti, come la tenuta del deposito dei prodotti del preponente che egli consegnerà all'acquirente; partecipazione ad eventuali campagne pubblicitarie fatte dal preponente per il lancio dei suoi prodotti; controllo sulle filiali. Sono, queste, attività che si inseriscono nel quadro del contratto di agenzia, e non ne mutano tuttavia la causa, dando così vita ad un contratto complesso.

2) *Agente librario*: se con tale termine non si intende un prestatore di lavoro subordinato che vende libri, possiamo dire che sostanzialmente è un agente. Si occupa della promozione e vendita di libri e riviste per conto di case editoriali e viene retribuito a provvigione. L'accordo stipulato nel 1973 tra l'Associazione Editori e l'Associazione Agenti Librari viene applicato anche agli agenti incaricati delle vendite rateali.

Tale accordo prevede che l'agente possa avere attività accessorie, quali la tenuta del deposito libri, la consegna ed il recupero

corrispettivi. Il compenso può avere due forme: provvigione firma e provvigione incasso. La provvigione firma è dovuta per l'acquisizione dell'affare e, di norma, se la vendita è rateale, è corrisposta dopo il pagamento della prima rata, pur restando il definitivo diritto a tale provvigione subordinato alla regolare esecuzione del contratto.

La provvigione firma è dovuta sulle ordinazioni raccolte prima che eventualmente sia cessato il rapporto di agenzia, purché accettate dal preponente o ditta mandante.

La provvigione incasso, la cui misura è stabilita fra le parti, è dovuta sulle somme che eventualmente l'agente incassa presso il cliente dopo la conclusione del contratto. L'una non esclude l'altra, in quanto il diritto alla provvigione firma resta sempre subordinato all'esecuzione dell'affare complessivo. In questo campo troviamo un'altra figura completamente diversa da quella dell'agente librario, ed è la figura dell'esattore librario, cioè colui che è incaricato semplicemente della riscossione del prezzo di vendita del libro. Non si occupa della promozione del contratto ed è quindi fuori dalle previsioni dell'art. 1742 del codice civile.

3) *Propagandista di medicinali (definito anche informatore scientifico)*: svolge attività di propaganda di tali prodotti presso medici o farmacisti. La sussistenza di un reale rapporto di agenzia, però, è subordinata al fatto che il soggetto che la esercita promuova/concluda effettivamente la vendita dei prodotti e non si limiti ad una mera attività illustrativa delle qualità dei prodotti, nel qual caso si ricadrebbe nella fattispecie del propagandista scientifico, che potrebbe essere un lavoratore dipendente o un procacciatore d'affari.

4) *Venditori a privati consumatori o Venditori porta a porta*: si ritiene che non ci siano remore alla piena realizzazione del rapporto di agenzia,

a patto che il soggetto che svolge tale attività si limiti a promuovere/concludere contratti di vendita. Si esclude la reale sussistenza di un rapporto di agenzia quando la casa mandante fatturi le merci ai singoli venditori che rivendono a loro volta al consumatore, nel qual caso si configura l'esercizio del commercio ambulante o di forma speciale di vendita al dettaglio. In quest'ultimo caso gli incaricati alla vendita debbono essere muniti, ai sensi dell'art. 19 del D. Lgs. n. 114/98, della tessera di riconoscimento rilasciata dalla mandante, che deve inoltre comunicare l'elenco di questi venditori all'Autorità di Pubblica Sicurezza.

5) Promotore finanziario: ha il compito di sollecitare il pubblico risparmio per conto di Società di intermediazione mobiliare (S.I.M.); deve essere iscritto nell'apposito ruolo tenuto dall'APF (Organismo per la Tenuta dell'Albo dei Promotori Finanziari).

La forma del contratto di agenzia

Il contratto di agenzia può essere stipulato in forma scritta o verbale; tuttavia, in qualsiasi forma venga stipulato, esso deve obbligatoriamente prevedere la pattuizione de:

- i prodotti da trattare
- la zona
- la misura dei compensi
- la durata del contratto, oppure la menzione di durata indeterminata

Nel caso in cui l'agente sia vincolato ad operare per un solo preponente - senza la possibilità di assumere incarichi per altre preponenti, neppure per prodotti non in concorrenza - l'agente viene denominato **monomandatario**; viceversa, laddove l'agente sia libero di promuovere affari per conto di altre aziende preponenti - seppur mantenendo l'obbligo di non concorrenza - egli assume la qualifica di **plurimandatario**.

È da notare che, in assenza di espresso patto di monomandato, il contratto si intende plurimandatario.

La distinzione tra monomandatario e plurimandatario assume una notevole rilevanza sia per quanto attiene la contribuzione obbligatoria all'E.N.A.S.A.R.C.O., sia per quanto concerne l'applicazione di alcuni istituti contrattuali (preavviso, indennità di fine rapporto, indennità per il patto di non concorrenza post-contrattuale, ecc...).

La lettera di incarico

Parliamo quindi della forma più semplice per stipulare un contratto di agenzia: la cosiddetta lettera di incarico.

Giuridicamente la lettera di incarico è un contratto concluso in forma epistolare (ovvero: attraverso lo scambio di corrispondenza tra le parti), di cui la suddetta costituisce, generalmente, il momento definitivo.

In pratica, i vari momenti di trattativa fra le parti sono costituiti da uno scambio di corrispondenza protrattosi per un periodo più o meno lungo, fino all'invio, da parte del preponente all'agente, di una lettera con la quale, facendo seguito al carteggio intercorso, si conferisce al destinatario l'incarico di promuovere le vendite in una determinata zona.

L'agente conferma la sua accettazione alla proposta della preponente attraverso una lettera, da lui inviata a quest'ultima, con la quale egli dichiara di accettare espressamente tutte le condizioni contrattuali indicate dalla preponente.

Talvolta la lettera di cui trattasi reca uno o più allegati contenenti in dettaglio tutte le condizioni di contratto.

L'atto pubblico

Il contratto di agenzia può venire stipulato da un pubblico ufficiale (il notaio), il quale, accertatosi dell'identità delle parti e della sussistenza del potere di firma di chi sottoscrive (nel caso di contraente operante in

forma societaria), raccoglie le volontà delle parti medesime e le elenca in un atto che viene sottoscritto sia dalle parti che dal pubblico ufficiale - che garantisce l'autenticità delle sottoscrizioni.

Adempimento a carico delle aziende preponenti

La legge 17.12.2006, n. 296 (c.d. "Legge Finanziaria 2007") ha previsto, all'art. 1, comma 1180, l'obbligo - a carico delle aziende preponenti - di comunicare al Servizio competente l'inizio del rapporto di agenzia; tale obbligo sussiste laddove il rapporto stesso è caratterizzato da "parasubordinazione", ovvero se la prestazione dell'agente è prevalentemente personale.

Ciò riguarda l'agente o rappresentante che opera in forma individuale, mentre non sussiste obbligo di comunicazione suddetta nel caso di agente operante in forma societaria, in quanto viene meno il carattere personale della prestazione

Il contratto di agenzia con deposito

Fermo restando tutto quanto sinora si è detto a proposito del contratto di agenzia, esaminiamo ora per sommi capi una forma abbastanza particolare di contratto: quello con deposito, disciplinato dagli articoli da 1766 a 1782 del Codice Civile.

La funzione del deposito è quella di consentire alla Ditta preponente di organizzare una migliore rete distributiva sul territorio in cui esplica la propria attività. L'esistenza di un deposito in una zona spesso molto lontana dalla sede dell'azienda permette infatti di assicurare una più veloce evasione degli ordini alla clientela.

Civilisticamente l'agente con deposito assume verso la ditta preponente, per quanto attiene le merci in deposito, gli stessi obblighi del depositario così come espressamente previsti dal Codice Civile.

Ciò significa che egli non è proprietario delle merci che gli vengono

affidate, e che pertanto egli dovrà custodirle con la diligenza del depositario medio, rispondendo dell'integrità di esse nei confronti della preponente, anche in caso di smarrimento, furto, perimento delle stesse, salvo i casi di forza maggiore.

I costi relativi al deposito sono, salvo patto contrario, a carico dell'agente anche se, ovviamente, in sede di stipulazione del contratto, è possibile tenerne conto al fine di determinare il compenso provvigionale, ovvero concordare un concorso alle spese in favore dell'agente a fronte di tale attività.

Relativamente agli agenti o rappresentanti che svolgono la propria attività anche con deposito, la legge, oltre agli adempimenti di carattere fiscale, prevede determinati obblighi in tema di idoneità sanitaria dei locali adibiti a deposito, prevenzione incendi, sicurezza del luogo di lavoro e - nel caso di deposito di prodotti alimentari -, di autocontrollo secondo le disposizioni HACCP.

Idoneità sanitaria

Il primo punto da affrontare per iniziare l'attività di "agente con deposito" è la scelta del locale in cui svolgere questa attività, in quanto esso dovrà rispondere ai requisiti previsti dalla legge e l'uso dovrà essere autorizzato dalle Autorità Sanitarie del Comune in cui ha sede il deposito.

A tal fine occorre presentare al Comune una domanda di autorizzazione, accompagnata da una planimetria del locale, da sottoporre all'approvazione delle Autorità Sanitarie del Comune.

L'eventuale adeguamento alle normative igienico - sanitarie e funzionali dei locali e degli impianti e la loro rispondenza ai requisiti prescritti (accessibilità, servizi, uscite di sicurezza, impianti di luce, gas, acqua, riscaldamento, illuminazione) deve essere documentata al termine dei lavori stessi; l'impiantistica deve essere certificata dopo la sua esecuzione

La procedura di autocontrollo HACCP

Il Decreto Legislativo N. 155 del 26/05/1997 ha dato applicazione alle Direttive Cee 93/43/CEE e 96/3/CE concernenti l'igiene dei prodotti alimentari, ed ha imposto, a carico di coloro che nelle varie fasi detengono prodotti alimentari, di predisporre un Piano di Autocontrollo, nel quale l'agente con deposito, in particolare, indicherà:

- gli estremi delle autorizzazioni sanitarie in possesso dell'agente depositario, concesse dal Comune in cui ha sede il deposito
- il nominativo del responsabile dell'autocontrollo
- i criteri di identificazione dei lotti di produzione delle merci depositate
- i punti critici della gestione e della movimentazione delle merci che potrebbero
- causare una "non conformità" per i prodotti oggetto in conto deposito
- le procedure di controllo da applicare alle merci in entrata
- il registro di carico e scarico su cui annotare, divisi per articolo e per lotto di ogni articolo, i movimenti in entrata ed in uscita delle merci depositate
- la procedura prevista per individuare e ritirare dal commercio i prodotti oggetto di non conformità
- le procedure di pulizia e disinfestazione dei locali
- le procedure di controllo e di conservazione di eventuali prodotti deperibili
- la programmazione di una verifica periodica dell'attuazione dei punti sopra indicati.

Tale piano deve avere attuazione pratica contestualmente all'inizio dell'attività, per evitare periodi di lavoro privi dei controlli per cui il Piano è predisposto.

Trattandosi di merci in conto deposito, sarà opportuno che l'agente

depositario concordi con le aziende preponenti l'utilizzo di procedure conformi a quelle utilizzate dalla preponente stessa.

Il dipendente dell'agente o rappresentante

Nel caso in cui l'agente o rappresentante di commercio intenda farsi coadiuvare, nell'esercizio della sua attività, da personale dipendente, dovrà comunicare l'intervenuto inizio del rapporto di lavoro agli Enti a ciò preposti (I.n.a.i.l., Azienda Sanitaria Locale, Centro per l'Impiego, I.n.p.s., Direzione Provinciale del Lavoro).

Una volta stipulato il contratto di assunzione tra il dipendente e l'agente/datore di lavoro, quest'ultimo dovrà comunicare l'inizio del rapporto, come segue:

- entro il giorno antecedente l'inizio del rapporto di lavoro deve essere inviata al Centro per l'impiego territorialmente competente la comunicazione unica di assunzione (Comunicazione Unilav) con efficacia nei confronti anche dell'Inail, dell'INPS, della Direzione Provinciale del Lavoro e, se trattasi di lavoratore extra-comunitario, dello sportello unico per l'immigrazione.

In conseguenza dell'assunzione il datore di lavoro sarà tenuto a corrispondere al lavoratore dipendente lo stipendio previsto dai Contratti Collettivi Nazionali del Lavoro per quel determinato settore, nonché dovrà adempiere, alle dovute scadenze, al versamento della contribuzione previdenziale in favore del lavoratore, al versamento della ritenuta d'acconto sulla retribuzione, all'accantonamento delle somme a titolo di trattamento di fine rapporto, ecc.

Il subagente

È una figura non prevista dal Codice Civile e neanche dagli Accordi Economici Collettivi.

Tuttavia, in pratica, questa figura esiste.

In sostanza: è l'agente dell'agente; per cui nel rapporto che si stabilisce fra loro l'agente assume la figura del preponente ed ha verso il subagente gli stessi obblighi che ha il preponente verso l'agente.

Il rapporto di subagenzia assume quindi le stesse caratteristiche di stabilità e continuità tipiche del rapporto di agenzia.

Questa figura si trova in presenza di grosse Agenzie che, per l'estensione della zona o per la molteplicità dei prodotti trattati, hanno bisogno di collaboratori e non vogliono assumersi l'onere dei notevoli costi previsti per i dipendenti.

Nel caso in cui un agente si avvalga di subagenti si presuppone la stipula di due distinti contratti di agenzia:

- il primo tra l'azienda preponente principale e l'agente di commercio;
- il secondo tra l'agente di commercio (che in questo contesto assume le vesti di azienda preponente) e il subagente (che in questo contesto assume le vesti di agente di commercio, nell'accezione prevista dal Codice Civile).

Tra subagente e preponente primario non esiste alcun rapporto anche se, generalmente, il preponente primario avoca a sé la facoltà di permettere all'agente la nomina di subagenti.

Anche il subagente ha con l'agente un rapporto di stabilità e di continuità, e con autonomia promuove contratti.

Al subagente vanno applicate le norme degli Accordi Economici Collettivi, in particolare quelle del settore Commercio, essendo il suo preponente un ausiliario del commercio.

I poteri di rappresentanza eventualmente concessi all'agente primario non si estendono necessariamente al subagente.

Sul piano giuridico, quindi, nessuna rilevanza può riconnettersi alla distinzione tra agente e subagente; il subagente, si ribadisce, è un agente e a lui vanno applicate le disposizioni di legge e contrattuali che disciplinano il rapporto di agenzia. In particolare egli è sottoposto a tutti gli adempimenti

amministrativi e fiscali a cui è soggetto l'agente e deve dimostrare di essere in possesso dei requisiti necessari per svolgere l'attività di agente e rappresentante di commercio previsti dalla Legge n. 204/85.

Il coadiuvante

Per familiari coadiuvanti (detti anche coadiutori) si intendono:

- il coniuge;
- i parenti entro il terzo grado;
- gli affini entro il terzo grado.

che prestano attività lavorativa nell'impresa con carattere di abitualità e non sono legati da vincolo di subordinazione.

Il coniuge, secondo il Codice Civile è legato dal vincolo matrimoniale.

Il parente è legato dal vincolo di parentela, ossia quello che deriva dall'averne il capostipite in comune.

L'affine è il parente del coniuge.

Sono quindi parenti entro il terzo grado:

- i genitori;
- i figli;
- i nonni e i nipoti;
- i fratelli;
- lo zio e il nipote.

Sono affini entro il secondo grado:

- i suoceri;
- i generi e le nuore;
- i cognati.

Il riconoscimento della qualifica di coadiuvante è subordinato all'iscrizione dell'interessato alla Gestione Commercianti dell'I.T.N.P.S.

Detta iscrizione comporta il pagamento dei contributi previdenziali all'ente medesimo, che il titolare dell'impresa familiare è tenuto ad effettuare in favore dei suoi coadiuvanti.

Le figure professionali simili all'agente di commercio

Brevemente tratteremo ora di alcune figure di lavoratori autonomi e non, che svolgono attività simili a quelle dell'agente di commercio ma che, sia dal punto di vista giuridico che amministrativo, hanno una loro disciplina.

Essi sono: il mediatore, il procacciatore di affari e il viaggiatore piazzista.

Mediatore

Tale figura è disciplinata dall'art. 1754 del Codice Civile che definisce il mediatore: "colui che mette in relazione due o più parti per la conclusione di un affare senza essere legato ad alcuna di esse da rapporti di collaborazione, di dipendenza o di rappresentanza". La legge n. 39 del 3.2.1989 ha previsto anche la figura del "mediatore munito di mandato a titolo oneroso".

La sua attività consiste quindi nell'interporre in modo imparziale fra le parti, cioè a mettere in contatto le due parti senza prendere decisioni nelle contrattazioni.

Accanto alla figura del mediatore tipico come sopra delineato, la legge 39/89, e la giurisprudenza in seguito, hanno fissato la figura del mediatore atipico o unilaterale: è l'intermediario che agisce per conto di una sola delle parti per la conclusione di un affare nel campo degli immobili e delle aziende. Tale figura è soggetta alle disposizioni della legge 39/89 e non rientra nell'ambito della figura dell'agente e rappresentante di commercio purché la sua attività, ancorché svolta come detto per conto di una sola delle parti, si svolga esclusivamente nel settore della compravendita degli immobili e delle aziende.

Di conseguenza si evincono alcune sostanziali differenze fra la figura del mediatore e quella dell'agente di commercio:

- l'agente ha un legame stabile con la ditta preponente, la sua collaborazione si estende per tutta la durata del rapporto ed è limitata ad una zona determinata; il mediatore non è legato a

L'agente di commercio

nessuna delle parti che mette in contatto e opera soltanto per la conclusione di un affare, senza che gli venga riservata una zona determinata;

- l'agente percepisce la provvigione dalla sola ditta mandante mentre il mediatore percepisce la provvigione da ambedue le parti, anche se in misura differenziata;
- l'agente ha diritto alla provvigione perché il contratto di cui ha promosso la conclusione è andato a buon fine; il mediatore invece ha diritto al compenso per la sola avvenuta conclusione dell'affare tra le parti;
- l'agente non ha mai diritto al rimborso delle spese, salvo diversa pattuizione mentre il mediatore ha sempre diritto al rimborso spese, salvo patto contrario;
- l'agente può essere soggetto a penali per il mancato adempimento del cliente, mentre il mediatore non è mai sottoposto a tali clausole;

In quanto imprenditori essi debbono essere iscritti al Registro Imprese e, in quanto ausiliari del commercio, alla Gestione Commercianti dell'I.n.p.s.

Procacciatore d'affari

È una figura non prevista dal Codice Civile.

È considerato un collaboratore del preponente e la sua attività - caratterizzata dall'occasionalità del rapporto - consiste nel segnalare alla preponente l'opportunità di stipulare contratti o acquisire ordini di acquisto, senza tuttavia condurre trattative in merito a tali contratti.

Il procacciatore non è legato al preponente da un rapporto stabile, non gode di alcun diritto di esclusiva e non opera in una zona determinata.

Due sono fondamentalmente gli elementi che contraddistinguono l'attività del procacciatore d'affari rispetto a quella dell'agente di commercio:

- l'attività del procacciatore d'affari consiste nella semplice segnalazione, in favore di una o più preponenti, circa la possibilità di

concludere affari di un determinato genere presso una ben definita clientela, senza che il procacciatore stesso promuova gli affari presso la clientela stessa, né raccolga la proposta d'affari, né tantomeno si occupi dell'assistenza post-vendita (elementi che invece, trovano attuazione nel caso di contratto di agenzia);

- la mancanza di continuità dell'incarico del procacciatore, a differenza di quello di agenzia, e la conseguente assenza del vincolo di esclusiva, degli obblighi connessi al preavviso, del diritto dell'operatore ad indennità di fine rapporto, ecc.

Il procacciatore d'affari è comunque ricompreso tra gli imprenditori commerciali, pertanto egli è tenuto a perfezionare l'iscrizione al Registro Imprese presso la Camera di commercio, nonché all'I.n.p.s. - Gestione Attività Commerciali - per godere dell'assistenza sanitaria e previdenziale, e all'Ufficio IVA.

Talvolta, l'incarico di procacciatore d'affari viene impropriamente utilizzato per regolare un rapporto lavorativo che - per le sue caratteristiche di continuità dell'incarico e promozione degli affari - ricadrebbe nelle fattispecie del rapporto di agenzia, ma che per motivi vari - elusione della contribuzione E.n.a.s.a.r.c.o., mancanza dei requisiti morali o professionali del soggetto prestatore d'opera, ecc...) non si può ufficializzare nella forma del contratto di agenzia.

Viaggiatore piazzista

Il "viaggiatore piazzista" è il dipendente di una ditta incaricato di operare in una determinata zona per promuovere la conclusione di affari, secondo gli ordini e gli itinerari impartiti dal datore di lavoro.

Pertanto le differenze peculiari tra questa figura e quella dell'agente sono le seguenti:

- il viaggiatore piazzista è un lavoratore dipendente e non ha quindi un'organizzazione propria; l'agente è un lavoratore autonomo con struttura organizzativa propria;

L'agente di commercio

- il viaggiatore piazzista percepisce uno stipendio (anche se il contratto collettivo della categoria prevede che possa anche essere retribuito con una provvigione), mentre l'agente percepisce di norma una provvigione;
- il viaggiatore piazzista, essendo un lavoratore dipendente, non è sottoposto al rischio di impresa come normalmente è sottoposto l'agente;
- il viaggiatore piazzista non è soggetto all'iscrizione al Registro Imprese, né all'Ufficio IVA, né alla Gestione Commercianti I.n.p.s.

Camera di commercio di Torino



IL CONTRATTO DI AGENZIA

Nozione: art. 1742 del c.c.

“Con il contratto di agenzia una parte assume stabilmente l’incarico di promuovere, per conto dell’altra, verso retribuzione, la conclusione di contratti in una zona determinata. Il contratto deve essere provato per iscritto. Ciascuna parte ha diritto di ottenere dall’altra un documento della stessa sottoscritto che riproduca il contenuto del contratto e delle clausole aggiuntive. Tale diritto è irrinunciabile”.

ELEMENTI ESSENZIALI

ZONA

PRODOTTI

COMPENSI

DURATA (a tempo determinato o indeterminato)

TIPOLOGIA

PLURIMANDATARIO (l’agente è obbligato a non promuovere nella medesima zona la conclusione di affari per prodotti in concorrenza)

MONOMANDATARIO (l’agente è obbligato a non promuovere la conclusione di affari per altre preponenti, anche per prodotti non in concorrenza)

Iter per diventare agente di commercio

Riferimenti normativi

Il decreto legislativo n. 59/2010 ha soppresso con decorrenza 8 maggio 2010 il Ruolo Agenti e Rappresentanti di commercio.

Con la pubblicazione del D.M. del 26.10.2011 si sono individuate le modalità di iscrizione della categoria presso le Camere di Commercio e le tempistiche di realizzazione.

L'ufficio del Registro Imprese verifica il possesso dei requisiti ed iscrive i relativi dati nel Registro stesso se l'attività è svolta in forma di impresa oppure nel Repertorio Economico Amministrativo (REA) assegnando la relativa qualifica. Nel termine di 60 giorni, in caso di accertata carenza dei requisiti e dei presupposti richiesti dalla legge n. 204/85, l'ufficio del Registro Imprese dovrà adottare motivato provvedimento di prosecuzione dell'attività e di rimozione degli eventuali effetti dannosi di essa, salvo che il soggetto interessato provveda a conformare alla normativa vigente detta attività ed i suoi effetti entro un termine fissato pari a 30 giorni.

Requisiti per l'esercizio dell'attività

Possono svolgere l'attività di agente e rappresentante di commercio:

1. il titolare o tutti i legali rappresentanti;
2. gli eventuali preposti;
3. tutti coloro che svolgono a qualsiasi altro titolo l'attività per conto dell'impresa individuale, purché in possesso dei requisiti sotto descritti.

Requisiti morali

- non essere stato interdetto o inabilitato;
- non essere stato condannato, salvo che non sia intervenuta la riabilitazione, per i seguenti delitti: delitti contro la pubblica amministrazione, l'amministrazione della giustizia, la fede pubblica, l'economia pubblica, l'industria ed il commercio, ovvero per il delitto di omicidio volontario, furto, rapina, estorsione, truffa, appropriazione;
- indebita, ricettazione e per ogni altro delitto non colposo per il quale la legge commina la pena della reclusione non inferiore, nel minimo, a due anni e, nel massimo, a cinque anni.

Requisiti professionali (alternativi tra loro)

- possesso del diploma di scuola secondaria di II° grado ad indirizzo commerciale o laurea in materie commerciali o giuridiche;
- aver frequentato, con esito positivo, uno specifico corso professionale per agenti e rappresentanti di commercio istituito o riconosciuto dalle Regioni;
- aver prestato la propria opera per almeno un biennio (anche non continuativo) nel quinquennio precedente la data di presentazione della domanda in qualità di viaggiatore piazzista o dipendente qualificato addetto al settore vendite, coadiuvante, titolare o amministratore di società con attività di vendita o somministrazione;
- essere iscritto nell'apposita sezione REA di cui all'art. 7 del Decreto 26 ottobre 2011 (in tale sezione devono iscriversi entro 90 giorni coloro che cessano l'attività per salvaguardare i propri requisiti professionali).

Cause incompatibilità

L'agente e rappresentante di commercio non può svolgere l'attività di mediazione né di lavoro dipendente; fanno eccezione i rapporti di dipendenza di pubblico impiego in regime di part-time non superiore al 50%.

Verifica della permanenza dei requisiti

L'Ufficio del Registro Imprese provvede ogni cinque anni dalla presentazione della SCIA o dall'iscrizione nell'apposita sezione del REA alla verifica della permanenza dei requisiti. In caso di sopravvenuta mancanza di un requisito viene avviato il procedimento di inibizione alla continuazione dell'attività.

Inizio attività ed iscrizione nel Registro Imprese

L'attività di agente e rappresentante di commercio svolta individualmente o in forma collettiva, è soggetta a segnalazione certificata di inizio attività (SCIA), corredata dalle certificazioni e dalle dichiarazioni sostitutive previste dalla Legge n. 204/1985, dal Decreto 26 ottobre 2011 e dal D. Lgs. 159/2011.

La SCIA va presentata con procedura telematica all'ufficio del Registro Imprese della Camera di commercio della provincia dove si intende iniziare l'attività contestualmente alla Comunicazione Unica.

Le società presentano la SCIA presso l'ufficio del Registro Imprese della sede legale.

In presenza di unità locali fuori provincia va presentata relativa denuncia anche al registro delle imprese competente dove è ubicata l'unità locale.

L'ufficio del Registro Imprese, ricevuta la SCIA, provvede immediatamente ad assegnare la qualifica di agente o rappresentante di commercio ed avvia le procedure di verifica.

L'attività può essere legittimamente avviata dal momento della ricezione della SCIA da parte dell'ufficio del Registro Imprese.

Modifiche

Le modifiche inerenti l'impresa e coloro che svolgono a qualsiasi titolo l'attività per conto della stessa devono essere comunicate al competente Ufficio del Registro Imprese entro 30 giorni dall'evento.

Camera di commercio di Torino

Gli accordi economici collettivi (sigla: AA.EE.CC)

Nell'ordinamento di uno stato vi è una gerarchia di "fonti normative", ovvero di elenchi di norme che regolamentano una fattispecie giuridica.

Nella Repubblica Italiana vige la seguente, in ordine decrescente, la seguente gerarchia di fonti normative:

- le leggi, fra cui predomina la Costituzione della Repubblica Italiana;
- i regolamenti;
- gli usi.

Ciò significa che nessuna legge può essere contraria ai principi fondamentali della Costituzione Italiana; a sua volta nessun regolamento o uso può essere contrario a Leggi dello Stato, eccetera.

Oltre alle leggi esistono altre fonti normative che sono, nel campo del lavoro subordinato, i "contratti collettivi" e, nel campo dell'attività di agente, gli "**Accordi Economici Collettivi**", ossia liberi accordi stipulati fra i sindacati dei lavoratori e i sindacati dei datori di lavoro.

Si tratta di accordi di natura privata, vincolano solo gli iscritti ai sindacati che hanno sottoscritto i medesimi, a meno che le parti, sebbene non aderenti alle Organizzazioni Sindacali che li hanno sottoscritti, dichiarino di intendere applicarli, inserendo tale pattuizione tra le clausole contrattuali.

Per evitare, quindi, disparità di trattamento tra gli iscritti e i non iscritti ad un Sindacato, e soprattutto per stabilire criteri di massima omogenei, negli anni 1959 e 1960, con apposita norma si è data agli Accordi Economici Collettivi all'epoca vigenti, rilevanza "**erga omnes**", cioè con efficacia nei confronti di tutti.

Lo spirito dell'Accordo Economico Collettivo (normalmente siglabile "A.E.C.") è quello di regolamentare la materia del contratto di agenzia

con maggior dovizia di particolari rispetto alle previsioni del Codice Civile, che si limita a tracciarne le disposizioni essenziali.

Stante la gerarchia delle fonti normative, una prescrizione dell'Accordo Economico Collettivo avrà valore se non contrasta con una previsione del Codice Civile.

Gli AA.EE.CC. attualmente in vigore sono, a seconda del settore economico dell'azienda preponente:

- Industria: è entrato in vigore, rinnovato, il 30 luglio 2014
- Commercio: è entrato in vigore, rinnovato, il 16.02.2009 (integrato il 1 aprile 2010)
- Artigianato: è entrato in vigore, rinnovato, il 10 dicembre 2014
- Piccola industria (Confapi): è entrato in vigore, rinnovato, il 17 settembre 2014

Analizziamo ora le principali prescrizioni degli AA.EE.CC., tenendo conto che i medesimi prevedono la possibilità delle parti di derogare a dette prescrizioni, se esse sono più favorevoli all'agente.

Garanzia dell'agente

Un tempo era possibile pattuire tra le parti che l'agente, in caso di insoluto della clientela, corrispondesse alla preponente una penale – denominata "sta del credere" –; gli AA.EE.CC. ponevano come limite all'entità di tale penale il 15% della perdita subita dalla preponente medesima, con il limite di 3 volte la percentuale provvigionale prevista per tale affare.

La legge n° 526 del 21/12/1999 ha sancito il divieto di porre a carico dell'agente o rappresentante responsabilità, anche solo parziali, per l'inadempimento del terzo [il cliente].

Ha tuttavia consentito che, eccezionalmente, le parti possano concordare la concessione di un'apposita garanzia da parte dell'agente; ciò alle seguenti condizioni:

- che la garanzia venga richiesta di volta in volta, su singoli affari
- che tali affari abbiano particolare natura ed importo
- che venga pattuito a favore dell'agente un apposito compenso a fronte della garanzia prestata
- che l'ammontare massimo di tale garanzia da parte dell'agente non sia di ammontare più elevato della provvigione che per quell'affare l'agente medesimo avrebbe avuto diritto a percepire se l'affare fosse andato a buon fine.

Esclusiva di zona

Gli AA.EE.CC. prevedono che, salvo patto contrario, l'agente non può assumere l'incarico da due o più ditte in concorrenza, né la preponente può consentire ad altri agenti di promuovere affari in concorrenza nella zona.

Per tentare di far chiarezza, gli AA.EE.CC. prevedono che sia da escludere le possibilità di concorrenza quando i prodotti trattati per diverse preponenti, per **foggia, destinazione e valore d'uso** siano diversi ed infungibili tra di loro; ovvero: se esistono differenze tra un prodotto e l'altro, tali e sufficienti per far sì che il cliente sia orientato in modo sufficiente autonomo tra i due.

Pertanto, qualora un agente tratti in una zona determinati prodotti, potrebbe promuovere prodotti anche concorrenti, purché lo faccia in una zona diversa da quella affidatagli da una preponente; oppure può promuovere per varie preponenti affari nella stessa zona, purché i relativi prodotti non siano concorrenti tra di loro.

L'agente che sia, invece, impegnato contrattualmente a promuovere affari nei confronti di una sola preponente - con divieto di trattare affari per altre preponenti, neppure per prodotti non in concorrenza - prende il nome di agente "**monomandatario**", con riflessi sulla durata del preavviso e sulle indennità di fine rapporto.

Variazioni di zona, provvigioni, clientela, prodotti

Qualora la preponente intenda variare la zona (sia intesa come estensione geografica, che come clientela, che come genere di prodotti) o l'entità delle provvigioni, dovrà concedere all'agente un preavviso.

Secondo gli AA.EE.CC. tale variazione potrà essere attuata:

- **senza preavviso**, qualora la variazione sia di lieve entità (cioè se comporta una riduzione fino al **5%** dell'ammontare delle provvigioni che l'agente ha maturato nell'anno civile precedente quello in cui avviene la variazione, e qualora l'anno precedente non sia stato lavorato per intero, per la valutazione della riduzione si prenderanno in considerazione - per il raffronto - i dodici mesi precedenti la variazione
- con preavviso minimo di **due mesi** (se l'agente è plurimandatario) o di **quattro mesi** (se è monomandatario), qualora la variazione comporti una riduzione dell'ammontare delle provvigioni dal **5% al 20%** rispetto all'anno civile precedente quello in cui avviene la variazione, a meno che le parti abbiano optato per iscritto per una diversa decorrenza del preavviso
- con il **medesimo preavviso previsto per la risoluzione dell'intero contratto**, qualora la variazione sia di entità tale da modificare sensibilmente il contenuto economico del rapporto, cioè se comporta una riduzione dell'ammontare delle provvigioni superiore al 20% rispetto all'anno civile precedente quello in cui avviene la variazione.

Tuttavia, se l'agente o rappresentante comunica - entro 30 giorni da quando ne ha avuta conoscenza - di non accettare la variazione "che modifica sensibilmente il contenuto economico del rapporto", la proposta di variazione che la preponente aveva espresso costituisce preavviso per la risoluzione dell'intero contratto di agenzia, per iniziativa della preponente medesima.

Ciò significa che essa dovrà liquidare all'agente le indennità di fine rapporto di cui tra poco tratteremo.

L'insieme delle variazioni "di lieve entità" che la preponente ha apportato in un periodo di 18 mesi per i plurimandatari e di 24 mesi per i monomandatari si considerano come un'unica variazione, per valutare se sia di normale entità (per la quale occorre un preavviso minimo di 2 o 4 mesi) o se sia di entità straordinaria (per la quale, come abbiamo detto in precedenza, occorre il medesimo preavviso previsto per la disdetta dell'intero contratto).

Nel caso di variazione di media entità, qualora il preponente non intenda dare all'agente il preavviso previsto dalla norma collettiva, dovrà corrispondere all'agente un'indennità sostitutiva.

Provvigione d'incasso

Usualmente l'agente non ha facoltà di riscuotere per conto della ditta mandante. Nel caso in cui nel contratto sia affidato all'agente l'incarico continuativo di riscuotere per conto della mandante, con responsabilità dell'agente per errore contabile, dovrà essere stabilita in favore di quest'ultimo una provvigione d'incasso, aggiuntiva alla normale provvigione, da liquidarsi in relazione a quegli affari per i quali l'agente abbia prestato opera d'incasso.

Non vi è obbligo di riconoscere tale compenso aggiuntivo se l'agente svolge solamente attività di recupero di insoluti, ovvero di somme per le quali il cliente non ha rispettato le scadenze di pagamento.

All'agente spetterà una provvigione per gli affari conclusi dal preponente dopo la cessazione o sospensione del contratto di agenzia anche quando la proposta è pervenuta alla preponente in data antecedente oppure, qualora non sia pervenuta alcuna proposta, purché gli affari siano stati conclusi entro un termine ragionevole di sei mesi dalla data di scioglimento del contratto e la conclusione sia da ricondurre all'attività dell'agente.

Liquidazione delle provvigioni

Per comprendere il disposto di legge in materia occorre chiarire il significato di termini come "maturare" e "liquidare" un compenso.

Maturare ha il significato di "meritare"; dunque "maturare" il diritto ad un compenso significa, per l'agente, acquisire il diritto di pretendere il medesimo;

Liquidare significa determinare un credito o debito in modo certo, nell'importo e nella scadenza, o usando una definizione più comprensibile, "fare i conti" di quali e quanti compensi ha maturato (leggasi: "meritato") l'agente medesimo.

Il Codice Civile (art. 1748) indica al riguardo che "...salvo che sia diversamente pattuito, la provvigione spetta all'agente dal momento e nella misura in cui il preponente ha eseguito o avrebbe dovuto eseguire la prestazione in base al contratto concluso con il terzo [ovvero: il cliente]...".

Ciò significa che, a meno che le parti non abbiano pattuito diversamente, il momento in cui la provvigione spetta all'agente coincide con il momento in cui la preponente ha consegnato le merci al cliente.

Il Codice Civile pone però come termine ultimo per la maturazione delle provvigioni quello in cui "...il terzo ha eseguito o avrebbe dovuto eseguire la prestazione qualora il preponente avesse eseguito la prestazione a suo carico...".

Ovvero: la provvigione spetta all'agente non più tardi del momento in cui il cliente ha pagato la fornitura di prodotti ricevuti; nel caso in cui il cliente non abbia ancora pagato la fornitura per causa imputabile alla preponente (ad esempio perché ha ricevuto prodotti non conformi all'ordine, oppure guasti ecc.) la provvigione spetta comunque.

Viene altresì previsto che la preponente possa richiedere all'agente la restituzione delle provvigioni corrisposte solo nell'ipotesi e nella misura in cui sia certo che il contratto tra agente e preponente non avrà esecuzione per cause non imputabili a quest'ultima.

Gli AA.EE.CC. prevedono che la ditta preponente debba provvedere alla liquidazione delle provvigioni alla fine di ogni trimestre solare. Entro 30 giorni dalla scadenza del trimestre, la ditta invierà all'agente il conto provvigioni ed il relativo importo, con l'adempimento previsto dalle norme fiscali.

Nel caso in cui l'ammontare delle provvigioni fosse contestato dall'agente, le eventuali ulteriori somme a conguaglio saranno versate dalla mandante entro 30 giorni dalla definizione della controversia.

Qualora la mandante ritardi il pagamento delle somme dovute di oltre 15 giorni rispetto ai termini di cui sopra, sarà tenuta a versare su tali somme per tutti i giorni di ritardo un interesse pari al tasso ufficiale di sconto.

La mandante è tenuta a fornire all'agente, alla fine di ogni mese, le copie delle fatture inviate ai clienti.

Inoltre, a norma dell'art. 1749 del Codice Civile, l'agente ha diritto ad ottenere dall'azienda preponente un estratto dei libri contabili di quest'ultima, per verificare l'esattezza delle provvigioni maturate.

Preavviso di risoluzione

In caso di risoluzione di un contratto a tempo indeterminato, la parte che recede dovrà darne comunicazione all'altra parte con un congruo periodo di preavviso.

Secondo il Codice Civile (art. 1750) il termine di preavviso non può essere **inferiore**:

- un mese per il primo anno di durata del contratto di agenzia
- due mesi per il secondo anno iniziato
- tre mesi per il terzo anno iniziato
- quattro mesi per il quarto anno iniziato
- cinque mesi per il quinto anno iniziato
- sei mesi per il sesto anno iniziato e tutti gli anni successivi.

Le parti possono prevedere termini di preavviso di maggior durata, ma il preavviso che deve concedere la preponente all'agente non può

essere inferiore a quello che deve concedere l'agente alla preponente.

Gli AA.EE.CC. stabiliscono che, in armonia con i termini minimi previsti dal Codice Civile, quando la preponente intende risolvere il contratto, deve concedere all'agente un preavviso così determinato:

Ad un agente plurimandatario

- **tre** mesi per i primi tre anni di durata del rapporto
- **quattro** mesi nel quarto anno di durata del rapporto
- **cinque** mesi nel quinto anno di durata del rapporto
- **sei** mesi dal sesto anno di durata in poi.

Ad un agente monomandatario

- **cinque** mesi per i primi cinque anni di durata del rapporto
- **sei** mesi per gli anni dal sesto all'ottavo
- **otto** mesi dal nono anno di durata in poi.

Nel caso di disdetta ad iniziativa dell'agente, il preavviso è sempre di **tre** mesi se è plurimandatario e di **cinque** mesi se monomandatario, indipendentemente dalla durata del rapporto. Tuttavia, stante il disposto del Codice Civile - che, si ricorda, è fonte di diritto gerarchicamente superiore agli A.E.C. - l'azienda preponente potrebbe richiedere un preavviso di almeno sei mesi anche in caso di disdetta del contratto ad opera dell'agente, se il contratto medesimo è durato più di sei anni.

Durante il preavviso rimangono inalterati i diritti e doveri delle parti.

Se invece la parte recedente vuole porre fine al rapporto senza dare preavviso, dovrà corrispondere all'altra parte un'**indennità sostitutiva del preavviso**, pari a tanti dodicesimi delle provvigioni liquidate nell'**anno solare precedente** quanti sono i mesi di preavviso dovuti.

Se la media è più favorevole all'agente, il calcolo si effettuerà in base alla media delle provvigioni degli ultimi 12 mesi precedenti la disdetta.

Qualora il rapporto abbia avuto inizio nel corso dell'anno solare

precedente, si conteggiano i successivi mesi dell'anno in corso per raggiungere i dodici mesi.

Se il rapporto ha avuto durata inferiore ai dodici mesi, si conteggeranno gli effettivi mesi di durata dello stesso.

La parte che ha ricevuto la comunicazione di recesso può esentare l'altra dal termine di preavviso, comunicandolo entro 30 giorni, senza essere tenuta a corrispondere l'indennità sostitutiva del preavviso.

Polizza di assicurazione

La Fondazione E.n.a.s.a.r.c.o. - in base al proprio Regolamento - stipula in favore degli agenti e rappresentanti una polizza assicurativa, che prevede il risarcimento di una diaria in seguito a ricovero per malattia e accertamenti diagnostici, oltre che ad infortunio - anche non avvenuto durante lo svolgimento dell'attività di agente - , nonché il riconoscimento di capitali in caso di morte o invalidità permanente totale per infortunio.

Indipendentemente da tale polizza, gli AA.EE.CC. prevedono che la stessa Fondazione stipuli un'ulteriore polizza assicurativa, in favore degli agenti che operano in forma individuale o che siano soci di società di persone (s.n.c. - s.a.s.l.); tale polizza dovrà riconoscere all'agente:

- in caso di ricovero per malattia o infortunio avvenuto durante lo svolgimento dell'attività di agente, una diaria aggiuntiva alla precedente, di importo variabile di anno in anno
- in caso di morte per infortunio: la liquidazione di un capitale di 51.750,00 euro;
- in caso di invalidità permanente totale per infortunio: la liquidazione di un capitale di 63.250,00 euro.

Gli importi dei capitali liquidati vengono proporzionalmente ridotti nel caso in cui l'invalidità sia inferiore all'80%, in relazione alla percentuale riconosciuta secondo la tabella I.n.a.i.l., purché superiore al minimo del 6%.

Sospensione rapporto

In caso di malattia o infortunio dell'agente che gli impedisca di svolgere il mandato affidatogli, il rapporto di agenzia, a richiesta di una delle due parti, resterà sospeso per la durata massima di **6 mesi**, intendendosi che per tale periodo la ditta mandante non potrà procedere alla risoluzione del contratto.

Durante il periodo di sospensione è riconosciuta alla mandante la facoltà di provvedere direttamente alla conclusione degli affari, o di dare ad altri l'incarico di promuoverli; l'agente ammalato deve acconsentire a tale sostituzione e non ha diritto a compensi sugli affari conclusi nel periodo di sospensione, salvo diversa pattuizione.

In caso di **gravidanza e puerperio** dell'agente o rappresentante, il contratto rimarrà sospeso (quindi né attivo, né disdettato) per la durata massima di **12 mesi**, all'interno dei quali si deve collocare la data del parto.

Come per l'agente ammalato, in tale periodo la preponente non può procedere alla risoluzione del contratto, e l'agente non ha diritto a provvigioni sugli affari che hanno esecuzione durante il periodo di astensione dal lavoro, a meno che tali ordini siano pervenuti per effetto dell'attività dell'agente precedentemente al periodo in questione.

Indennità di fine rapporto

In tema di indennità di fine rapporto la normativa comunitaria ha obbligato il legislatore di ciascun Paese membro a rettificare il proprio ordinamento giuridico per adattarlo alla nuova realtà.

Il Codice Civile italiano (art. 1751) dispone che, all'atto della cessazione del rapporto di agenzia, il preponente sia tenuto a liquidare e pagare all'agente un'indennità, se si verificano le condizioni seguenti:

- l'agente abbia procurato alla preponente nuovi clienti, oppure abbia incrementato sensibilmente gli affari con i clienti esistenti, e dopo la cessazione del rapporto la preponente tragga ancora vantaggi dagli

affari in atto con la clientela suddetta

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

L'entità dell'indennità in questione non può essere superiore alla media annua delle provvigioni degli ultimi cinque anni di rapporto o, se il rapporto ha avuto durata inferiore, alla media del periodo in questione.

L'indennità non è dovuta:

- quando la preponente risolve il contratto per fatto e colpa grave imputabile all'agente
- quando l'agente risolve il contratto, salvo che la disdetta sia motivata da circostanze a lui non attribuibili, quali: età, infermità, malattia che non consentano la prosecuzione dell'attività, ovvero da fatti gravi imputabili alla preponente
- quando l'agente, previo accordo con la preponente, ceda ad un terzo i diritti e gli obblighi connessi al rapporto di agenzia.

Il diritto a richiedere l'indennità suddetta decade trascorso un anno dallo scioglimento del contratto.

Ai fini del diritto all'indennità di fine rapporto, formano base di calcolo tutte le somme liquidate all'agente, anche a titolo di rimborso o concorso spese.

Come si nota, la norma civilistica non indica formule di calcolo dell'indennità di fine rapporto, né indica importi minimi, ma solamente la soglia massima di tale indennità; inoltre viene condizionata la spettanza dell'indennità a determinati elementi, che non sempre si verificano.

Per colmare la lacuna normativa, gli AA.EE.CC. dispongono che tale indennità sia composta da tre emolumenti:

- il primo emolumento, denominato "**indennità di risoluzione del rapporto**", (abbreviato I.R.R.), che viene pagato all'agente in tutti i casi di risoluzione del contratto, anche ad opera dell'agente, tranne che nel

caso di disdetta ad opera dell'azienda preponente per:

- ritenzione indebita di somme da parte dell'agente
- concorrenza sleale operata dall'agente
- violazione del vincolo di operare per un solo preponente (c.d. clausola di "monomandatarietà)

- il secondo emolumento, denominato "**indennità suppletiva di clientela**", che viene riconosciuto all'agente se la risoluzione del contratto si è verificata per iniziativa dell'azienda preponente, salvo che per fatto imputabile all'agente, ed indipendentemente dal fatto che l'agente abbia o meno incrementato il fatturato o la clientela

- il terzo emolumento, denominato "**indennità meritocratica**", che viene riconosciuto all'agente solamente nel caso in cui l'agente abbia apportato nuovi clienti alla preponente, oppure abbia incrementato sensibilmente il fatturato di quelli esistenti, in modo tale da consentire alla preponente medesima di ottenere anche dopo la cessazione del contratto vantaggi derivanti dagli affari con quei clienti.

I tre emolumenti sono calcolati su tutte le somme corrisposte all'agente in costanza del rapporto di agenzia, nonché sulle somme per le quali sia sorto in favore dell'agente il diritto alla provvigione, anche se questa non gli è stata ancora liquidata e pagata.

In caso di decesso dell'agente le indennità di fine rapporto verranno liquidate agli eredi.

Esaminiamo ora, compiutamente, le tre indennità.

Indennità di risoluzione del rapporto (c.d. I.R.R.)

All'atto della cessazione del contratto di agenzia spetta all'agente un'indennità, così quantificata:

Agente plurimandatario

- 4% sulla quota di provvigioni fino a € 6.200,00 annui
- 2% sulla quota di provvigioni da € 6.200,01 annui a € 9.300,00 annui

Gli accordi economici collettivi (sigla: AA.EE.CC)

- 1% sulla quota di provvigioni annue eccedente € 9.300,00.

Agente monomandatario

- 4% sulla quota di provvigioni fino a € 12.400,00 annui
- 2% sulla quota di provvigioni da € 12.400,01 annui a € 18.600,00 annui
- 1% sulla quota di provvigioni annue eccedente € 18.600,00.

Detta indennità viene accantonata annualmente - con versamento da effettuarsi entro il 31 marzo dell'anno successivo - dall'azienda preponente presso un apposito fondo gestito dalla Fondazione E.n.a.s.a.r.c.o. (di cui tratteremo in seguito); alla cessazione del rapporto di agenzia, la Fondazione restituisce all'agente detto importo, al netto delle ritenute fiscali di legge.

Indennità suppletiva di clientela

All'atto dello scioglimento del contratto l'agente ha diritto a percepire, in aggiunta all'indennità di risoluzione rapporto, un'indennità c.d. "suppletiva di clientela", da calcolarsi su tutte le somme corrisposte all'agente medesimo in costanza di rapporto.

L'indennità per il settore commercio è pari al:

- 3% sull'ammontare globale dei compensi maturati dall'agente per i primi tre anni;
- 3,5% sui compensi maturati dall'agente dal quarto anno al sesto anno
- 4% sui compensi maturati dall'agente dal settimo anno in poi.

L'indennità per il settore industria è pari al:

- 3% della base di calcolo
- 3,5% sulle provvigioni dal quarto al sesto anno con il limite massimo annuo di 45.000 euro
- 4% sulle provvigioni oltre il sesto anno con il limite suddetto

Indennità meritocratica

Qualora l'agente o rappresentante abbia apportato nuova clientela

all'azienda preponente, oppure abbia incrementato sensibilmente il fatturato di detti clienti già esistenti, in modo tale che la preponente medesima possa ancora godere in futuro gli effetti positivi dell'attività dell'agente disdettato, questi ha diritto a percepire un'indennità di merito, che si aggiunge alle due precedentemente esaminate.

Lo spirito della norma è quello di premiare l'agente di commercio che non si sia limitato a promuovere gli affari con la normale diligenza, mantenendo il fatturato e la clientela costante nel tempo, ma abbia evidentemente migliorato la situazione economica della preponente rispetto a quando è iniziato il rapporto contrattuale.

Il meccanismo che conduce alla quantificazione di detta indennità prevede che venga messa a confronto la media delle provvigioni riscosse dall'agente nei primi anni del rapporto (rivalutate in base agli indici ISTAT) con la media di quelle riscosse negli ultimi anni; la differenza tra media finale e media iniziale verrà moltiplicata per una percentuale, di entità diversa a seconda dell'A.E.C. in uso e dell'entità di tale incremento.

L'importo dell'indennità meritocratica non potrà in ogni caso essere superiore alla differenza tra:

- l'importo massimo previsto dall'art. 1751 del Codice Civile
- meno l'importo dell'indennità di risoluzione rapporto (c.d. I.R.R.)
- meno l'importo dell'indennità suppletiva di clientela.

Sia l'indennità suppletiva di clientela che l'indennità meritocratica spettano solamente se il contratto di agenzia si è interrotto per iniziativa dell'azienda preponente (a meno che ciò sia derivato da colpa e fatto grave imputabile all'agente), mentre non spettano nel caso in cui la disdetta contrattuale provenga dall'iniziativa dell'agente.

Tuttavia le due indennità sono dovute ugualmente:

- in caso di disdetta dell'agente a causa della sua invalidità permanente e totale

- in caso di disdetta dell'agente formalizzata successivamente all'avvenuto conseguimento del diritto alla pensione di vecchiaia E.n.a.s.a.r.c.o. a condizione che tali eventi si verifichino dopo che sia trascorso almeno un anno dall'inizio del rapporto.

Al momento in cui il presente manuale è edito, sono in corso le trattative per il rinnovo degli Accordi Economici Collettivi, che potrebbero condurre ad una diversa regolamentazione delle indennità di fine rapporto.

Inoltre, una pronuncia della Corte di Giustizia della Comunità Economica Europea (Sentenza del 23/3/2006) ha sancito l'illegittimità degli AA.EE.CC nella parte in cui essi descrivono il calcolo delle indennità di fine rapporto. La motivazione di tale censura è dovuta al fatto che le formule dettate dagli AA.EE.CC non garantiscono la c.d. "equità", originando importi che, nella maggior parte dei casi, sono molto inferiori all'importo massimo stabilito dalla norma comunitaria.

Orientamento pressoché conforme alla pronuncia Comunitaria è quello espresso dalla Corte di Cassazione - Sez. Lavoro - che, con sentenza n. 21309 del 3/10/2006, ha indicato che il Giudice di merito deve applicare la normativa che - tenuto conto delle vicende occorse nel singolo rapporto di agenzia concluso - assicura sempre le condizioni di miglior favore per l'agente.

Stante che l'indennità di fine rapporto nella concezione del legislatore europeo - e di riflesso, di quello italiano - è imperniata sul "merito" dell'agente, che si concreta nell'aver incrementato il fatturato e/o il numero di clienti a vantaggio della preponente, sarà necessario che l'agente fin dall'inizio del suo rapporto contrattuale

Le clausole vessatorie

In un contratto di agenzia possono essere inserite particolari clausole peggiorative nei confronti dell'agente.

Queste clausole vengono chiamate "vessatorie"; esse infatti aumentano il potere contrattuale della preponente, diminuendo la libertà contrattuale dell'agente e limitando alcuni suoi diritti che sono riconosciuti dagli A.E.C.

Tali clausole hanno valore e potranno essere applicate a condizione che siano inserite nel contratto, e che l'agente le approvi espressamente.

Pertanto, se nel contratto sono state inserite clausole vessatorie, l'agente, oltre ad apporre la propria firma in calce al contratto, dovrà apporre una nuova firma dopo un esplicito richiamo ai punti del contratto che riportano dette clausole.

Le principali clausole vessatorie che possono essere inserite in un contratto di agenzia sono:

- riserva di clientela
- patto di non concorrenza post-contrattuale
- clausola risolutiva espressa
- salvo approvazione insindacabile.

Riserva di clientela

Con tale clausola (altrimenti indicata nei contratti di agenzia come "*clausola dei clienti direzionali*") la preponente si riserva di promuovere direttamente affari nei confronti di un certo numero di clienti, seppur aventi sede nella zona riservata all'agente, negando tale attività a quest'ultimo e, conseguentemente, non riconoscendogli la provvigione, a cui normalmente avrebbe diritto, secondo le norme degli AA.EE.CC.

Patto di non concorrenza post-contrattuale

Questa clausola non deve essere confusa con il divieto di poter operare in concorrenza con la ditta durante il rapporto di agenzia, regolato invece dalla clausola dell' "esclusiva".

Il patto di non concorrenza post-contrattuale prende vigore al momento della cessazione del rapporto, ed ha lo scopo di impedire all'agente di svolgere attività in concorrenza con quella esercitata dalla mandante, divieto che, come si intuisce, prosegue anche **successivamente** all'intervenuta cessazione del contratto.

Secondo il Codice Civile (art. 1751 bis) il patto di non concorrenza deve possedere i seguenti requisiti:

- essere pattuito per iscritto (come del resto tutte le clausole vessatorie)
- non può avere durata superiore a 2 anni a decorrere dalla data di scioglimento del contratto
- deve essere limitato alla zona, prodotti e genere di clientela per i quali fu concluso il contratto di agenzia
- dovrà essere pattuito, a favore dell'agente che accetta tale patto, un compenso apposito, di natura non provvigionale, da corrispondersi all'atto della cessazione del contratto.

Qualora l'agente non rispetti tale patto la preponente avrà diritto di chiedere il risarcimento del danno subito, e l'agente sarà tenuto alla restituzione di quanto aveva ricevuto come corrispettivo a fronte di tale impegno.

Ciascuno dei quattro principali Accordi Economici Collettivi prevede formule diverse per il calcolo del compenso spettante all'agente in virtù della sua accettazione del patto di non concorrenza; tuttavia la base di calcolo di detto compenso è universalmente riconosciuta nella media delle provvigioni del quinquennio precedente la cessazione del contratto (o, se il contratto ha avuto durata inferiore a 5 anni, nella media delle provvigioni del minor periodo), e la quantificazione è proporzionale sia alla durata del patto medesimo, sia a quella del contratto di agenzia.

Clausola risolutiva espressa

Tale clausola consente la rescissione del contratto da parte della preponente, senza concedere all'agente alcun preavviso né indennità sostitutiva, qualora l'agente non abbia adempiuto alle obbligazioni previste dal contratto (ad esempio: non abbia raggiunto un volume minimo di fatturato, ovvero abbia effettuato attività in concorrenza con quella della preponente, ecc.).

La rescissione per tale motivo esonera la mandante dal corrispondere all'agente qualsiasi indennità, soprattutto l'indennità suppletiva di clientela in quanto il contratto si scioglie per colpa dell'agente.

La prova del verificarsi della condizione risolutiva è a carico della preponente, la quale dovrà dimostrare con fatti e documenti il verificarsi della giusta causa di disdetta che intende invocare

Salvo approvazione insindacabile

Con tale clausola la preponente si riserva di non dare corso all'ordine a suo insindacabile giudizio, senza essere tenuta a fornire all'agente alcuna giustificazione della mancata approvazione.

Tale clausola viene normalmente inserita in quanto la mandante vuole tutelarsi da un'impossibilità non giustificata di dare corso ad un ordine, eventualità che in base agli AA.EE.CC. darebbe diritto all'agente a percepire ugualmente le provvigioni

Camera di commercio di Torino

Variazioni di zona, provvigioni, clientela, prodotti



Variazione	Doveri della preponente	Facoltà dell'agente
<i>Lieve</i> (comporta riduzione fino al 5% delle provvigioni maturate nell'anno civile precedente)	Semplice comunicazione all'agente senza preavviso	Deve accettare la variazione e non può richiedere indennità o risarcimento danni
<i>Di normale entità</i> (comporta riduzione dal 5% al 20% delle provvigioni maturate nell'anno civile precedente)	Preavviso di 2 mesi all'agente plurimandatario, 4 mesi al monomandatario	Deve accettare la variazione, ma durante il preavviso rimangono inalterate le precedenti pattuizioni
<i>Di rilevante entità</i> (comporta riduzione oltre 20% delle provvigioni maturate nell'anno civile precedente)	Preavviso identico a quello previsto per la risoluzione dell'intero contratto	Può comunicare il proprio dissenso entro 30 giorni da quando ne è venuto a conoscenza, provocando così la risoluzione dell'intero contratto per iniziativa della preponente

Il preavviso secondo il codice civile (art. 1750)



Anni rapporto	Mesi preavviso
1	almeno 1
2° iniziato	almeno 2
3° iniziato	almeno 3
4° iniziato	almeno 4
5° iniziato	almeno 5
6° iniziato in poi	almeno 6

Le parti possono prevedere termini di preavviso di maggiore durata rispetto al minimo, ma il preavviso dovuto dalla preponente non può essere inferiore a quello dovuto dall'agente

Contratto stipulato per iscritto: è necessaria la disdetta scritta



Il preavviso secondo gli AA.EE.CC.

Anni rapporto	Mesi preavviso	
	Plurimandatario	Monomandatario
1 anno	3 mesi	5 mesi
2 anni	3 mesi	5 mesi
3 anni	3 mesi	5 mesi
4 anni	4 mesi	5 mesi
5 anni	5 mesi	5 mesi
6 anni	6 mesi	6 mesi
7 anni	6 mesi	6 mesi
8 anni	6 mesi	6 mesi
9 anni e oltre	6 mesi	8 mesi
Disdetta dell'agente	3 mesi	3 mesi

Indennità sostitutiva al preavviso

1/12 delle provvigioni liquidate nell'anno solare precedente quanti sono i mesi di preavviso dovuti

Rinuncia al preavviso

Entro 30 giorni dal ricevimento della disdetta

Quando maturano le provvigioni



Definizioni		
Maturare	Meritare, acquisire il diritto alla provvigione	
Liquidare	Determinare l'importo delle provvigioni maturate	
Momento di maturazione (art. 1748 del c.c.)	Quando la preponente ha consegnato le merci o erogato il servizio oppure, al più tardi quando il cliente ha pagato il prezzo convenuto (o l'avrebbe pagato, se la preponente avesse correttamente eseguito la prestazione).	
Termini di liquidazione e pagamento	1° trimestre I 2° trimestre 3° trimestre 4° trimestre	Liquidazione entro 30.04 Liquidazione entro 30.07 Liquidazione entro 30/10 Liquidazione 30/01 anno successivo
Documenti di verifica (che la preponente deve rilasciare all'agente)	Mensilmente: copia delle fatture inviate alla clientela Entro 30 gg dalla fine di ogni trimestre solare: conteggio provvigioni maturate A richiesta dell'agente: estratto dei propri libri contabili	

Indennità di fine rapporto

Indennità di risoluzione rapporto (I.r.r.)

Spetta in tutti i casi di cessazione del contratto, tranne che per disdetta del preponente dovuta a:

- appropriazione indebita da parte dell'agente
- concorrenza sleale dell'agente
- violazione del vincolo di monomandato



			pluri-mandatario
4%	fino a euro 12.400,00		fino a euro 6.200,00
2%	da euro 12.400,01 a euro 18.600,00		da euro 6.200,001 a euro 9.300,00
1%	oltre euro 18.600,00		oltre euro 9.300,00

Indennità suppletiva di clientela

Spetta se la cessazione del rapporto è opera della preponente, nonché ad opera dell'agente per dimissioni successive a pensione di vecchiaia E.n.a.s.a.r.c.o. oppure per invalidità totale dell'agente



A.e.c. commercio	A.e.c. industria
- 3% sulle provvigioni del rapporto;	- 3% sulle provvigioni del rapporto;
- 0,5 aggiuntivo sulle provvigioni dal 4° al 6° anno;	- 0,5 aggiuntivo sulle provvigioni dal 4° al 6° anno (nel limite massimo annuo di euro 45.000,00 di provvigioni);
- 1% aggiuntivo sulle provvigioni dal 6° anno in poi	1% aggiuntivo sulle provvigioni dal 7° anno in poi (nel limite massimo annuo di euro 45.000,00 di provvigioni).

Indennità meritocratica

La corresponsione di un'indennità "meritocratica" è riconosciuta:

- nel solo caso in cui l'importo complessivo di indennità di risoluzione del rapporto ed indennità suppletiva di clientela sia inferiore al valore massimo previsto dal comma 3 dell'art. 1751, c.c.;
- ricorrano le condizioni per cui l'agente al momento della cessazione del rapporto abbia procurato nuovi clienti al preponente o abbia sensibilmente sviluppato gli affari con i clienti esistenti e il preponente riceva ancora sostanziali vantaggi economici derivanti dagli affari con tali clienti;

L'indennità "meritocratica" aggiuntiva spetta, in tal caso, in misura non superiore alla differenza tra la somma di indennità di risoluzione del rapporto ed indennità suppletiva di clientela ed il valore massimo previsto dal comma 3 dell'art. 1751, c.c.

Per poter valutare correttamente l'esatto ammontare dell' indennità meritocratica dovrà effettuarsi un confronto tra il volume complessivo delle provvigioni percepite dall'inizio fino alla cessazione del contratto: esso si baserà sul presupposto che a una elevata quantità di provvigioni corrisponda un elevato fatturato dell'agente.

Camera di commercio di Torino

Camera di commercio di Torino

Il contenzioso

Il contratto di agenzia, in quanto atto giuridico, fa sorgere in capo alle parti (preponente ed agente) diritti e doveri specifici.

Quando una delle parti contravviene ai propri obblighi contrattuali insorge un **contenzioso**, e la parte lesa nei suoi diritti ha facoltà di invocare dall'Autorità Giudiziaria competente un provvedimento (sentenza) che imponga alla parte inadempiente di adempiere.

In materia di "foro competente", la legge n. 128 del 11/2/1992 ha stabilito che, qualora l'agente operi in regime di "parasubordinazione" (ovvero operi sotto forma di ditta individuale) il giudice competente a giudicare la controversia con la sua preponente sia quello del foro in cui egli ha il domicilio, ovvero il centro di concentrazione dei suoi interessi professionali.

Considerato però che il ricorso all'Autorità Giudiziaria comporta tempi di attesa e costi che sovente le parti non intendono sopportare, le medesime possono avvalersi di strumenti alternativi alla causa civile.

In materia di controversie inerenti un rapporto di agenzia, sono previste tre procedure di conciliazione, che coinvolgono altrettanti tre Organi:

- Commissione per le controversie individuali presso la Direzione Provinciale del Lavoro
- Commissione Paritetica Territoriale
- Collegio Arbitrale

Commissione per le controversie individuali presso la Direzione Provinciale del Lavoro

La Commissione ha sede presso ciascuna Direzione Provinciale del Lavoro, ed è composta da:

- il Direttore Provinciale del Lavoro o un suo delegato, con funzioni di presidente
- almeno un membro in rappresentanza delle Organizzazioni Sindacali dei datori di lavoro
- almeno un membro in rappresentanza delle Organizzazioni Sindacali dei lavoratori

ed è operante solamente nel caso in cui l'agente di commercio operi in forma di impresa individuale.

La Commissione, su istanza di una delle parti, convoca le medesime entro 60 giorni dal ricevimento della richiesta ed esperisce il tentativo di conciliazione; qualora le parti raggiungano un accordo viene redatto un verbale di accordo, che risulta vincolante per le parti.

Nel caso invece le parti non raggiungano l'accordo la Commissione redige un verbale di mancata conciliazione, e le parti possono adire le vie giudiziarie.

Trascorsi 60 giorni dal ricevimento della richiesta di conciliazione senza che la Commissione abbia convocato le parti, il tentativo di conciliazione obbligatorio si considera espletato.

Commissione Paritetica Territoriale

La Commissione ha sede presso le Associazioni di Categoria del terziario, in base ad accordi con le Organizzazioni Sindacali degli agenti e rappresentanti, ed è composta da un membro in rappresentanza delle Organizzazioni Sindacali delle aziende preponenti e da un membro in rappresentanza di una delle Organizzazioni Sindacali degli agenti e rappresentanti, alla quale l'agente in lite sia iscritto o abbia conferito mandato.

La parte interessata dovrà rivolgersi al proprio Sindacato, il quale comunicherà alla Commissione Territoriale l'esistenza della controversia.

Entro 20 giorni dal ricevimento della notizia, la Commissione convocherà le parti ed esperirà il tentativo di conciliazione; di esso verrà redatto verbale che viene depositato presso la Direzione provinciale del Lavoro.

Collegio Arbitrale

Qualora uno dei due tentativi di conciliazione precedenti non abbia avuto esito positivo, le parti possono ancora affidare la risoluzione della controversia ad un Collegio Arbitrale, costituito anch'esso presso l'Ente Bilaterale.

Esso è composto da:

- un membro designato dall'Organizzazione Sindacale dei datori di lavoro
- un membro designato dall'Organizzazione Sindacale degli agenti e rappresentanti a cui l'agente sia aderente o abbia conferito incarico
- un terzo membro, avente funzione di presidente, designato di comune accordo con le due Organizzazioni, o estratto a sorte da una lista scelta di comune accordo, ovvero designato dal Presidente del tribunale competente per territorio.

La domanda di convocazione viene presentata alla segreteria del Collegio Arbitrale dall'Organizzazione Sindacale interessata; il presidente del Collegio provvede a convocare le parti entro 15 giorni dal ricevimento di tale richiesta, e il Collegio, dopo aver interrogato le parti ed eventuali testi, emetterà un **lodo arbitrale** (ovvero una decisione inoppugnabile) entro 45 giorni dalla data della prima riunione, comunicando l'esito alle parti interessate.

Rinunzie e transazioni

Nei rapporti contrattuali sovente ognuna delle parti ritiene di aver correttamente adempiuto ai propri obblighi, e tende ad imputare alla controparte l'esclusiva colpa che ha fatto sorgere il contenzioso; nella realtà non è raro che ciascuna delle parti si sia resa, in misura più o meno marcata, inadempiente.

In tali casi la soluzione della lite può avvenire solamente se ognuno dei contendenti è disposto a non far valere, in tutto o in parte, un proprio diritto, a fronte di identica disponibilità della controparte.

Si parlerà dunque di **rinuncia** quando la parte abbandona totalmente l'esercizio di un diritto (ad esempio: il diritto a percepire l'indennità di

fine rapporto); si parlerà invece di **transazione** quando la parte abbandona solo parzialmente l'esercizio pieno di un diritto (ad esempio: accetta di percepire una provvigione di entità minore rispetto a quello originariamente pattuito, ovvero di esercitare un preavviso più breve di quello a cui avrebbe diritto).

Per quanto riguarda l'eventuale rinuncia ai propri diritti, anche agli agenti e rappresentanti si applica l'art. 2113 del Codice Civile, il quale stabilisce che la rinuncia o le transazioni che riguardano diritti indisponibili (esempio diritto alla provvigione) non sono valide, e anche nel caso in cui l'agente abbia rilasciato una dichiarazione in tal senso, questa può essere impugnata entro 6 mesi dalla cessazione del rapporto, o entro 6 mesi dal rilascio se questo è intervenuto dopo la cessazione del rapporto.

Prescrizione

La prescrizione è la perdita di un diritto che si verifica quando il titolare di esso non lo esercita entro un determinato periodo di tempo.

Relativamente al termine della prescrizione del diritto dell'agente alle provvigioni, dottrina e giurisprudenza non sono d'accordo.

Tuttavia la maggioranza dei giuristi sostengono che il diritto al pagamento delle provvigioni, si prescrive nel termine di cinque anni dalla data in cui matura il diritto.

I contributi previdenziali dovuti all'E.n.a.s.a.r.c.o. o anche all'I.n.p.s. ricadono nella prescrizione ordinaria e, cioè, il termine di prescrizione è di dieci anni.

Si prescrive anche dopo dieci anni l'azione di risarcimento danni per omessa contribuzione che può essere esperita dall'agente dal momento in cui si prescrivono i contributi.

L'indennità prevista dall'art. 1751 del Codice Civile si prescrive nel termine di un anno dalla cessazione del rapporto.

Il contenzioso

Contenzioso e organi di conciliazione



<p>Commissione per le controversie indiv.li presso direzione prov.le del lavoro</p> <p>Solo per agenti operanti come impresa individuale</p>	<ul style="list-style-type: none">- 1 funzionario del Ministero Lavoro;- 1 membro delle OO.SS. dei datori lavoro;- 1 membro delle OO.SS. dei lavoratori- convoca le parti entro 60 giorni dalla richiesta- redige verbale di accordo o di mancato accordo
<p>Commissione paritetica territoriale</p>	<ul style="list-style-type: none">- 1 membro delle OO.SS. delle preponenti;- 1 membro delle OO.SS. degli agenti- convoca le parti entro 20 giorni dalla richiesta- redige verbale che viene depositato presso la Direzione Provinciale del Lavoro
<p>Collegio arbitrale</p>	<ul style="list-style-type: none">- 1 membro delle OO.SS. delle preponenti;- 1 membro delle OO.SS. degli agenti;- 1 membro scelto dalle due OO.SS. O in difetto dal Presidente del Tribunale- viene adito se uno dei precedenti tentativi di conciliazione ha avuto esito negativo- convoca le parti entro 15 giorni dalla richiesta- emette un LODO ARBITRALE entro 45 giorni dalla prima riunione

La normativa comunitaria

In seguito all'istituzione della Comunità Economica Europea, si è constatato che le normative di ciascun Stato Membro in materia di contratto di agenzia erano talvolta molto eterogenee tra di loro; da ciò l'esigenza di una norma che fungesse da legge-quadro rispetto alle singole normative interne, e che tracciasse linee guida alle quali l'ordinamento di ciascuno Stato avrebbe dovuto armonizzarsi.

Ciò è avvenuto con la **Direttiva del Consiglio del 18/12/1986 (86/653CEE)** relativa al coordinamento dei diritti degli stati membri concernenti gli agenti commerciali indipendenti, che ciascun Paese comunitario ha recepito attraverso la modifica del proprio ordinamento.

La Repubblica Italiana ha recepito la Direttiva attraverso modifiche al Codice Civile, avvenute in fasi progressive: dapprima con il D. Lgs. 10/9/1991 n. 303 e successivamente con il D. Lgs. 15/2/1999 n. 65.

Soprattutto con l'apertura delle frontiere tra Paesi comunitari, sono sempre più frequenti i casi di contratti di agenzia stipulati tra soggetti di nazionalità diversa: in questo caso occorrerà valutare qual è la legge applicabile per regolamentare il loro contratto, nonché quale sarà il Giudice competente a dirimere eventuali controversie tra di loro.

Con la Convenzione di Roma del 1980 in materia di controversie internazionali i Paesi CEE hanno stabilito che, salvo eccezioni dovute a norme imperative, qualora le parti non abbiano pattuito per iscritto quale legge applicare in caso di lite, si applichi la legge "... del Paese dove ha la sede, la residenza abituale o l'amministrazione centrale, la parte che deve fornire la prestazione caratteristica...", dunque il Paese in cui l'agente ha la sua sede.

Le parti possono altresì determinare in modo pattizio quale dovrà essere il Giudice competente a dirimere la controversia; così sarà possibile, ad esempio, che un agente italiano stipuli con una preponente francese un contratto di agenzia, nel quale sia pattuito che la legge

Camera di commercio di Torino

Camera di commercio di Torino

Tutela previdenziale e assistenziale

Gli adempimenti dell'agente nei confronti dell'I.n.p.s.

Per usufruire della tutela previdenziale da parte dell'I.n.p.s. (Istituto Nazionale della Previdenza Sociale) è obbligatoria l'iscrizione nella Gestione Attività Commerciali, presso l'I.n.p.s. medesima.

L'art. 44 del decreto legge n. 269/03 ha stabilito che a decorrere dal 1° gennaio 2004 le domande di iscrizione presentate alla Camera di commercio da imprese artigiane e da quelle esercenti attività commerciali hanno effetto anche ai fini dell'iscrizione all'Inps.

La camera di commercio, attraverso la propria struttura informatica, trasmette all'INPS le risultanze delle nuove iscrizioni, nonché le relative variazioni e cancellazioni.

L'I.n.p.s. notifica agli interessati, quando titolari di impresa individuale, l'avvenuta iscrizione e richiede il pagamento dei contributi dovuti oppure notifica agli interessati la cancellazione o variazione intervenuta.

Per i soci di S.n.c., S.a.s. ed S.r.l., si provvederà invece a richiedere in sede di dichiarazione di inizio attività, effettuata dal commercialista, l'iscrizione all'inps dei soci che partecipano direttamente all'attività dell'impresa.

Il titolare dell'azienda è obbligato al pagamento dei contributi per sé e per gli eventuali familiari coadiutori ai fini delle prestazioni previdenziali.

Assistenza sanitaria

Il Servizio Sanitario Nazionale (c.d. S.s.n.) è gestito dalle Regioni.

L'obiettivo di questo servizio è quello di assicurare la tutela della salute di tutti i cittadini, e ciò avviene soprattutto tramite le Aziende Sanitarie Locali (A.s.l.), attraverso le proprie strutture (aziende ospedaliere, consultori, ambulatori, centri vaccinali ecc...).

Tutti i cittadini, e quindi anche i lavoratori autonomi del commercio contribui-scono alla spesa sanitaria, sia per se stessi che per i familiari ed i coadiuvanti, tramite la fiscalità generale.

Il Servizio Sanitario eroga le seguenti prestazioni:

- assistenza medico-generica
- assistenza farmaceutica
- assistenza ospedaliera negli ospedali convenzionati
- assistenza specialistica.

Sono inoltre previste assistenze integrative:

- cure balneo-termali
- protesi dentarie
- apparecchi acustici
- protesi terapeutiche
- occhiali.

Talune prestazioni sono soggette a pagamento, a carico dell'utente, di un contributo (c.d. "ticket"), variabile in base al reddito, l'età e determinate patologie o invalidità del medesimo.

Fondo previdenza e trattamento pensionistico

L'obbligo del versamento dei contributi previdenziali sorge anch'esso in virtù dell'attività lavorativa svolta dall'agente e a seguito della sua iscrizione all'I.n.p.s.

La contribuzione pensionistica è costituita in percentuale - variabile di anno in anno - sul reddito di impresa, per il titolare e per eventuali coadiuvanti. In presenza di coadiuvanti il reddito di impresa viene attribuito per almeno il 51% al titolare e per la restante parte ai coadiuvanti.

La percentuale di contribuzione al fondo previdenziale va comunque applicata su un minimo ed un massimo di reddito d'impresa, soggetti anche questi a variazioni.

Dal 1° gennaio 1997 i soci di società a responsabilità limitata che partecipano al lavoro con carattere di abitualità e prevalenza hanno l'obbligo di iscrizione all'assicurazione per i commercianti anche se esiste un unico socio.

Dovranno quindi versare, sui redditi prodotti come soci lavoratori, i contributi previsti per i commercianti.

I compensi ricevuti dai soci in qualità di amministratori sono soggetti al contributo per il lavoro parasubordinato mediante iscrizione alla c.d. "Gestione separata".

Nel caso in cui l'attività di agente sia esercitata in altre forme di società di capitali (S.p.A. - S.a.p.a.) i legali rappresentanti non possono usufruire del Fondo Previdenza I.n.p.s., ma avranno lo stesso l'obbligo di iscriversi all'I.n.p.s., inviando una comunicazione alla suddetta "Gestione separata".

Agevolazioni per gli ultrasessantacinquenni

I commercianti ultrasessantacinquenni già pensionati possono inoltrare all'I.n.p.s. domanda affinché il contributo previdenziale sia applicato nella misura del 50%; in questo caso viene ridotto il supplemento di pensione della metà.

Contributi figurativi

Sono utili ai fini della pensione i così detti contributi figurativi senza onere finanziario a carico del lavoratore.

Essi sono riconosciuti per determinati periodi durante i quali l'assicurato ha dovuto interrompere la propria attività lavorativa ed é stato quindi impossibilitato ad effettuare i versamenti (cassa integrazione - gravidanza - malattia - servizio militare - infortunio - disoccupazione).

Contribuzione da riscatto

Si intende la facoltà di coprire contributivamente un determinato periodo con oneri a totale carico della persona che chiede il riscatto. Per i lavoratori autonomi e quindi gli agenti, è possibile il solo riscatto del periodo relativo al corso legale di laurea.

Il riscatto è subordinato al versamento di almeno un contributo obbligatorio per attività lavorativa, anche posteriore al periodo di riscatto.

Contribuzione volontaria

I contributi volontari sono quelli versati da colui che, iscritto all'assicurazione obbligatoria, e avendo cessato di lavorare prima di aver raggiunto il minimo contributivo previsto per la pensione di vecchiaia, desidera raggiungere tale limite per avere diritto alla pensione.

Per ottenere l'autorizzazione alla prosecuzione volontaria è necessario avere accreditati almeno tre anni di contributi (ovvero 36 contributi mensili o 156 settimanali) nei cinque anni precedenti la domanda di autorizzazione oppure, in alternativa, almeno cinque anni di contributi (ovvero 60 contributi mensili o 260 settimanali) in qualsiasi epoca.

Ricongiunzione dei periodi assicurativi

Coloro che hanno periodi di assicurazione nella gestione speciale commercianti e periodi di assicurazione nell'assicurazione dipendenti, ovvero in altre forme previdenziali, possono chiedere la ricongiunzione di tutta la contribuzione nell'assicurazione dipendenti o in altra delle forme obbligatorie al fine di ottenere la liquidazione di un'unica pensione.

Indennità di maternità

È un'indennità che viene pagata alle lavoratrici per gravidanza e puerperio. Alle lavoratrici autonome (titolari o coadiuvanti) è

Camera di commercio di Torino

Camera di commercio di Torino

La gestione previdenziale E.n.a.s.a.r.c.o.

Dal 1938 è stato costituito un ente autonomo, la Fondazione E.n.a.s.a.r.c.o. (Ente Nazionale di Assistenza per gli Agenti e Rappresentanti di Commercio), che ha il compito di gestire a favore degli agenti di commercio un trattamento soprattutto previdenziale.

Nato come Ente pubblico, di recente la Fondazione E.n.a.s.a.r.c.o. è stato privatizzato, trasformandosi in Fondazione di diritto privato, incaricata di pubbliche funzioni.

I compiti della Fondazione E.n.a.s.a.r.c.o. sono stati definiti dagli Accordi Economici Collettivi e dal Regolamento delle Attività Istituzionali, e sono soprattutto:

- previdenza, che consiste nell'erogazione di una pensione
- trattamento di fine rapporto con la gestione del Fondo Indennità Risoluzione Rapporto
- prestazioni di assistenza sociale agli agenti e rappresentanti di commercio (escluse le prestazioni sanitarie)
- formazione e qualificazione della Categoria.

In particolare, la pensione erogata dalla Fondazione E.n.a.s.a.r.c.o. è integrativa (non facoltativa) rispetto a quella erogata dall'I.n.p.s.

Devono essere obbligatoriamente iscritti alla Fondazione E.n.a.s.a.r.c.o. tutti gli agenti - sia operanti in forma individuale che societaria - che operano in Italia per conto di aziende preponenti italiane, oppure di preponenti straniere aventi sede legale o una qualunque dipendenza in Italia.

Le preponenti straniere che non hanno nessuna sede in Italia sono ugualmente tenute ad iscriverne alla Fondazione E.n.a.s.a.r.c.o. i propri agenti operanti in Italia, impegnandosi a versare la contribuzione prevista dal Regolamento delle Attività Istituzionali (che regola l'operatività della Fondazione).

L'obbligo di iscrizione dell'agente alla Fondazione E.n.a.s.a.r.c.o. è sempre a carico dell'azienda preponente; l'iscrizione, che può avvenire in formato cartaceo o telematico, deve avvenire entro 30 giorni dalla stipula del contratto di agenzia, ovvero entro 30 giorni dall'effettiva decorrenza del contratto, nel caso in cui essa differisca dalla data di stipulazione.

Similmente, entro 30 giorni dalla cessazione del rapporto, la preponente è tenuta a comunicare alla Fondazione la cessazione del rapporto stesso, utilizzando ancora una volta il formato cartaceo, ovvero quello telematico.

Al momento della prima iscrizione, la Fondazione E.n.a.s.a.r.c.o. attribuisce all'agente un numero di matricola che contrassegnerà la sua posizione assicurativa, e che andrà riportato in ogni comunicazione con la Fondazione medesima.

Contribuzione previdenziale

All'obbligo di iscrizione fa quindi seguito quello di versare regolarmente il contributo per il Fondo Previdenza integrativa, che è obbligatorio per i soli agenti che operano come ditta individuale ed in forma di società di persone (S.n.c. - S.a.s.).

I legali rappresentanti delle società di capitali (S.p.a. - S.r.l. - S.a.p.a.) non hanno diritto al trattamento pensionistico.

II contributo per il Fondo Previdenza è conteggiato su tutte le somme dovute a qualsiasi titolo all'agente o rappresentante in virtù del rapporto di agenzia, anche se non ancora pagate.

Dal 1/1/2020 esso è stabilito nella misura complessiva del 17,00% ripartito tra la ditta preponente e l'agente in misura del 8,50% dei compensi per ciascuna delle parti.

I contributi vanno pagati entro un limite massimo annuo inderogabile, da calcolarsi sui compensi, così fissati:

Si noti che, in caso di agente operante in forma societaria, il massimale contributivo è unico, e il relativo contributo andrà ripartito

tra i soci legali rappresentanti, in proporzione alle quote di partecipazione.

	massimale provvisionale	massimale contributivo
agenti monomandatari	euro 42.435,00	euro 7.213,95
agenti plurimandatari	euro 28.290,00 ogni preponente	euro 4.809,30 ogni preponente



È previsto comunque un contributo previdenziale annuo minimo che le aziende preponenti devono versare per ciascun agente, così fissato:

- euro 950,00 annui per agenti o rappresentanti monomandatari
- euro 476,00 annui per agenti o rappresentanti plurimandatari.

Nel caso in cui le somme liquidate permettano una trattenuta - a carico dell'agente - inferiore alle somme minime dovute da ambo le parti, la mandante è tenuta ad accollarsi le differenze fino a raggiungere i limiti prefissati.

Contribuzione Fondo Assistenza

Il contributo al Fondo Previdenza, come già detto, non è dovuto per gli agenti o rappresentanti che esercitano l'attività sotto forma di società di capitali (S.p.A. - S.r.l - S.a.p.a.).

Nel caso in cui l'agente operi in forma di società di capitali, quindi, la preponente deve versare alla Fondazione E.n.a.s.a.r.c.o., in sostituzione del fondo previdenziale, il contributo al Fondo di Assistenza.

Tale contributo va calcolato su tutte le somme liquidate all'agenzia, è a totale carico dell'azienda preponente e si calcola come segue:

I contributi al Fondo di Assistenza sono destinati al Fondo di Risanamento della Fondazione E.n.a.s.a.r.c.o., vengono cioè usati per tutti gli scopi sociali della Fondazione, ma non danno diritto a prestazioni sanitarie.



Periodico	Aliquota contributiva
fino a euro 13.000,00	4,00 %
da euro 13.000,01 a euro 20.000,00	2,00 %
da euro 20.000,01 a euro 26.000,00	1,00 %
da euro 26.000,01 in poi	0,50%

Modalità di versamento dei contributi

L'azienda preponente è tenuta a versare i contributi, sia previdenziali che assistenziali, trimestralmente.

Il versamento di tali contributi deve essere effettuato entro il 20esimo giorno del secondo mese successivo alla scadenza del trimestre solare considerato; pertanto:



Periodico	Versamento entro il
I trimestre (1° gennaio - 31 marzo)	20/5
II trimestre (1° aprile - 30 giugno)	20/8
III trimestre (1° luglio - 30 settembre)	20/11
IV trimestre (1° ottobre - 31 dicembre)	20/2 dell'anno successivo

Il versamento dei contributi dovrà essere preceduto da una distinta compilata e trasmessa alla Fondazione per via telematica o attraverso altro strumento informatico entro il termine, con le forme e nei modi stabiliti dal Consiglio di Amministrazione.

Il versamento è effettuato tramite addebito automatico sul conto corrente bancario dell'azienda preponente.

Il Fondo Indennità Risoluzione Rapporto (F.i.r.r.)

Come già esaminato nella sezione "Disciplina legislativa e contrattuale", le aziende preponenti sono tenute a corrispondere in favore dei propri agenti, a norma dei vigenti Accordi Economici Collettivi, l'Indennità Risoluzione Rapporto (c.d. I.r.r.), nelle seguenti entità:

- Agenti e rappresentanti monomandatari:
 - 4% sulle provvigioni fino a euro 12.400,00 annui
 - 2% sulla quota delle provvigioni tra euro 12.400,01 e euro 18.600,00 annui
 - 1% sulla quota delle provvigioni oltre euro 18.600,01 annui.
- Agenti e rappresentanti plurimandatari:
 - 4% sulle provvigioni fino a euro 6.200,00 annui
 - 2% sulla quota delle provvigioni tra euro 6.200,01 e euro 9.300,00 annui
 - 1% sulla quota delle provvigioni oltre euro 9.300,01 annui.

Tale contributo è totalmente a carico delle aziende preponenti, e va versato presso l'apposito fondo (c.d. "fondo Indennità risoluzione rapporto", o "F.i.r.r."), da effettuarsi, in via telematica, tramite addebito del conto corrente bancario dell'azienda preponente, entro il 31 marzo dell'anno successivo a quello di riferimento.

Qualora una preponente abbia più agenti di commercio, dovrà effettuare un unico versamento per l'importo totale del F.i.r.r in favore di tutti i suoi agenti, inoltrando altresì un'apposita **distinta di versamento** con la quale dettagliare gli importi a favore di ciascun agente.

Le sanzioni a carico del preponente inadempiente

Sono previste sanzioni - variamente determinate dal Regolamento delle Attività istituzionali - che vengono comminate alle preponenti che omettono o tardano i versamenti contributivi o l'iscrizione dell'agente alla Fondazione E.n.a.s.a.r.c.o.

Il controllo ispettivo sulle mandanti è effettuato dagli Ispettori del Lavoro e dagli Ispettori della Fondazione E.n.a.s.a.r.c.o.; il preponente che rifiuti di sottoporsi agli accertamenti degli organi ispettivi della Fondazione E.n.a.s.a.r.c.o. incorre in un'ammenda.

Prestazioni pensionistiche E.n.a.s.a.r.c.o.

La fondazione E.n.a.s.a.r.c.o. eroga le seguenti prestazioni pensionistiche:

- pensione di vecchiaia
- pensione di invalidità permanente totale
- pensione di invalidità permanente parziale
- pensione ai superstiti.

Pensione di vecchiaia

L'agente matura il diritto alla pensione di vecchiaia quando si verificano contemporaneamente due requisiti:

- avere compiuto il 67° anno se uomo, il 65° anno se donna
- avere maturato almeno 20 anni di anzianità contributiva.
- avere un'età anagrafica minima che, sommata con la contribuzione, raggiunga la "quota" prevista nell'anno di riferimento (92 per gli uomini e 90 per le donne).

La pensione decorre dal primo giorno del mese successivo a quello del conseguimento del diritto, purché la domanda venga fatta entro un anno da tale data.

Nel caso in cui l'agente prosegua l'attività dopo aver ottenuto la pensione di vecchiaia rimane inalterato l'obbligo, a carico delle aziende preponenti, di versare la contribuzione previdenziale e F.i.r.r.

Al compimento del settantesimo anno di età (indifferentemente se uomo o donna), se vi sono stati contributi previdenziali versati oltre quelli su cui la pensione è stata calcolata, spetterà all'agente - su

domanda di questi - un unico e definitivo supplemento di pensione, a patto che egli abbia effettivamente cessato l'attività.

Pensione di invalidità permanente totale (cd. "inabilità")

Tale pensione viene erogata a coloro che abbiano un'inabilità permanente totale per cui siano stati costretti a sciogliere ogni rapporto contrattuale, e viene liquidata in presenza dei seguenti requisiti:

- invalidità permanente
- almeno 5 anni di anzianità contributiva di cui 1 nel quinquennio precedente la data dell'evento.

Viene calcolata con lo stesso procedimento della pensione di vecchiaia tenendo conto però del triennio più favorevole nell'ultimo quinquennio.

La pensione decorre dal primo giorno del mese successivo a quello di presentazione della domanda.

Pensione di invalidità permanente parziale

Viene liquidata alle seguenti condizioni:

- riduzione della capacità di guadagno di almeno i due terzi
- almeno 5 anni di anzianità contributiva di cui tre nell'ultimo quinquennio. L'importo della pensione, calcolata come sopra, viene ridotto in proporzione alla capacità lavorativa.

Pensione ai superstiti

Può essere:

- indiretta, se l'agente è deceduto prima di aver maturato il diritto alla pensione
- di reversibilità se l'agente deceduto era già pensionato.

Per poter usufruire della pensione indiretta è necessario che sul conto dell'agente deceduto siano stati accreditati 20 anni di contributi o, in

alternativa, 5 anni di contributi di cui almeno uno nell'ultimo quinquennio.

Hanno diritto alla pensione ai superstiti gli stessi soggetti individuati per la pensione ai superstiti erogata dall'I.n.p.s..

Entrambe le pensioni decorrono dal primo giorno del mese successivo alla data del decesso. I criteri di calcolo sono analoghi a quelli usati per il calcolo della pensione di invalidità.

La prosecuzione volontaria

Gli iscritti che abbiano per qualsiasi ragione, sospeso o cessato l'attività, possono essere ammessi alla prosecuzione volontaria.

Possono cioè versare i contributi, totalmente a loro carico, fino a raggiungere il minimo dell'anzianità contributiva.

Per essere ammessi alla prosecuzione volontaria è necessario che siano versati almeno 7 anni di contributi obbligatori, anche non consecutivi, di cui almeno tre anni nel quinquennio precedente la sospensione o la cessazione dell'attività.

La richiesta di prosecuzione volontaria va presentata entro due anni dal primo gennaio dell'anno successivo a quello in cui è avvenuta la cessazione dell'attività.

La richiesta di prosecuzione volontaria deve essere indirizzata alla Fondazione E.n.a.s.a.r.c.o., che dovrà in seguito comunicare l'autorizzazione a versare i contributi, il cui importo annuo sarà pari alla media dei contributi degli ultimi 3 anni contributivi, anche non consecutivi.

Non possono essere ammessi alla prosecuzione volontaria gli agenti già pensionati o in possesso dei requisiti di età e contributivi necessari per il conseguimento della pensione di vecchiaia.

Decadono dal diritto a tale beneficio gli iscritti che abbiano ripreso l'attività o che abbiano nel frattempo conseguito i requisiti necessari per la pensione di vecchiaia.

Prestazioni integrative della Fondazione E.n.a.s.a.r.c.o.

Il Consiglio di Amministrazione della Fondazione E.n.a.s.a.r.c.o. in base ai consuntivi finanziari annuali, delibera di anno in anno quali sono le prestazioni integrative che possono essere erogate agli iscritti.

In genere, le prestazioni integrative erogate sono:

- borse di studio in favore dei figli degli iscritti
- premi di laurea in favore degli iscritti o dei loro figli
- soggiorni climatici e cure termali
- colonie estive per i figli degli iscritti
- assicurazioni per infortuni e malattie spedalizzate
- assegni per nascita e adozione
- assegni funerari
- sussidi sostitutivi dell'indennizzo assicurativo per infortunio o malattie spedalizzate;
- erogazioni straordinarie
- sussidi di assistenza e beneficenza
- corsi di istruzione e aggiornamento professionale.

Possono usufruire di tali sussidi tutti gli iscritti, nonché i loro figli, in possesso dei requisiti di anzianità contributiva, di iscrizione, di conto e di età, stabiliti ogni anno dal Consiglio di Amministrazione dell'Ente.

E.n.a.s.a.r.c.o. - prestazioni previdenziali

Pensione di vecchiaia

- requisiti:
 - almeno 66 anni di età (uomini) o 64 anni di età (donne)
 - almeno 20 anni contributivi
 - non è richiesta la cessazione dell'attività
- titolari del diritto:
 - chi ha esercitato attività di agente di commercio in forma di azienda individuale

- il legale rappresentante di una società di persone (s.n.c., s.a.s.) che ha svolto attività di agenzia commerciale.

Pensione di invalidità permanente totale (inabilità)

- requisiti:
 - invalidità del 100%
 - almeno 5 anni contributivi di cui almeno 1 nel quinquennio precedente la domanda cessazione attività lavorativa.
- titolari del diritto:
 - i medesimi soggetti che possono percepire la pensione di vecchiaia.

Pensione di invalidità permanente parziale

- requisiti:
 - invalidità di almeno 2/3 della capacità lavorativa
 - almeno 5 anni contributivi di cui almeno 3 nel quinquennio precedente la domanda.
- titolari del diritto:
 - i medesimi soggetti che possono percepire la pensione di vecchiaia.

Pensione ai superstiti

- reversibilità: se l'agente era già pensionato.
- indiretta: se l'agente non era ancora pensionato.
- requisiti: almeno 20 anni contributivi oppure almeno 5 anni contributivi, di cui almeno 1 nel quinquennio precedente la domanda.
- titolari del diritto: gli stessi soggetti che possono usufruire della pensione ai superstiti I.N.P.S.

Tecnica bancaria e servizi bancari

I titoli di credito

La funzione dei titoli di credito in un'economia moderna, è essenzialmente quella di consentire una rapida e sicura circolazione dei crediti, offrendo contemporaneamente al creditore sufficienti garanzie.

La circolazione dei crediti può anche avvenire mediante la cessione dei crediti, cessione che è disciplinata dal codice civile agli art. 1260 e seguenti; nella pratica però tale cessione non viene utilizzata perché richiede una procedura lenta, costosa e rischiosa per il creditore.

Per ottenere migliore speditezza nel trasferimento dei crediti sono stati predisposti i titoli di credito.

In questo corso si esamineranno unicamente quei titoli di credito che rappresentano una somma di denaro (cambiale e assegno), tralasciando quelli che rappresentano determinate merci (ad es. lettera di vettura, fede di deposito, ecc.) e quelli che rappresentano il diritto a partecipare ad un'impresa commerciale (es. azioni di società).

Definizione dei titoli di credito

Il titolo di credito è un documento nel quale è incorporato un diritto (di credito) letterale ed autonomo.

Esso contiene la promessa di una prestazione a favore di colui che, alla scadenza, dimostri di essere il possessore del titolo.

Caratteri fondamentali dei titoli di credito

Dalla definizione sopra riportata risulta che il titolo di credito presenta tre caratteristiche essenziali:

- incorporazione;
- la letteralità;
- l'autonomia.

Incorporazione del titolo di credito

Incorporazione significa che il diritto di credito è strettamente legato al documento; significa che il diritto è inseparabile dal documento per cui per esercitare il diritto bisogna presentare il documento.

Si dice: "possesso vale titolo".

Esempio:

- 1) se Tizio ha smarrito il titolo di credito (es. la cambiale) non può ottenere il pagamento dal debitore;
- 2) se Tizio vuole trasferire ad altri il proprio credito, deve trasferire contemporaneamente il documento che incorpora tale credito.

Letteralità del diritto di credito

Significa che il possessore del titolo può far valere quello che è scritto sul documento: cioè il credito è quello letteralmente indicato nel documento.

Autonomia del diritto di credito

Con il trasferimento del titolo, il nuovo possessore non acquista lo stesso diritto che aveva il precedente possessore, ma ne acquista uno nuovo, autonomo, originario. La conseguenza dell'autonomia del diritto è che il debitore non può opporre al nuovo possessore del titolo (che è il nuovo creditore) le eccezioni che potevano esser opposte al precedente possessore.

Il terzo possessore in buona fede viene così tutelato.

Esempio: Tizio rilascia a Caio un titolo di credito; Caio lo perde per la strada e lo raccoglie Sempronio, il quale, falsificando la firma e risultando pertanto legittimo possessore, lo trasferisce a Mevio; quando Mevio chiede il pagamento a Tizio, questi non può opporre a Mevio che ha acquistato il credito da Sempronio che non ne era il titolare: chi infatti acquista in buona fede un titolo di credito da chi non ne era titolare, diventa titolare del diritto (art.1994 c.c.).

In conclusione l'incorporazione del diritto nel documento, la letteralità e l'autonomia consentono ai titoli di credito di circolare in maniera rapida e sicura, eliminando così quegli inconvenienti che deriverebbero da una cessione del credito.

Si spiega perciò la loro enorme diffusione, anche al di fuori dell'attività propriamente commerciale.

Classificazione dei titoli di credito

I titoli di credito si distinguono in:

A) Titoli causali e titoli astratti

L'emissione o il trasferimento di un titolo di credito presuppone normalmente un rapporto di credito intercorrente fra due soggetti. Il titolo di credito si dice **causale** quando insieme con il diritto di credito viene indicato il rapporto fondamentale che ha dato origine al titolo di credito. Titolo di credito causale è, per esempio, il libretto di deposito a risparmio al portatore, dal quale risulta il tipo di negozio che ha dato origine alla sua emissione. Il titolo si dice **astratto** quando in esso non è menzionato il negozio giuridico fondamentale in base al quale il titolo è stato emesso. Esempio: se una cambiale viene emessa in seguito ad un contratto di mutuo o di vendita, dalla cambiale non risulta se il debito è conseguenza di uno dei suddetti contratti.

In relazione alla loro circolazione (o trasferibilità) i titoli di credito si distinguono in:

1) titoli al portatore

Circolano mediante la semplice consegna.

Il debitore dovrà pagare a colui che ha il possesso del titolo.

Questi titoli circolano rapidamente ma non danno sufficienti garanzie in caso di sottrazione o smarrimento.

La legge consente l'emissione di tali titoli solo nei casi espressamente previsti dalla legge stessa.

Sono esempi di titoli al portatore: i libretti di risparmio al portatore, le obbligazioni delle società per azioni, ecc.

2) i titoli all'ordine

Si dicono all'ordine perché contengono l'ordine di pagare ad una determinata persona.

Il primo possessore può apporre sul titolo un ordine, rivolto al debitore, di pagare ad un secondo soggetto, questi ad un terzo e così via.

La girata

Questi titoli si trasferiscono mediante una serie continua di girate. La girata consiste nell'ordine di pagamento a favore di una determinata persona (per me pagate al Signor...) e deve esser scritta sul titolo e sottoscritta dal girante.

Girante è il possessore del titolo che vi appone l'ordine.

Giratario è la persona indicata come destinatario del pagamento.

La girata può essere in pieno o in bianco.

La girata è "in pieno" quando contiene il nome del giratario e la firma del girante; è "in bianco" quando contiene solo la firma del girante.

Sono titoli all'ordine: la cambiale, l'assegno, la fede di deposito, ecc.

Titoli nominativi

Questi titoli di credito sono intestati ad una determinata persona il cui nome deve figurare nel registro dell'emittente (cioè di chi ha emesso il titolo).

Il trasferimento avviene mediante annotazione del nome dell'acquirente sul titolo e nel registro dell'emittente oppure con l'emissione di un nuovo titolo intestato al nuovo titolare.

Sono titoli nominativi i titoli azionari (azioni ordinarie e privilegiate - le azioni a risparmio possono esser emesse anche al portatore).

Nel capitolo successivo saranno esaminati soltanto quei titoli di credito

che più rientrano nel campo di attività dell'agente e che rappresentano somme di denaro e cioè la cambiale e l'assegno.

Tavola riassuntiva



Titoli di credito

Definizione: è un documento in cui è incorporato un diritto letterale ed autonomo (preferibile alla cessione del credito che comporta una procedura lenta e rischiosa).

Caratteri:

- 1) incorporazione del diritto nel documento: possesso vale titolo, cioè documento e diritto diventano una cosa sola;
- 2) letteralità del diritto: tutto il contenuto del diritto è enunciato nel titolo;
- 3) autonomia del diritto: il nuovo possessore acquista un diritto originario.

Classificazione dei titoli di credito secondo la causa:

- astratti: quando il rapporto fondamentale non è menzionato;
- causali: quando il rapporto causale è menzionato. Secondo la legge di circolazione:
 - titoli al portatore: circolano mediante la semplice consegna;
 - titoli all'ordine: contengono l'ordine di pagare ad una determinata persona e si trasferiscono mediante girata;
 - titoli nominativi: sono intestati ad una determinata persona il cui nome figura nel registro dell'emittente.

Vaglia o pagherò cambiario

È un titolo di credito all'ordine con cui l'emittente si obbliga a pagare al prenditore una determinata somma ad una data scadenza.

Contiene pertanto una promessa di pagamento ed il rapporto intercorre fra emittente (o debitore o sottoscrittore) e prenditore (o possessore o creditore o beneficiario).

La formula contenuta in un vaglia cambiario può essere la seguente:



Torino 15 Marzo 2002 euro 10.000,00
Al 15 settembre 2002 pagherò per questa cambiale
al Sig. ROSSI Bernardo la somma
di euro diecimila/00
Piscopo Antonio Antonio Piscopo
Via F.lli Bandiera 18 (firma)
10100 TORINO

La cambiale tratta o semplicemente tratta

È un titolo di credito che contiene l'ordine dato dal creditore (traente) al suo debitore (trattario o trassato) di pagare ad una terza persona (beneficiario o prenditore) una determinata somma nel luogo ed alla scadenza indicati nel titolo.

Esempio. se il signor Rossi Bernardo ha un credito di euro 1.000 verso il signor Piscopo Antonio e, contemporaneamente un debito dello stesso importo verso il signor Curti Giuseppe, senza attendere la riscossione della somma che poi dovrebbe esser versata al signor Curti, il signor Rossi può spiccare tratta sul signor Piscopo a favore di Curti.

Soggetti:

- traente o sottoscrittore: Rossi
- trattario o trassato: Piscopo;
- prenditore o beneficiario: Curti

La tratta ha la seguente forma:



Torino 20 marzo 2018.	euro 1.000,00
Al 20 novembre 2018 pagate per questa cambiale tratta al signor Curti Giuseppe la somma di euro mille/00	
Piscopo Antonio Via Nole 12 bis 10100 TORINO	Rossi Bernardo (firma)

Accettazione

Se il trattario accetta l'ordine e lo sottoscrive diventa obbligato principale. In caso di mancato pagamento da parte del trattario accettante, il portatore della cambiale (anziché sia il traente) ha contro lo stesso un'azione cambiaria diretta.

Nella tratta può verificarsi il caso che traente e beneficiario siano la stessa persona (la tratta viene quindi emessa a proprio favore).

Esempio: Rosso spicca tratta sul signor Piscopo all'ordine proprio.

Caratteri della cambiale

La cambiale è un titolo di credito all'ordine.

Contiene cioè l'ordine o la promessa incondizionata di pagare una somma determinata.

Oltre alle caratteristiche generali dei titoli di credito (incorporazione, letteralità ed autonomia), la cambiale è un titolo di credito:

- astratto in quanto la causa (o rapporto fondamentale) per la quale il titolo è stato emesso, non viene menzionata;
- formale in quanto la cambiale per esser tale deve possedere determinati requisiti di forma;
- esecutivo cioè la cambiale produce gli stessi effetti della sentenza del

giudice passata in giudicato. In sostanza, se una persona possiede una cambiale ed il debitore si rende insolvente alla scadenza, non occorre rivolgersi alla Magistratura per avere una condanna di pagamento. Il creditore può senz'altro procedere all'esecuzione forzata sui beni del debitore, può cioè procedere, con l'intervento degli organi giurisdizionali, al pignoramento dei suoi beni ed alla successiva vendita forzata, sul cui ricavato il creditore soddisfa le proprie ragioni.

Requisiti essenziali della cambiale

I requisiti essenziali della cambiale sono:

- denominazione di cambiale inserita nel contesto del titolo;
- l'ordine (nella tratta) o la promessa (nel pagherò) di pagare una certa somma di denaro;
- il nome di colui al quale o all'ordine del quale deve farsi il pagamento;
- la sottoscrizione del traente (o emittente);
- l'indicazione del luogo di pagamento.

Se manca uno di questi requisiti il documento non vale come cambiale, ma può valere come una comune promessa di pagamento.

Il bollo cambiario

La cambiale va redatta su appositi moduli bollati. L'ammontare dell'imposta di bollo è proporzionale all'ammontare della somma indicata sulla cambiale (12 per mille). Il bollo non è un requisito essenziale; però la sua irregolarità fa perdere alla cambiale la sua efficacia esecutiva.

Scadenza delle cambiali

La scadenza delle cambiali può esser fissata in quattro distinte maniere:

- a data fissa: quando viene stabilito con esattezza il giorno del pagamento (es. 25 giugno 2020);

- a certo tempo data: esempio " a 3 mesi data" oppure " 6 mesi data" vuol dire che la somma deve esser pagata dopo quel determinato periodo di tempo dalla data di emissione;
- a vista: quando l'effetto deve esser pagato al momento della presentazione al debitore;
- a certo tempo vista: esempio " a 3 mesi vista" significa che la cambiale scade dopo un determinato periodo di tempo dalla presentazione al debitore (e quindi dalla data dell'accettazione o del protesto).

L'avallo

Il beneficiario o il possessore del titolo può pretendere dal debitore, a maggior garanzia del pagamento, che la cambiale sia avallata.

L'avallo è pertanto una garanzia prestata da una persona (avallante) a favore di uno dei debitori cambiari (traente o trattario o emittente) detto avallato. Avallante è colui che si obbliga a pagare il debito nel caso in cui il debitore non paghi.

L'avallo viene espresso con le parole "per avallo" seguite dalla firma dell'avallante.

L'avallo può essere generico (quando non viene indicato il nome dell'avallato) o specifico (quando viene indicato). Nell'avallo generico la garanzia si intende prestata a favore del traente.

La girata

La cambiale può esser trasferita mediante girata (vedi titoli di credito).

La girata si scrive sul retro della cambiale.

La girata può essere in pieno se contiene oltre alla firma del girante anche l'indicazione del giratario oppure in bianco se contiene solo la firma del girante.

Esempio di girata in pieno:

"per me pagate al signor... (nome del giratario)

(firma del girante)

Esempio di girata in bianco: (firma del girante)

Protesto cambiario

Il rifiuto del pagamento da parte dell'emittente o del trattario accettante dà luogo a protesto. Il protesto deve essere effettuato entro il secondo giorno non festivo successivo alla scadenza. Si ricorda che a questi effetti il sabato è considerato festivo.

Il protesto è un atto ufficiale redatto da un Notaio o Ufficiale Giudiziario (o Segretario comunale) nel quale si constata il rifiuto di pagare da parte del trattario accettante o dell'emittente.

Il protesto permette al possessore del titolo di esercitare l'azione di regresso.

I protesti sono pubblicati sul "Bollettino dei Protesti" che viene pubblicato a cura della Camera di Commercio della provincia ove il debitore ha la residenza.

Azioni cambiarie

In caso di mancato pagamento della cambiale, il possessore può utilizzare:

- l'azione diretta che può essere fatta contro l'emittente o l'accettante ed i loro avallanti. Tale azione si prescrive in tre anni dalla scadenza. Per la sua esperibilità non è obbligatorio l'atto di protesto;
- l'azione di regresso viene fatta dal portatore contro il traente, i giranti ed i loro avallanti. Tale azione si prescrive in un anno dalla data del protesto (e pertanto per la sua esperibilità è necessario tale

atto). Le azioni dei giranti gli uni contro gli altri e quelle contro il traente si prescrivono in sei mesi a decorrere dal giorno in cui il girante ha pagato la cambiale o dal giorno in cui l'azione di regresso è stata promossa contro di lui.

Ammortamento della cambiale

In caso di smarrimento, furto o distruzione della cambiale il possessore del titolo (per il principio dell'incorporazione del diritto nel documento) perderebbe il diritto ad incassare il titolo stesso.

Per ovviare a tale inconveniente può iniziare la procedura di ammortamento (dopo aver avvisato il debitore principale) presentando domanda al Presidente del Tribunale del luogo in cui è pagabile la cambiale. Il Presidente del Tribunale, accertata la verità dei fatti, emette un decreto di ammortamento del titolo, ed ordina o il pagamento del titolo (se già scaduto) o l'emissione di un suo duplicato.

Sconto della cambiale

Con l'operazione di sconto la Banca anticipa al cliente, previa deduzione di un interesse, l'importo di un credito cambiario verso terzi non ancora scaduto mediante la cessione salvo buon fine del credito stesso (è una cessione "pro solvendo" e non "pro soluto").

Tali interessi prendono il nome di sconto.

Esempio: se una persona ha bisogno immediato di denaro può girare la cambiale alla Banca, di cui è cliente, la quale anticipa l'importo diminuito degli interessi che vengono scontati.



La cambiale

Definizione: è un titolo di credito all'ordine che contiene l'obbligo di pagare una determinata somma ad una data scadenza.

Tipi di cambiale:

- vaglia cambiario o pagherò;
- cambiale tratta o tratta.

Accettazione:

è l'atto con il quale il trattario assume l'obbligazione cambiaria impegnandosi così di pagare alla scadenza.

Caratteri:

- incorporazione del diritto nel titolo;
- letteralità del diritto;
- autonomia del diritto;
- astrattezza del diritto;
- esecutività del diritto.

Requisiti essenziali:

- denominazione di cambiale inserita nel titolo;
- ordine incondizionato di pagare una certa somma;
- nome del debitore emittente (o trattario);
- nome del prenditore o beneficiario;
- sottoscrizione del traente o emittente.

Bollo cambiario: è necessario per l'esecutività della cambiale; l'importo del bollo è proporzionale all'ammontare della somma.

Scadenza:

- a data fissa;
- a certo tempo data;
- a vista;
- a certo tempo vista.

Avallo: è una garanzia prestata da un terzo (avallante) a favore di un debitore cambiario detto avallato. Può essere avallo generico o specifico.

Girata: è l'atto con il quale viene trasferita la proprietà della cambiale (girata propria). La girata può essere:

- girata piena se contiene la firma del girante e l'indicazione del giratario;
- girata in bianco se contiene soltanto la firma del girante.

Protesto: è l'accertamento ufficiale fatto da un Notaio o da un Ufficiale Giudiziario del mancato pagamento della cambiale (o della mancata accettazione).

Sconto: è l'operazione con la quale la Banca anticipa al cliente l'importo di un credito cambiario non ancora scaduto previa deduzione degli interessi concordati.

Funzione e caratteri degli assegni

La funzione economica dell'assegno è diversa dalla funzione economica della cambiale: mentre infatti la cambiale è uno strumento di credito con scadenza futura, gli assegni sono strumenti di pagamento sostitutivi della moneta e pertanto sono sempre pagabili a vista, cioè all'atto della presentazione, anche se recano una data successiva a quella della loro emissione.

Esser pagabili a vista gli assegni, al momento della loro emissione, devono avere la corrispondente provvista presso la Banca a cui è diretto l'ordine; la cambiale essendo uno strumento di credito con pagamento futuro non è soggetta alla disponibilità di fondi.

Dal punto di vista formale, la dichiarazione contenuta nell'assegno è identica a quella della cambiale e consiste o in un ordine di pagamento o in una promessa di pagamento.

I principali tipi di assegno sono: l'assegno bancario e l'assegno circolare.

L'assegno bancario

L'assegno bancario o chèque, è un titolo di credito emesso dal correntista che contiene l'ordine diretto alla propria Banca di pagare a vista una certa somma o alla persona indicata o al portatore.

La possibilità di emettere assegni al portatore è stata però limitata dal decreto legislativo n. 231/2007 dove si precisa che, a far data dal 06.12.2011, gli assegni di importo pari o superiore ad euro 1.000,00 devono indicare il nome o la ragione sociale del beneficiario e contenere la clausola "non trasferibile". Su tutti gli assegni "liberi" ossia senza la clausola non trasferibile, di importo inferiore a 1.000,00, è dovuta un'imposta di bollo di 1,5 euro.

Gli elementi essenziali dell'assegno bancario sono:

- la denominazione di assegno bancario (o chèque) inserita nel contesto del titolo;
- l'ordine incondizionato di pagare una somma determinata;
- il nome del trattario (Banca);
- l'indicazione della data e del luogo di emissione;
- l'indicazione del luogo di pagamento;
- la sottoscrizione di colui che emette l'assegno (traente)

Il traente deve avere al momento dell'emissione presso la Banca (trattaria) la cosiddetta "provvista", ossia la disponibilità di denaro derivante da precedenti versamenti.

Il beneficiario può trasferire ad altri l'assegno con la semplice consegna (se l'assegno è al portatore) o con la girata (se l'assegno è all'ordine).

Caratteri dell'assegno

Come la cambiale anche l'assegno è caratterizzato dalla:

- incorporazione del diritto nel titolo;
- letteralità ed autonomia del diritto;
- astrattezza ed esecutività del titolo.

Diversa funzione economica fra assegno e cambiale

La diversa funzione economica fra l'assegno e la cambiale tratta comporta le seguenti differenze:

- l'assegno bancario può essere all'ordine o al portatore (sia pure con le limitazioni viste), la cambiale tratta è sempre all'ordine;
- nell'assegno bancario il trattario può essere soltanto la Banca, nella cambiale il trattario può essere una Banca o una qualunque persona fisica;
- l'assegno bancario è sempre a vista (cioè deve essere pagato all'atto della sua presentazione, non è ammessa la postdatazione), la tratta può essere a data fissa, a certo tempo data, a vista, a certo tempo vista;
- l'assegno bancario può essere emesso solo da chi ha presso la Banca la disponibilità di una provvista di denaro, la cambiale tratta può essere emessa da chiunque senza che al momento dell'emissione il trattario abbia la provvista;
- nella cambiale il bollo è proporzionale all'importo (12 per mille), nell'assegno non si hanno bolli proporzionali ma un'imposta di bollo di 1,5 euro per assegni liberi e permessi solo per importi inferiori a euro 1.000,00.

La girata

Poiché l'assegno è uno strumento di pagamento, esso può circolare attraverso una successione di beneficiari prima di esser presentato in Banca per l'incasso.

La circolazione dell'assegno trasferibile è garantita ed attuata con l'operazione digirata. Questa trasferisce al beneficiario la proprietà dell'assegno con tutti i diritti inerenti. Si effettua scrivendo sul retro dell'assegno, nell'apposito spazio o la formula " e per me pagate a..." seguito dal nome della persona cui si intende girarlo e con sotto la firma del girante (girata in pieno) oppure con la sola firma del girante (girata in bianco).

In ogni caso la girata non può essere condizionata ("Per me pagate se..."), nel caso la condizione si ha per non apposta, o parziale ("per me pagate soltanto..."), nel qual caso è nulla.

A decorrere dal 30.04.2008 sulla girata degli assegni trasferibili deve poi essere riportato il codice fiscale sotto la firma del girante a pena nullità: in mancanza, il titolo non può essere negoziato.

Clausole limitative

Per evitare possibili abusi nella circolazione degli assegni e per attenuare i pericoli derivanti dallo smarrimento o sottrazione degli assegni, sono state previste clausole limitative della circolazione di cui le più importanti sono:

a) "Non trasferibilità" dell'assegno:

Quando sul titolo viene indicata la clausola "non trasferibile" significa che l'assegno deve essere pagato al primo prenditore, il quale pertanto non può girarlo se non ad un banchiere per l'incasso.

b) "Sbarramento" dell'assegno

L'assegno è sbarrato quando sulla sua faccia anteriore sono tracciate due linee parallele ed oblique.

Lo sbarramento è generale se tra le due sbarre non vi è alcuna indicazione e vi è la semplice indicazione di "banchiere" o altra equivalente, speciale se fra le due sbarre è scritto il nome di una banca. Nello sbarramento "generale" il trattario non può pagare l'assegno che ad una banca o ad un cliente del trattario.

Nello sbarramento "speciale" l'assegno bancario non può essere pagato dal trattario che alla banca designata o, se questi è il trattario a un suo cliente.

I termini di validità dell'assegno

Teoricamente, un assegno può essere presentato alla Banca trattaria

per il pagamento in ogni momento. In realtà, perché l'assegno conservi la sua piena efficacia nei confronti di tutti gli obbligati (traenti e giranti), la presentazione deve aver luogo entro termini precisi previsti dalla legge per esercitare il protesto in caso di mancato pagamento..

I termini sono:

- di 8 giorni se il titolo è su piazza;
- di 15 giorni se il titolo è fuori piazza;
- di 20 giorni se il titolo è emesso in un diverso Stato dello stesso continente. A questo punto va ricordato che il traente risponde per via cambiaria del pagamento dell'assegno da lui emesso per altri sei mesi dopo la scadenza dei citati termini di presentazione. Pertanto l'ultimo giratario o portatore dell'assegno, se vuol far salvi i propri diritti cambiari nei confronti del traente, deve presentare l'assegno entro il termine massimo di sei mesi più otto o quindici giorni dalla data di emissione.

Riassumendo, sono possibili diverse conseguenze a seconda che l'assegno sia presentato:

- *nei termini*. Se l'assegno non viene pagato, il titolo può essere protestato, nel qual caso i responsabili del mancato pagamento sono il traente ed i giranti; l'assegno ha piena efficacia; la revoca da parte del traente non vincola la Banca trattaria
- *fuori termine*. Se l'assegno non viene pagato non può essere protestato. Conseguentemente i giranti sono esonerati dalla loro responsabilità cambiaria, anche se resta la responsabilità cambiaria del traente; il titolo ha un'efficacia ridotta; la revoca da parte del traente ha effetto vincolante per la Banca trattaria
- *dopo sei mesi dalla scadenza dei termini*. Neppure il traente è cambiariamente responsabile per il mancato pagamento; il titolo ha perso ogni efficacia anche se entro un anno dalla scadenza dei termini è possibile intraprendere l'azione di arricchimento.

Il mancato pagamento di un assegno bancario comporta quindi (se presentato nei termini) il protesto, la pubblicazione del nome del traente protestato sul Bollettino dei Protesti nonché le sanzioni previste dalla legge del 15/12/90 n. 386. Sotto l'aspetto penale l'emissione di assegno bancario privo di provvista è stata depenalizzata.

L'assegno circolare

L'assegno circolare è un titolo di credito all'ordine, emesso da un Istituto di credito a ciò autorizzato, con cui lo stesso si obbliga a pagare a vista una somma determinata disponibile presso di sé. Tale somma è pagabile presso tutti i recapiti comunque indicati dall'emittente.

Esempio

Torino 15 Aprile 2002 EURO 1.000,00
ISTITUTO BANCARIO SAN PAOLO-IMI

A vista pagherà per questo assegno circolare
EURO mille/00

Al signor Rossi Mario Per ISTITUTO BANCARIO S. PAOLO-
IMI Agenzia n. 10 - Torino
(firma dell'incaricato)

Per ottenere dalla Banca l'emissione di un assegno circolare occorre versare preventivamente, alla stessa, la somma o in contanti (se non si è clienti) o con addebito sul conto nel caso contrario.

Mentre l'assegno bancario è un ordine di pagamento dato dal cliente alla banca trattaria ed ha la stessa struttura della cambiale tratta, nell'assegno circolare è la Banca emittente che promette di pagare una somma al possessore del titolo presso qualsiasi sua sede, succursale od

agenzia ed ha quindi la stessa struttura del vaglia cambiario.

Pure essendo l'assegno circolare e quello bancario entrambi strumenti di pagamento, presentano tuttavia le seguenti differenze:

- l'assegno circolare può esser emesso unicamente all'ordine;
- l'emittente dell'assegno circolare è sempre una Banca (nell'assegno bancario è il correntista);
- l'assegno circolare appare più garantito rispetto all'assegno bancario (quest'ultimo potrebbe esser privo della provvista).

La banca ed i suoi servizi: premessa

La Banca svolge sia una funzione d'intermediazione creditizia spaziale e temporale (attività istituzionale o principale) che un'importante funzione di prestazione di servizi.

È quindi assai importante per un agente di commercio conoscere sia i principi generali dell'operatività bancaria che le caratteristiche dei servizi che questa effettua.

La banca nella sua funzione di intermediazione creditizia

Nella sua funzione d'intermediazione creditizia la Banca si procura denaro attraverso operazioni di raccolta del risparmio (operazioni passive per la banca) ed eroga finanziamenti attraverso operazioni d'impiego di fondi (operazioni attive per la Banca). Il differenziale tra i tassi attivi applicati agli affidati ed i tassi passivi praticati ai risparmiatori rappresenta la principale voce dei proventi bancari (accanto alle commissioni, al gioco delle valute, ecc.).

Operazioni di raccolta

Con tali operazioni la Banca si procura denaro da una miriade d'operazioni di deposito (giuridicamente il deposito bancario è un deposito irregolare) effettuate dai risparmiatori che consegnano il loro

denaro per ottenere sia una funzione di custodia che di remunerazione del capitale.

La raccolta del risparmio viene effettuata principalmente mediante:

- depositi a risparmio liberi o vincolati
- conti correnti
- certificati di deposito
- pronti contro termine, ecc.

Camera di commercio di Torino

Tavola riassuntiva



Gli assegni

Principali tipi di assegno:

- assegno bancario o chèque;
- assegno circolare.

Definizione: assegno bancario è un titolo di credito all'ordine o al portatore contenente l'ordine diretto ad una Banca di pagare a vista una somma indicata.

Elementi essenziali:

- la denominazione di assegno bancario (o chèque) inserita nel contesto del titolo;
- l'ordine incondizionato di pagare a vista una somma determinata;
- il nome del trattario (Banca);
- l'indicazione della data e del luogo di emissione;
- l'indicazione del luogo di pagamento;
- la sottoscrizione di colui che emette l'assegno (traente).

Caratteri dell'assegno:

- incorporazione del diritto nel titolo;
- letteralità ed autonomia del diritto;
- autonomia del diritto;
- astrattezza ed esecutività del titolo.

Provvista: è la disponibilità di denaro che il cliente deve avere presso la Banca al momento dell'emissione dell'assegno.

Diversa funzione economica dell'assegno e della tratta:

- l'assegno è un mezzo di pagamento a vista, cioè all'atto della presentazione;
- la tratta è uno strumento di credito con scadenza futura;
- l'assegno deve avere la provvista, per la tratta non è richiesta;
- l'assegno può esser emesso all'ordine o al portatore, la tratta è sempre all'ordine;
- nell'assegno il trattario è sempre una Banca, nella tratta il trattario può essere una Banca o una qualunque persona fisica.

Clausole limitative della circolazione:

- non trasferibilità dell'assegno;
- sbarramento dell'assegno (generale o speciale).

Il conto corrente di corrispondenza

Da un punto di vista giuridico il conto corrente di corrispondenza (il conto corrente semplice non è più utilizzato dalle banche) è un particolare tipo di contratto fra cliente e Banca caratterizzato da due elementi essenziali:

- la Banca riceve dal correntista un mandato col quale si assume l'obbligo di eseguire gli incarichi e le operazioni che, entro i limiti contrattuali e d'uso, il cliente le conferirà (pagamento a terzi, giroconti, acquisto e vendita di titoli, pagamento di utenze, riscossione di crediti cambiari, ecc.)
- il cliente è tenuto a versare una somma di denaro che la Banca si obbliga a tenere presso di sé insieme al denaro riscosso per incarico del cliente a seguito delle operazioni da questo ordinate.

Le somme rimosse o pagate alla Banca in esecuzione degli incarichi affidatole dal correntista vengono accreditate o addebitate in conto e certificate di solito mediante comunicazioni scritte.

Sui fondi depositati il correntista riceve una remunerazione del proprio capitale (interesse).

Da un punto di vista pratico il conto corrente di corrispondenza consente al cliente:

- la custodia dei propri soldi;
- l'ottenimento di una remunerazione;
- l'uso di uno strumento di pagamento;
- l'utilizzo di alcuni servizi bancari.

Come aprire un conto corrente in banca

Per aprire un c/c di corrispondenza basta presentarsi ad un'Agenzia di Banca e richiedere di poter diventare correntista. Se si è maggiorenni (o minori emancipati), e se le indagini che la Banca svolge sul richiedente hanno esito positivo, a questi viene sottoposta una lettera

contratto in cui sono riportate le condizioni generali redatte dall'A.B.I. e che regolano i rapporti fra le Banche ed i clienti correntisti.

Il richiedente dichiara esplicitamente di accettare tali norme apponendo la propria firma su una copia della lettera contratto. Altre clausole relative a particolari operazioni (ordini permanenti di bonifico, per esempio) vengono concordate separatamente, non più con una semplice firma di adesione a una lettera contratto prestampata, ma con una pattuizione scritta.

Fra le norme contenute nella lettera-contratto la Banca inserisce una serie di clausole che hanno lo scopo di ridurre i rischi che essa si assume accettando di compiere operazioni per conto del cliente correntista. In particolare viene stabilito che gli ordini del cliente vengono eseguiti a rischio di quest'ultimo per ogni conseguenza derivante da un qualsiasi errore, anche telegrafico, disguido o ritardo.

La Banca declina poi ogni responsabilità per quanto riguarda l'eventuale mancata assunzione di ordini o operazioni causate da terzi o comunque non addebitabile alla Banca, la quale, a propria garanzia, stabilisce espressamente anche che tutti i diritti che essa vanta nei confronti del cliente sono garantiti in qualunque tempo dal complesso delle somme e dei valori del cliente e da essa detenuti a qualunque titolo (diritto di compensazione).

Una volta restituita alla Banca la copia della lettera-contratto, l'intestatario del conto deposita, presso la Banca, una somma anche minima, ed un esemplare della propria firma su un particolare modulo detto "specimen". Questo serve alla Banca per controllare l'autenticità della firma del correntista in calce agli assegni o alle disposizioni che verranno presentate ai propri sportelli. La mancata concordanza fra la firma sullo specimen in giacenza presso la Banca e la firma del correntista sugli assegni presentati da terzi per la riscossione è una delle cause che consentono alla Banca di non pagare il titolo.

In alcuni casi, pur essendoci questa concordanza, le Banche tendono ad esercitare una certa prudenza nel pagamento. In particolare la concordanza delle firme non viene ritenuta elemento sufficiente quando l'operazione richiesta sia il prelevamento da un conto corrente o deposito a risparmio inattivo e da tempo bloccato. In questi casi, gli addetti della Banca si assicurano che l'operazione sia effettivamente richiesta dal cliente, identificano con certezza il richiedente che si è presentato allo sportello, ne riportano gli estremi del documento di identificazione sul titolo di pagamento.

Poiché sullo specimen vanno depositate le firme degli intestatari del conto corrente di corrispondenza e dei loro eventuali rappresentanti, occorre tener presente che sono possibili più forme di intestazione.

Il conto corrente singolo

È intestato ad una sola persona, l'unica autorizzata ad emettere assegni o ordini di addebito.

L'intestatario può delegare un'altra persona a compiere tutte le operazioni, compresa la firma degli assegni.

La delega viene meno in caso di revoca da parte del titolare o di sua morte o incapacità sopravvenuta.

Il conto corrente a firme congiunte

È intestato a due o più persone, le cui firme devono comparire congiuntamente sul titolo di pagamento o sulle disposizioni date alla Banca.

Questa forma di intestazione è particolarmente usata, a garanzia reciproca, da soci in affari che sono così liberi di versare sul conto, ma non di prelevare se non insieme.

Il conto corrente a firme disgiunte

È intestato a due o più persone, ciascuna delle quali può disporre

liberamente del conto, firmando assegni o ordini di pagamento singolarmente o autonomamente.

Questa forma di intestazione è particolarmente diffusa fra privati legati da particolari vincoli di fiducia (membri di una stessa famiglia, marito e moglie, fratelli e così via), in quanto ciascuno degli intestatari, singolarmente preso, è titolare unico del conto. Anche da un punto di vista pratico questa soluzione è particolarmente favorevole, in quanto permette, in caso di assenza o morte di uno degli intestatari di poter utilizzare il conto senza alcuna limitazione.

Espletate queste formalità, la Banca rilascia al cliente un libretto di assegni su ciascuno dei quali viene stampigliato il numero di c/c del cliente ed un numero progressivo che li contraddistingue. Al momento della consegna il cliente (o persona da lui autorizzata con delega scritta) deve sottoscrivere per ricevuta un tagliando contenuto nel libretto e una dichiarazione stampigliata con la quale si dichiara in possesso dei requisiti di legge per l'ottenimento e l'uso degli assegni.

Con il rilascio del libretto di assegni, si perfeziona, da un punto di vista giuridico, la cosiddetta "convenzione di assegno": la Banca autorizza il correntista ad utilizzare le somme disponibili sul conto emettendo assegni, mentre dal canto suo si impegna verso il cliente (se esistono determinate condizioni) a pagarli.

Quanto può rendere il conto corrente

Il c/c di corrispondenza pur essendo tecnicamente un deposito, non è però un deposito fruttifero. Ciò significa che il correntista, decidendo di effettuare questo tipo di deposito, non intende effettuare un investimento del proprio risparmio ma piuttosto utilizzare i servizi derivanti dall'essere correntista.

Per questa ragione, in alcuni Paesi, le Banche non corrispondono alcuna remunerazione ai titolari di questi conti. In Italia invece i c/c di

corrispondenza vengono remunerati e generalmente sulla base di due parametri: le condizioni del mercato del denaro (che può spingere verso aumenti o diminuzioni generalizzate dei tassi di interesse praticabili) e la libera contrattazione fra Banca e cliente (in questo caso, variabile importante è l'entità della somma in deposito).

Il rendimento del c/c di corrispondenza dipende quindi da molti elementi sui quali, il cliente ha di solito scarsa possibilità di incidere. Gli unici accorgimenti che questi può adottare sono di rivolgersi a più Banche o filiali, mettendo a confronto le condizioni praticate da ciascuna

Per spuntare un tasso più elevato (o costi minori di mantenimento del conto), molti correntisti fra i quali intercorrono rapporti di fiducia aprono un conto unico, aziende o associazioni professionali stipulano convenzioni. Anche con questi accorgimenti, il tasso di interesse rimane per il cliente un problema aperto. Una volta fissato all'apertura del conto la remunerazione (la quale normalmente non risulta per iscritto nel contratto di apertura del conto), la Banca può infatti variarla successivamente (deve però comunicare le variazioni in base alla legge 154/92 legge sulla trasparenza bancaria).

Quanto costa il conto corrente

Dal punto di vista del cliente, il c/c di corrispondenza presenta alcuni costi che vanno detratti dal tasso di interesse concessogli dalla Banca per conoscere con precisione il rendimento netto del proprio conto.

Un primo tipo di costi è rappresentato dagli interessi passivi che deve alla Banca quando il saldo del conto diventa negativo.

Ciò può avvenire quando il cliente è autorizzato dalla Banca ad operare in misura prefissata oltre il limite del conto (quando cioè ha ottenuto un affidamento), o quando si verifica un cosiddetto scoperto di valuta .

In entrambi i casi il correntista diventa debitore della banca per interessi passivi.

Un secondo costo è rappresentato dalla ritenuta fiscale del 27% sugli interessi percepiti che la Banca trattiene per poi versare allo Stato come imposta sul reddito rappresentato dagli interessi percepiti.

Un terzo costo è rappresentato dalle spese sostenute dalla Banca per la gestione del conto (spese per singola operazione e spese di chiusura).

Operazioni di impiego

Con tali operazioni la Banca utilizza il denaro dei risparmiatori concedendo affidamenti.

Il fido bancario è la misura complessiva del credito (di qualunque specie), che una Banca concede ad un cliente che ne abbia fatto richiesta.

La concessione del fido è comunque la fase terminale di un processo che partendo dalla richiesta avanzata dal cliente, analizza sia la sua capacità tecnico professionale che la consistenza del suo patrimonio e la redditività della sua attività.

Secondo le garanzie ottenute i fidi possono essere:

- fidi in bianco o allo scoperto quando si basano unicamente sulla solvibilità del richiedente;
- fidi assistiti da garanzie personali (avalli o fidejussioni);
- fidi assistiti da garanzie reali (pegni ed ipoteche).

Secondo la forma tecnica di affidamento si può avere:

- *apertura di credito* - contratto mediante il quale la Banca si obbliga a tenere a disposizione del cliente una somma di denaro per un dato periodo di tempo o a tempo indeterminato (la forma più utilizzata è l'apertura di credito in c/c dove la banca concede al cliente la possibilità di andare in scoperto sul proprio conto fino ad un certo importo. Il cliente pagherà trimestralmente sia gli interessi passivi sulla cifra "in rosso" per il periodo di utilizzo che la commissione sul massimo scoperto);
- *sconto di carta commerciale* - la Banca accetta di scontare le cambiali che l'affidato riceve dalla propria clientela fino ad un certo importo detto

castelletto. La Banca può stabilire il tipo di cambiali che accetterà allo sconto e la scadenza che di regola non può superare i sei mesi. La Banca calcola lo sconto dal giorno dell'accredito sino alla scadenza delle cambiali aggiungendo le commissioni di incasso e le eventuali spese di spedizione, di informazione, ecc., ed accredita sul conto il netto ricavo cioè la differenza fra il valore della cambiale e lo sconto più le spese;

- *anticipi di portafoglio* - accrediti salvo buon fine con libera disponibilità (l'accredito degli effetti viene effettuato sul conto con valuta della scadenza più giorni di incasso);
- *anticipi su fatture* - che comportano una cessione del credito a norma dell'art. 1260 Codice Civile con un mandato di solito irrevocabile all'incasso;
- *mutui ipotecari* - finanziamenti a medio e lungo termine assistiti da garanzia ipotecaria;
- *anticipazioni garantite* - che comportano un credito con garanzia in pegno di determinati valori (titoli, merci, ecc.).

Rapporti clientela-banca

I rapporti clientela-banca sono stati notevolmente influenzati:

- dalla Legge n. 154 del 17/2/1992 sulla trasparenza delle condizioni contrattuali bancarie (obbligo da parte della Banca di informazione e trasparenza delle condizioni applicate);
- dalla Legge n. 413 del 30/12/1991 che ha limitato l'estensione e l'opponibilità del segreto bancario (non più opponibile sia al giudice penale che all'amministrazione tributaria);
- dall'istituzione dell'Ombudsman bancario (difensore civico) che è un organismo collegiale che può esser chiamato a risolvere in via extragiudiziale le controversie di limitato importo fra clientela e Banca (prima occorre rivolgersi all'Ufficio Reclami della Banca e dopo 60 giorni ci si può rivolgere all'Ombudsman, cifra massima 5 milioni).

Servizi bancari

Oltre alle operazioni istituzionali (depositi ed impieghi) le Banche offrono ai propri clienti tutta una serie di servizi.

I principali di essi riguardano:

- cassa continua;
- bancomat (utilizzati sia per prelievi presso le agenzie bancarie che nei P.O.S.);
- bonifici bancari e giroconti;
- pagamento di utenze o tasse;
- carte di credito - che sono documenti personali (non trasferibili) emesse da una banca o da un gruppo di banche che permettono al correntista autorizzato di acquistare beni o servizi presso esercizi convenzionati con la banca emittente che garantisce il pagamento dei relativi importi;
- cassette di sicurezza;
- incasso di cambiali e ricevute bancarie;
- gestione del risparmio (fondi comuni, gestioni personalizzate, ecc.).

La banca online

Con lo sviluppo di internet ha assunto sempre più importanza la possibilità di utilizzare l'home banking e quindi la possibilità di poter operare sul conto corrente senza doversi recare fisicamente agli sportelli.

Banca "on line" significa quindi poter visionare il proprio c/c in qualsiasi momento e verificarne le movimentazioni, poter dare disposizione di bonifici a favore di terzi, possibilità di operare in tempo reale sui mercati azionari, ecc.

Per poter utilizzare il proprio conto tramite internet occorre manifestare la propria intenzione alla banca che fornirà quindi sia una user id (codice identificativo del cliente) che una password (codice conosciuto solo dal cliente) per poter accedere ai vari servizi.

Tavola riassuntiva

La banca ed i servizi bancari

Banca: impresa che svolge funzioni di intermediazione creditizia e di prestazione di servizi.

Funzione di intermediazione creditizia:

- operazioni passive (raccolta del risparmio);
- operazioni attive (impiego del risparmio).

Operazioni passive: sono costituite dalle operazioni di raccolta del risparmio (libretti di deposito, c/c di corrispondenza, pronti contro termine, ecc.).

Il conto corrente di corrispondenza è: un contratto con il quale la Banca assume l'obbligo nei confronti del correntista di eseguire gli incarichi e le operazioni che questi le conferirà e le operazioni di accredito o addebito sono di solito certificate al cliente mediante comunicazioni scritte. Tale conto da un punto di vista contabile è tenuto col metodo scalare procedimento amburghese che permette l'applicazione di due tassi (a credito ed a debito).

Il conto corrente può essere:

- a firma unica (con eventuale delega)
- a firma plurima (a firma congiunta o disgiunta).

Operazioni attive: sono quelle dove la Banca utilizza il denaro dei risparmiatori concedendo affidamenti (aperture di credito, sconti di carta commerciale, mutui, anticipi su fatture, ecc.).

Servizi bancari: operazioni accessorie alle attività istituzionali compiute dalle Banche (pagamento utenze, incasso di effetti, bonifici bancari, bancomat, gestione del risparmio, ecc.).

Banca "on line": quando la Banca concede al cliente la possibilità di poter operare sul conto corrente tramite internet.

Legislazione tributaria

Lo Stato e gli altri Enti Pubblici, hanno bisogno, per poter funzionare, di introiti finanziari. Questi possono derivare da molteplici attività: locazione di beni immobili, vendita di beni mobili od immobili, da corrispettivi per servizi resi, da giochi legati alla sorte, ecc.

La parte più consistente degli introiti deriva però dalle entrate tributarie.

La Costituzione repubblicana fa obbligo a tutti di concorrere alla spesa pubblica, in ragione della propria capacità contributiva.

Generalmente le entrate tributarie si distinguono in:

- tasse;
- imposte;
- contributi.

La *tassa* è il corrispettivo dovuto per un servizio richiesto (es. tasse scolastiche, tasse sulle concessioni governative, tasse postali, ecc.).

L'*imposta* è invece una prestazione tributaria dovuta per il semplice fatto della sussistenza di una certa capacità contributiva, indipendentemente dal fatto che comunque il soggetto passivo possa trarre vantaggio dai servizi forniti e finanziati dalle imposte. L'imposta rappresenta quindi il contributo dato dal cittadino per concorrere a sostenere una spesa pubblica a domanda indifferenziata e indivisibile (cioè non richiesta da questo o quel cittadino ma che si rende necessaria per la collettività degli individui e per il funzionamento della struttura dello Stato).

Le imposte si distinguono in:

- imposte dirette sono quelle che colpiscono il reddito conseguito in un anno dal soggetto passivo;

- imposte indirette sono quelle che colpiscono i singoli atti di consumo o di scambio.

Il contributo infine trova il suo fondamento in un vantaggio economico specifico derivante dall'attività a carattere generale dell'ente pubblico ed è commisurato all'entità del vantaggio stesso.

Imposte dirette: Irpef - Ires - Irap - Imposta sostitutiva;

Imposte indirette: Iva - registro - ipotecarie - catastali - bollo - ecc.;

Tasse: tasse sulle concessioni governative - tasse scolastiche - tasse postali - ecc.;

Contributi: canoni di concessione edilizia.

I soggetti del rapporto tributario

I soggetti del rapporto tributario sono lo Stato (soggetto attivo) che ha poteri di accertamento, di controllo, di liquidazione e di riscossione dei tributi ed il contribuente (soggetto passivo).

Lo Stato esercita la sua funzione attraverso il Ministero delle Finanze con tutte le sue articolazioni centrali e territoriali.

Soggetto passivo è quello su cui grava la responsabilità patrimoniale del pagamento del tributo e quindi soggetto a subire l'eventuale esecuzione forzata in caso di mancato pagamento.

Per realizzare in modo più spedito e certo la riscossione del tributo, alcuni obblighi ed una parte delle responsabilità patrimoniali sono attribuiti a soggetti non interessati direttamente al rapporto tributario.

Sono queste le figure del Sostituto d'imposta e del Responsabile d'imposta sui quali incombono alcuni obblighi di carattere formale e sostanziale o sui quali grava il rischio dell'esecuzione forzata.

Sostituto d'imposta è quindi il soggetto che, per il solo fatto che si trova in una particolare relazione con l'effettivo soggetto passivo, viene obbligato dallo Stato a liquidare l'imposta, a trattenerla al momento del pagamento ed a versarla al Con-cessionario entro il 16 del mese successivo.

Sostituti d'imposta sono:

- i datori di lavoro (esclusi i datori di lavoro domestico) i quali all'atto del pagamento di salari, stipendi, retribuzioni o compensi comunque denominati inerenti a rapporti di lavoro dipendente, devono operare una ritenuta alla fonte;
- aziende di credito, Amministrazione Postale sugli interessi corrisposti per depositi in conti correnti bancari e postali e su libretti a risparmio;
- aziende di credito, Amministrazione Postale sulle disposizioni di pagamento che interessano gli interventi di risparmio energetico per i quali spetta la detrazione;
- l'Amministrazione del Tesoro sugli interessi pagati su titoli di Stato;
- gli imprenditori commerciali all'atto del pagamento di compensi per prestazioni di lavoro autonomo e quando corrispondono provvigioni in relazione a rapporti di commissioni, agenzia, mediazione e procacciamento di affari.

Diversa è la posizione del responsabile d'imposta, il quale è comunque estraneo al rapporto tributario immediato, ma può essere costretto al pagamento del tributo in quanto risponde del relativo debito con il suo patrimonio o con parte di esso. La figura del responsabile d'imposta viene in evidenza quando per la riscossione del tributo lo Stato ha un privilegio su determinati beni mobili od immobili. Ad esempio l'acquirente di un'azienda commerciale è responsabile, con i beni dell'azienda, del pagamento dei tributi diretti, relativi all'esercizio dell'impresa, relativamente ai due anni anteriori a quello in cui è iniziata la riscossione

Le ritenute alla fonte

I sostituti d'imposta sono obbligati a trattenere, secondo particolari modalità, un importo all'atto di ogni pagamento effettuato a terzi

soggetti passivi. Entro i termini stabiliti, i sostituti d'imposta devono poi versare queste ritenute alla fonte al Concessionario competente.

La ritenuta alla fonte può essere a seconda dei casi a titolo d'imposta o a titolo d'acconto d'imposta.

Sono a titolo d'imposta per i soggetti IRPEF le ritenute alla fonte su:

- interessi dei depositi e dei conti correnti postali e bancari;
- interessi, premi ed altri frutti derivanti da obbligazioni e titoli simili che non godono dell'esenzione;
- utili delle azioni a risparmio, salva la possibilità per il possessore di optare per il regime normale;
- dividendi delle azioni ordinarie e privilegiate quando si sia optato per la ritenuta secca.

Per i soggetti Ires anche queste ritenute sono a titolo d'acconto.

Le altre ritenute alla fonte sono sempre a titolo d'acconto d'imposta; la ritenuta non esaurisce il rapporto tributario, ma costituisce un acconto delle imposte dovute.

Tralasciando i casi che non interessano ai nostri fini, sono soggetti a ritenuta d'acconto:

- i redditi di lavoro dipendente ed i redditi assimilati a lavoro dipendente;
- i compensi corrisposti per le prestazioni di lavoro autonomo, anche se non esercitato professionalmente, per rapporti di collaborazione coordinata e continuativa senza vincolo di subordinazione;
- sulla base imponibile (75%) dei compensi percepiti per l'utilizzazione economica di opere dell'ingegno (brevetti, marchi di fabbrica, pubblicazioni, ecc.);
- sulle provvigioni corrisposte da imprenditori commerciali per prestazioni, anche occasionali, inerenti a rapporti di commissione, agenzia, mediazione, rappresentanza di commercio e procacciamento di affari.

Un'analisi più approfondita deve esser fatta per i redditi di lavoro dipendente ed assimilati e per i compensi per prestazioni di commissione, agenzia, mediazione, rappresentanza di commercio e similari.

La ritenuta d'acconto sui redditi di lavoro dipendente

La ritenuta sulle retribuzioni è calcolata rapportando al periodo di paga (mese, quindicina, settimana) sia gli scaglioni di reddito, sia le detrazioni fiscali. Queste ultime vengono conteggiate sulla base di una dichiarazione rilasciata dal lavoratore al sostituto d'imposta all'atto dell'assunzione in servizio e, successivamente, al verificarsi di mutamenti nella situazione soggettiva che abbiano rilevanza ai fini fiscali. Per le mensilità aggiuntive ed i compensi della stessa natura (tredicesima mensilità, quattordicesima mensilità, gratifica natalizia, ecc.) la ritenuta d'acconto va calcolata in modo autonomo dalle retribuzioni del periodo di paga in cui vengono corrisposte, ma senza detrazioni.

Il datore di lavoro a fine anno, o alla data della cessazione del rapporto di lavoro, deve provvedere alla liquidazione del conguaglio annuale, applicando le aliquote corrispondenti all'ammontare complessivo di tutti gli emolumenti corrisposti nel corso dell'anno, ad eccezione degli emolumenti soggetti a tassazione separata.

Il sostituto d'imposta, in sede di conguaglio di fine anno, deve tener conto dei compensi corrisposti da terzi al proprio dipendente per incarichi svolti in tale attività e dei quali abbia ricevuto la relativa comunicazione.

Con questa procedura, il rapporto tributario sarà esaurito per quei lavoratori dipendenti che non fruiscono di altri redditi e non vogliono fruire delle deduzioni analitiche.

Delle ritenute sui redditi soggetti a tassazione separata sarà detto in altra parte.

I datori di lavoro devono versare al Concessionario entro il 16 del mese successivo al pagamento la ritenuta effettuata sulle retribuzioni a mezzo mod. F24.

Annualmente poi i datori di lavoro devono rilasciare al dipendente, entro il 16 marzo dell'anno successivo, la CU (Certificazione Unica) in cui vengono certificati i redditi corrisposti e le ritenute effettuate.

Infine i datori di lavoro devono presentare il mod. 770 contenente il riepilogo delle retribuzioni corrisposte ai dipendenti e delle relative ritenute effettuate.

La ritenuta d'acconto sulle provvigioni

Il decreto legge n. 953 del 30 dicembre 1982, convertito nella legge n. 53 del 28 febbraio 1983, ha introdotto la ritenuta alla fonte anche per le provvigioni corrisposte in relazione a rapporti di commissione, agenzia, rappresentanza commerciale, mediazione e procacciamento d'affari.

Oggetto della ritenuta sono:

- il compenso che spetta al commissionario, all'agente, al rappresentante di commercio, al mediatore ed al procacciatore d'affari per l'attività da essi svolta;
- gli eventuali sovrapprezzi ad essi riconosciuti e derivanti dall'eccedenza fra il prezzo fissato dal preponente, committente, mandante e quello di vendita ottenuto dall'agente, commissionario, rappresentante o procacciatore d'affari;
- i compensi percepiti dall'agente o rappresentante per affari conclusi direttamente dal preponente nell'area esclusiva;
- i corrispettivi o proventi in natura, valutati in base al valore normale dei beni e dei servizi da cui sono costituiti;
- ogni altro compenso inerente all'attività prestata dagli agenti, rappresentanti, commissionari, mediatori, procacciatori d'affari,

compresi i rimborsi spese ed escluse le somme ricevute a titolo di rimborso spese anticipate per conto dei committenti, preponenti o mandanti.

I soggetti della ritenuta d'acconto sulle provvigioni

I soggetti che devono effettuare la ritenuta d'acconto sulle provvigioni sono:

- tutte le società di capitale e le società di mutua assicurazione - gli enti pubblici e privati, aventi per oggetto, anche se non esclusivo o principale, l'esercizio di attività commerciali - le società e gli enti di ogni tipo, non residenti, aventi o non aventi personalità giuridica, che hanno nel territorio dello Stato la sede legale o l'oggetto principale dell'attività;
- le società di persone, comprese le società semplici, le società di armamento e le associazioni fra artisti e professionisti aventi sede legale o amministrativa o l'oggetto principale dell'attività nel territorio dello Stato;
- i professionisti ed i lavoratori autonomi;
- le persone fisiche esercenti imprese commerciali, escluse quelle agricole.

La ritenuta si applica, come detto in precedenza, alle provvigioni inerenti a rapporti di commissione, di agenzia, di mediazione, di rappresentanza di commercio o procacciamento d'affari.

La ritenuta si applica indipendentemente dal fatto che l'agente, rappresentante, commissionario o procacciatore d'affari sia una persona fisica, una società di persone o di capitali. In quest'ultimo caso la ritenuta sarà a titolo di Ires.

La ritenuta sulle provvigioni non si applica:

- A) alle provvigioni corrisposte da imprese agricole
- B) alle provvigioni percepite da:

- agenzie di viaggio e turismo;
- rivenditori autorizzati di documenti viaggio relativi a trasporti di persone;
- soggetti che esercitano attività di distribuzione di pellicole cinematografiche;
- agenti di assicurazione, per le prestazioni rese direttamente alle imprese di assicurazione; l'esenzione non è operante nei casi in cui l'agente renda la propria prestazione ad un altro agente;
- mediatori di assicurazione (brokers), per i loro rapporti con le imprese di assicurazione e con gli agenti generali delle imprese di assicurazione pubbliche o loro controllate che rendono prestazioni direttamente alle imprese di assicurazione in regime di reciproca esclusiva;
- nell'esercizio delle attività di collocamento e di compravendita di titoli e valuta, nonché di raccolta e di finanziamento per aziende e Istituti di Credito, società finanziarie e di locazione finanziaria;
- agenti, raccomandatari e mediatori marittimi ed aerei;
- agenti e commissionari di imprese petrolifere;
- mediatori e rappresentanti di prodotti agricoli e ittici e di imprese esercenti la pesca marittima e commissionari che operano nei mercati ortofruttilicoli, ittici e del bestiame;
- consorzi di cooperative fra imprese agricole, commerciali ed artigianali non aventi finalità di lucro.

Calcolo della ritenuta sulle provvigioni

La ritenuta è del 23% ed è commisurata al 50% delle provvigioni corrisposte. Tuttavia se i percipienti dichiarano al sostituto d'imposta che, nell'esercizio della loro attività, si avvalgono dell'opera continuativa di lavoratori dipendenti o di terzi, la ritenuta è commisurata al 20% dell'ammontare delle provvigioni.

Con decreto del Ministero delle Finanze del 16.04.1983, sono stati individuati i soggetti da considerare dipendenti e terzi e sono stati determinati gli elementi che deve contenere la dichiarazione, nonché i termini entro i quali deve esser presentata.

Per quanto concerne l'individuazione dei dipendenti, vengono definiti tali tutti coloro che prestano la loro attività lavorativa alle dipendenze e sotto la direzione del soggetto che percepisce le provvigioni, secondo le norme della legislazione sul lavoro; terzi vengono considerati, oltre ai collaboratori non dipendenti, quali subagenti, procacciatori e figure simili, anche i collaboratori dell'impresa familiare e gli associati alle associazioni in partecipazione il cui apporto sia costituito esclusivamente dalla prestazione di servizio di lavoro.

Circa le modalità, termini e contenuto della dichiarazione, il decreto ministeriale succitato stabilisce che essa deve contenere:

- i dati identificativi del dichiarante;
- l'attestazione di avvalersi in via continuativa di dipendenti o di terzi (se il percettore si avvale solo di terzi ciò avviene solo se, nel periodo precedente di imposta, ha sostenuto costi per compensi in misura superiore al 30% delle provvigioni percepite);
- la data e la sottoscrizione del dichiarante.

La dichiarazione deve esser spedita al committente, preponente o mandante, per ciascun anno solare, entro il 31 dicembre dell'anno precedente, mediante lettera raccomandata con avviso di ricevimento.

Se, nel corso dell'anno, si verificano le condizioni per l'applicazione della minore ritenuta o se fanno venire meno l'applicazione della stessa, queste devono essere comunicate con le stesse modalità entro 15 giorni dal verificarsi della condizione. Analogamente, la dichiarazione va inviata entro lo stesso termine di 15 giorni dall'inizio dell'attività.

La ritenuta di cui fin qui si è trattato è come già detto a titolo di acconto d'imposta e deve pertanto essere detratta, in sede di

dichiarazione dei redditi e di liquidazione delle relative imposte, dall'IRPEF o dall'IRES da versare a saldo.

La ritenuta a titolo d'imposta sulle provvigioni

La ritenuta sulle provvigioni viene applicata a titolo d'imposta (ed in questo caso esaurisce il rapporto tributario relativamente ai redditi che ne sono assoggettati) sui compensi pagati per prestazioni rese dagli incaricati delle vendite a domicilio.

La ritenuta è del 23% ed è commisurata sul 78% delle provvigioni corrisposte.

La ritenuta a titolo d'imposta riguarda solo le vendite a domicilio (D.lgs 114/98).

Rientrano pertanto in questa disciplina le vendite a porta a porta e quelle fatte dalle "dealers" che hanno il compito di raccogliere gli ordinativi di acquisto di detersivi, prodotti di bellezza, pentolame, ecc., nel corso di riunioni casalinghe indette nelle abitazioni private.

Sono ovviamente esclusi quei compensi, comunque denominati, inerenti a rapporti di agenzia.

Momenti di effettuazione della ritenuta

Il versamento della ritenuta deve essere effettuato entro il giorno 16 del mese successivo a quello di effettuazione della ritenuta stessa, o direttamente presso qualsiasi concessionario della riscossione, o presso qualsiasi banca o agenzia postale, utilizzando il modello di pagamento unificato F24.

I sostituti d'imposta che hanno operato le ritenute di cui all'art. 25 bis del D.P.R. 600/1973 devono, entro il 15 marzo dell'anno successivo (fino al 31.12.2001 il termine era il 28 febbraio), rilasciare a coloro che hanno effettuato le ritenute, la certificazione relativa sia dei compensi che delle ritenute operate nell'anno precedente.

Un ulteriore adempimento del sostituto d'imposta è la compilazione del mod. 770 e la sua trasmissione all'Ufficio Imposte dirette. La presentazione del mod. 770 deve esser fatta esclusivamente in via telematica direttamente o tramite un intermediario abilitato entro il 31 ottobre dell'anno successivo a quello d'imposizione.

Nel modello 770 vengono elencati tutti i percipienti di compensi assoggettati a ritenuta alla fonte a titolo d'acconto, con l'indicazione delle generalità complete dei percipienti e del relativo codice fiscale, nonché del tipo di compenso percepito, della causale, dell'importo, dell'aliquota della ritenuta e del suo importo.

Inoltre vengono elencati i versamenti mensili effettuati al Concessionario, in modo da dimostrare che le ritenute effettuate corrispondano a quelle versate.

La ritenuta è scomputata dalle imposte relative al periodo d'imposta di competenza, purché già operata al momento della dichiarazione annuale. Se operata successivamente, è scomputata nell'anno successivo.

Camera di commercio di Torino

Tavola riassuntiva

Le entrate tributarie dello Stato

Entrate tributarie: Tasse, imposte, contributi.

Tassa: corrispettivo dovuto allo Stato dal cittadino per un servizio richiesto (tassa scolastica, tassa postale, ecc.).

Imposta: rappresenta il contributo dato dal cittadino allo Stato per concorrere a sostenere la spesa pubblica.

Possano essere: dirette ed indirette.

Imposte dirette: IRPEF - IRES - IRAP - Imposta sostitutiva

Imposte indirette: IVA - REGISTRO - IPOTECARIE - CATASTALI - BOLLO, ECC.

Contributi: somme dovute dal contribuente a fronte di spese pubbliche che arrecano un vantaggio alla collettività ma un vantaggio specifico maggiore per il singolo.

Soggetti del rapporto tributario: Stato e contribuente. Per facilitare l'esazione delle imposte si è creata anche la figura del sostituto d'imposta.

Le ritenute alla fonte sono quelle effettuate dal sostituto d'imposta. Possono essere:

- a titolo d'imposta (esauriscono il rapporto tributario);
- a titolo d'acconto.

La ritenuta d'acconto sulle provvigioni è del 23% sul 50% delle provvigioni corrisposte. Se ci si avvale di dipendenti o di terzi la ritenuta è commisurata sul 20%

Irpef - Imposta sul reddito delle persone fisiche

L'imposta sul reddito delle persone fisiche è stata istituita con D.p.r. 29.9.1973 n. 597 ed è ora disciplinata dal D.P.R. 22.12.1986 n. 917, Testo Unico delle Imposte Dirette e successive modificazioni.

È un tributo personale e progressivo, che colpisce il reddito complessivo netto delle persone fisiche posseduto nell'anno solare cioè nel periodo che va dal 1° gennaio al 31 dicembre.

Reddito complessivo netto è la somma dei redditi provenienti da qualsiasi fonte, siano essi in denaro o in natura, occasionali o continuativi (elementi positivi) a cui si detraggono gli elementi negativi specifici previsti per ogni tipologia di reddito (es. i costi per i redditi d'impresa).

L'imposta si applica sul reddito complessivo netto formato:

- per i residenti da tutti i redditi realizzati (anche all'estero);
- per i non residenti dai soli redditi prodotti nello Stato.

Per evitare effetti distorsivi che possono derivare dalla tassazione dei redditi prodotti all'estero, ai soggetti residenti è concesso un credito d'imposta pari alle imposte pagate allo Stato estero.

Si considera residente chi è iscritto all'anagrafe per la maggior parte dell'anno e chi, pur non essendo iscritto all'anagrafe, ha per la maggior parte dell'anno il domicilio o la residenza.

La progressività dell'imposta è assicurata da una scala di aliquote crescenti per fasce di reddito, dette scaglioni di reddito, in modo da rapportare l'imposta alla effettiva capacità contributiva.

Dalla somma dei redditi sono esclusi, ovviamente, i redditi esenti, i redditi soggetti a tassazione alla fonte a titolo d'imposta o ad imposta sostitutiva, i redditi soggetti a tassazione separata sui quali ultimi l'imposta si applica separatamente.

I redditi che concorrono alla formazione del reddito complessivo annuo si distinguono nelle seguenti categorie:

- redditi fondiari;

- redditi di capitale;
- redditi di lavoro dipendente;
- redditi di lavoro autonomo;
- redditi d'impresa;
- redditi diversi.

Questa distinzione è importante perché ad ogni categoria di reddito corrisponde una diversa modalità di determinazione del reddito ai fini fiscali.

I redditi fondiari (terreni e fabbricati) sono determinati catastalmente (salvo i redditi dei fabbricati concessi in locazione), i redditi di capitale vengono assoggettati ad imposta per il loro intero ammontare, i redditi d'impresa e di lavoro autonomo vengono determinati in base alle risultanze delle scritture contabili, i redditi diversi, quale categoria residuale, vengono determinati variamente, analogamente alla categoria di reddito alla quale sono assimilati.

Sono fuori dal campo di applicazione del tributo quegli introiti che non sono considerati reddito ai fini fiscali: così ad esempio, non è considerato reddito una somma ricevuta a titolo di risarcimento dei danni arrecati alla persona (per morte o invalidità permanente, ecc.) o un accrescimento patrimoniale (ad esempio un'eredità ricevuta).

I soggetti passivi

Soggetti passivi sono le persone fisiche.

Le società e gli enti aventi personalità giuridica sono assoggettati all'imposta sul reddito delle persone giuridiche, mentre nei confronti delle società di persone, le società di fatto, di armamento e dalle associazioni fra artisti e professionisti il reddito viene imputato ai soci o associati indipendentemente dall'effettiva percezione, proporzionalmente alla quota di partecipazione.

Soggetti passivi sono tutte le persone fisiche, indipendentemente dalla loro posizione nell'ambito della famiglia.

Anche i figli minori sono soggetti passivi d'imposta per i redditi propri (es. derivanti da lavoro dipendente o da lavoro autonomo), mentre i redditi dei figli minori sui quali i genitori hanno l'usufrutto legale (derivanti ad es. da terreni o fabbricati) sono imputati per metà a ciascun genitore o per intero all'unico genitore (se ne esiste solo uno o se esercita in via esclusiva la patria potestà).

Le aliquote IRPEF

Per il 2018 verranno applicate le seguenti aliquote:

Reddito Imponibile	Aliquota	Irpef (lorda)
Fino a 15.000,00 euro	23%	23% del reddito
Oltre 15.000,00 e fino a 28.000,00 euro	25%	3.450,00 + 25% sulla parte eccedente 15.000,00 euro fino a 28.000,00 euro
Oltre 28.000,00 e fino a 50.000,00 euro	35%	6.700,00 + 35% sulla parte eccedente 28.000,00 euro fino a 50.000,00 euro
Oltre 50.000,00	43%	14.400,00 + 43% sulla parte eccedente 50.000,00 euro

I redditi soggetti a tassazione separata

La progressività del tributo determina l'esigenza di un trattamento particolare per quei redditi che vengono percepiti in un determinato periodo d'imposta, ma che si sono formati in un lungo arco di tempo.

Questi redditi, se fossero sottoposti a tassazione ordinaria nel periodo d'imposta in cui sono percepiti, renderebbero applicabile un'aliquota eccessiva, con quali conseguenze è facile prevedere.

L'art. 17 del T.u.i.r. stabilisce quali sono i redditi a formazione pluriennale che non concorrono alla formazione della base imponibile dell'Irpef, ma sono tassati separatamente.

Fra quelli che più interessano, ai nostri fini, ricordiamo:

- emolumenti arretrati, relativi agli anni precedenti, percepiti per prestazioni di lavoro dipendente, compresi gli arretrati di pensione;
- le indennità di anzianità, di previdenza e di preavviso ed il trattamento di fine rapporto di lavoro, anche se corrisposto in caso di morte del lavoratore;
- indennità percepite per la cessazione di rapporti di collaborazione coordinata e continuativa, se il diritto all'indennità risulta da atto avente data certa anteriore all'inizio del rapporto;
- indennità percepite per la cessazione di rapporti d'agenzia;
- indennità per la perdita dell'avviamento commerciale spettanti al conduttore, in caso di cessazione della locazione di immobili urbani.

Calcolo dell'imposta nella tassazione separata

I redditi soggetti a tassazione separata, ad eccezione del trattamento di fine rapporto, sono assoggettati all'Irpef applicando l'aliquota corrispondente alla metà del reddito complessivo netto del contribuente nel biennio anteriore all'anno in cui gli emolumenti sono stati percepiti.

Se nel biennio precedente non vi sono stati redditi, si applica l'aliquota minima dell'Irpef.

È prevista comunque la possibilità del contribuente di optare per la tassazione ordinaria. Detta opzione deve essere esercitata nella dichiarazione dei redditi relativa all'anno in cui è avvenuta la percezione (art. 17 comma 2 e 3 D.p.r. 917/86).

L'indennità di fine rapporto lavoro ha una sua specifica base e modalità di calcolo dell'imposta.

Determinazione della base imponibile

L'imposta sul Reddito delle Persone Fisiche si applica sul complesso dei redditi percepiti dal soggetto, compresi i redditi dei quali ha piena

disponibilità senza obbligo di rendiconto (è il caso, invero piuttosto raro, dell'amministrazione dei beni in caso di assenza dichiarata).

Sono esclusi dalla base imponibile i redditi esenti, i redditi assoggettati a ritenuta a titolo d'imposta o sostitutiva, i redditi soggetti a tassazione separata.

Sono redditi esenti quelli previsti dal D.p.r. 601/73 e da norme specifiche, fra cui ricordiamo:

- i redditi degli ambasciatori e agenti diplomatici degli Stati esteri accreditati in Italia;
- le pensioni di guerra, gli assegni connessi alle pensioni privilegiate e le pensioni e gli assegni connessi a medaglie e decorazioni al valor militare;
- le pensioni sociali;
- le pensioni militari tabellari;
- gli assegni periodici (per il mantenimento dei figli) spettanti al coniuge in caso di separazione o divorzio;
- le elargizioni a vittime del terrorismo e criminalità organizzata;
- gli assegni familiari, ecc.

Dal reddito complessivo lordo si deducono gli oneri deducibili arrivando così a determinare il reddito imponibile sul quale si calcola l'imposta Irpef lorda; da quest'ultima si sottraggono poi gli oneri detraibili e le altre detrazioni d'imposta per arrivare all'imposta netta.

Gli oneri deducibili

Sono oneri deducibili quindi quelle spese che possono esser portate in diminuzione del reddito complessivo, rilevante ai fini Irpef, per la determinazione del reddito imponibile, prima del calcolo dell'imposta.

Fra i principali oneri deducibili ricordiamo:

- gli oneri dei contributi **previdenziali** e **assistenziali**
- gli oneri dei contributi per i **fondi integrativi del servizio sanitario nazionale**

- gli oneri dei contributi per **forme pensionistiche complementari e individuali** per un importo non superiore a **5.164,57 euro**

Oltre alle **spese mediche generiche** e di assistenza specifica per i portatori di handicap, sono inoltre deducibili

- gli **assegni periodici** per il mantenimento del coniuge separato o divorziato
- erogazioni liberali a favore di **istituzioni religiose**
- erogazioni liberali a favore delle **organizzazioni non governative**
- erogazioni liberali a favore di **organizzazioni non lucrative di utilità sociale**, di associazioni di promozione sociale e di alcune fondazioni e associazioni riconosciute
- erogazioni liberali a favore di **università, enti di ricerca ed enti parco**
- **rendite, vitalizi, assegni alimentari** ed altri oneri
- gli oneri dei **contributi previdenziali** versati per gli addetti ai servizi domestici ed all'assistenza personale o familiare **fino all'importo di 1.549,37 euro**

Le detrazioni d'imposta

Le detrazioni d'imposta sono dei correttivi intesi a rendere quanto più effettivi i criteri di progressività e di adeguamento del carico tributario alle reali capacità contributive del soggetto passivo.

Si possono detrarre dall'imposta irpef da pagare, con detrazione fiscale del 19%, quindi sono oneri detraibili:

Nell'interesse proprio o dei familiari fiscalmente a carico

- le **spese sanitarie** per un importo di spesa effettuata che deve essere superiore ai **129,11 euro**. Dal 1° Gennaio 2008 per ottenere detrazioni fiscali sull'acquisto di un medicinale, i cittadini devono farsi rilasciare dal farmacista lo **scontrino fiscale** con l'indicazione sia del codice fiscale che del codice del farmaco

- le spese sanitarie per **disabili**. Non ci sono limiti di importo
- le spese per acquisto e riparazione **veicoli per disabili**. Spesa massima detraibile per un solo veicolo è pari a **18.075,99 euro**
- le spese per **cani guida** nel limite del 19% per l'acquisto una sola volta in un periodo di 4 anni (senza limite di importo) e il suo mantenimento con detrazione forfettaria di **1.000,00 euro**
- le spese per l'**istruzione secondaria e universitaria**. Le spese non devono essere superiori a quelli previste dagli istituti statali italiani
- le spese per **attività sportive praticate da ragazzi**. Per ciascun ragazzo fino a 18 anni, la spesa massima detraibile è di **210,00 euro**
- le spese per **canoni di locazione** sostenute da studenti universitari fuori sede per un importo non superiore ai **2.633,00 euro**
- le spese sostenute dai genitori per la frequenza di **asili nido** da parte dei figli, per un importo non superiore ai **632,00 euro** all'anno
- gli oneri dei contributi versati per il **riscatto del corso di laurea**, il quale non ha iniziato ancora l'attività lavorativa e non è iscritto ad alcuna forma obbligatoria di previdenza.

Nell'interesse proprio del contribuente

- le spese **sanitarie** per patologie che danno diritto all'esenzione dalla partecipazione alla spesa sanitaria pubblica
- le spese **funebri**. Per ciascun decesso può essere indicato un importo di **1.550,00 euro**
- le spese per **intermediazione immobiliare**, per un importo non superiore a **1.000,00 euro**
- le spese **veterinarie** per un importo di spesa effettuata che deve essere **superiore a 129,11 euro**, ma con un **limite massimo di 550,00 euro**
- interessi per **mutui** ipotecari per l'acquisto dell'abitazione principale. Gli interessi passivi dei mutui sui quali è possibile

calcolare la detrazione d'imposta del 19% è pari a **4.000,00 euro**

- interessi per **mutui** ipotecari per l'acquisto di **altri immobili** stipulati prima del 1993, l'importo da detrarre non può essere superiore a **2.065,83 euro**
- interessi per **mutui** contratti dopo il 1997 per **recupero edilizio**, l'importo da detrarre non può essere superiore a **2.582,28 euro**
- interessi per **mutui** ipotecari stipulati per **costruire l'abitazione principale**. La detrazione spetta fino a un importo massimo di **2.582,28 euro**
- interessi per **prestiti o mutui agrari**. L'importo non può essere superiore a quello dei redditi dei terreni dichiarati
- **premi assicurazioni** sulla vita e infortuni. L'importo non deve superare complessivamente i **530,00 euro**
- le **erogazioni liberali** a favore di: partiti politici, onlus, società ed associazioni sportive dilettantistiche, società di mutuo soccorso, associazioni di promozione sociale, società di cultura "La Biennale di Venezia", attività culturali ed artistiche, enti operanti nello spettacolo e fondazioni operanti nel settore musicale.

Dall'imposta lorda devono poi sottrarsi le detrazioni relative alle persone a carico del contribuente che possono essere il coniuge, i figli e altri familiari.

Tali soggetti risultano "a carico" del contribuente se nel periodo d'imposta non hanno realizzato un reddito superiore a euro 2.840,51 al lordo degli oneri deducibili. Tale cifra viene però periodicamente adeguata.

Per il calcolo del limite del reddito, non si devono considerare i redditi esenti e quelli soggetti a ritenuta a titolo d'imposta o ad imposta sostitutiva.

Le detrazioni per i carichi di famiglia sono modulate variamente sia in relazione al reddito che a particolari situazioni.

Regole per le detrazioni irpef per i figli a carico:

- La detrazione base per i figli è di 950 euro;
- la detrazione è unica per ciascun figlio a carico;
- la detrazione per i figli a carico deve esser ripartita fra coloro che ne hanno diritto, in proporzione all'effettivo onere sostenuto da ciascuno;
- se spetta a due contribuenti, la quota non fruita da uno può esser goduta dall'altro;
- ciascun coniuge deve calcolare la parte di detrazione a lui spettante tenendo conto del proprio livello di reddito;
- se manca un genitore, per il primo figlio spetta la detrazione per il coniuge a carico (se più conveniente rispetto alla detrazione prevista per il figlio).

Detrazione altri familiari a carico

La detrazione teorica per il coniuge a carico è pari a 690 euro. L'ammontare effettivamente spettante varia in funzione del reddito.

La detrazione per altri familiari a carico è di 750 euro. Anche questo importo diminuisce man mano che cresce il reddito complessivo.

Le detrazioni oggettive

Sono quelle relative alla tipologia di reddito e sono:

- quelle accordate ai lavoratori dipendenti a fronte delle spese per la produzione del reddito, rapportate al periodo di lavoro dell'anno;
- le ulteriori detrazioni per lavoro dipendente;
- la detrazione variabile per i redditi di lavoro autonomo e d'impresa minore.

Detrazione per lavoro autonomo e d'impresa

Si ha diritto a specifiche detrazioni se alla formazione del reddito complessivo concorrono anche i:

- redditi di lavoro autonomo (indicati nella prima sezione RE del modello Unico cioè derivanti dall'esercizio di arti e professioni);
- redditi di impresa minore (indicati nel quadro RG contribuenti semplificati o forfetari);
- partecipazione in imprese con contabilità semplificata (indicati nel quadro RH del modello Unico).

Ires- Imposta sul reddito delle società

Ires - Imposta sul Reddito delle Persone Giuridiche Società - costituisce la seconda delle imposte personali dirette.

È un'imposta diretta, personale, ad aliquota proporzionale e colpisce il reddito complessivo netto realizzato dalle persone giuridiche nell'esercizio.

L'imposta è disciplinata dal D.p.r. 917/86 (T.U.I.R. Testo Unico Imposte sui Redditi).

Soggetti passivi

L'art. 73 del T.u.i.r. individua quattro categorie di soggetti passivi:

- società per azioni e in accomandita per azioni, società a responsabilità limitata, cooperative e società di mutua assicurazione residenti in Italia;
- enti pubblici e privati, diversi dalle società, aventi per oggetto esclusivo o principale l'esercizio di attività commerciali, compresi i consorzi ed altre organizzazioni residenti in Italia e le aziende municipalizzate o speciali costituite dagli enti locali a seguito della legge 142/90;
- enti pubblici e privati, diversi dalle società, non aventi per oggetto esclusivo o principale attività commerciali, residenti in Italia e le Fondazioni bancarie;
- società ed enti di ogni tipo, comprese le società di persone e le

associazioni fra professionisti (art. 5 D.p.r. 917/86) con o senza personalità giuridica, non residenti in Italia.

Territorialità dell'imposta

Si considerano residenti le società e gli enti che per la maggior parte del periodo d'imposta hanno in Italia la sede legale, o amministrativa o l'oggetto principale.

Per le società ed enti residenti nel territorio dello Stato, sono assoggettati ad imposta tutti i redditi anche se prodotti all'estero; per le società ed enti non residenti, l'imposta colpisce soltanto i redditi prodotti in Italia.

Presupposto del tributo

Il presupposto è definito dall'art. 72 del T.U.I.R. nel "possesso di redditi, in denaro o in natura" rientranti nelle seguenti categorie:

- redditi fondiari;
- redditi di capitale;
- redditi di lavoro dipendente;
- redditi di lavoro autonomo;
- redditi d'impresa;
- redditi diversi. Sono le medesime categorie di reddito sottoposte ad Irpef.

Periodo d'imposta

L'imposta sul reddito delle persone giuridiche è dovuta per periodi d'imposta, a ciascuno dei quali corrisponde un'autonoma obbligazione tributaria.

Il periodo d'imposta è costituito dall'esercizio o periodo di gestione del soggetto passivo, determinato dall'atto costitutivo o dalla legge ed ha durata annuale. Nel caso la durata non fosse prevista dall'atto costitutivo o dalla legge, oppure fosse prevista in due o più anni, l'esercizio fiscale deve corrispondere all'anno solare.

Aliquote

L'imposta è determinata applicando al reddito complessivo l'aliquota del 24,00%

Presentazione della dichiarazione e pagamento

Le società di capitali, gli Enti commerciali e gli Enti non Commerciali hanno l'obbligo della trasmissione telematica (sia direttamente che tramite intermediario abilitato). La trasmissione telematica deve essere effettuata entro 10 mesi dal termine dell'esercizio. Il pagamento deve essere effettuato entro il giorno 16 del settimo mese successivo alla chiusura dell'esercizio.

I.r.a.p. - Imposta regionale sulle attività produttive

L'imposta Regionale sulle Attività produttive è un'imposta diretta, a carattere reale con aliquota proporzionale.

Con la sua istituzione (1° gennaio 1998) sono state soppresse una pluralità di imposte:

- l'ILOR (Imposta Locale sui Redditi);
- l'ICIAP (Imposta Comunale Imprese Arti e Professioni);
- il contributo per il servizio sanitario nazionale (Tassa sulla salute);
- la tassa di concessione governative sulla partita IVA;
- l'imposta sul patrimonio netto delle imprese;
- contributi per l'assicurazione obbligatoria contro la tubercolosi;
- tasse di Concessione Comunale.

L'imposta è dovuta alla Regione nel cui territorio è realizzato il valore della produzione.

La Legge Finanziaria per il 2008 ha introdotto rilevanti modifiche nella disciplina dell'imposta regionale sulle attività produttive.

La prima modifica introdotta dalla Finanziaria 2008 con riguardo all'IRAP è stata la riduzione dell'aliquota ordinaria d'imposta, che è

passata al 3,90% (dal 4,25%), a decorrere dal periodo d'imposta successivo a quello in corso al 31.12.2007.

Una seconda modifica riguarda la natura dell'imposta che, a partire dal periodo d'imposta successivo a quello in corso al 31 dicembre 2007, ha assunto la natura di tributo proprio della regione, tanto che la sua futura disciplina applicativa è stata demandata ad un'apposita legge a carattere regionale.

La Legge Finanziaria 2009 ha differito al 1° gennaio 2011 la regionalizzazione dell'IRAP.

Spetta direttamente alle autonomie locali stabilire l'aliquota, le detrazioni e le deduzioni spettanti, nonché introdurre specifiche agevolazioni soggettive o settoriali (resteranno immutate le regole generali per la determinazione della base imponibile).

La dichiarazione annuale IRAP non deve più essere presentata in forma unificata, ma direttamente alla regione o provincia autonoma di domicilio fiscale del soggetto passivo.

Presupposto dell'imposta

La disposizione è indirizzata ai soggetti che esercitano abitualmente un'attività diretta alla produzione, allo scambio di beni, ovvero alla prestazione di servizi e incide sul valore aggiunto prodotto nell'esercizio di attività autonomamente organizzate.

Soggetti passivi

- qualsiasi tipo di società (comprese le società semplici e di fatto);
- le imprese individuali;
- il professionista e l'artista, compreso lo studio associato;
- gli enti commerciali e non commerciali (compresi gli enti pubblici).

Aliquota

L'imposta è determinata applicando alla base imponibile l'aliquota del 3,90%.

Determinazione della base imponibile

Le società di capitali e gli enti commerciali (escluse Banche e Assicurazioni) - art. 5, D.Lgs. n. 446/1997 devono determinare il proprio reddito imponibile IRAP utilizzando i medesimi criteri civilistici alla base della redazione del bilancio d'esercizio (dal periodo d'imposta 2008, diventano prevalenti i principi del Codice Civile di redazione del bilancio per la determinazione della base imponibile del tributo regionale).

Il Valore della produzione corrisponde esattamente alla differenza tra valore e costi della produzione di cui al comma 1, lett. a) e b) dell'art. 2425 c.c., con esclusione delle voci B9, B10, lett. c) e d), B12 e B13 del Conto Economico dell'esercizio.

Si può concludere che sono completamente deducibili:

- i costi e gli ammortamenti relativi alle autovetture, ai cellulari, alle abitazioni immobilizzate, a differenza di quanto indicato rispettivamente negli articoli 164, 102, e 90, comma 2, TUIR;
- le spese di rappresentanza, a prescindere dal rispetto dei requisiti di inerenza e congruità (stabiliti dal decreto del ministero delle finanze del 15.11.2008) o del loro valore unitario inferiore ad Euro 50,00 (art. 108, comma 2, TUIR);
- i canoni di leasing, al netto degli interessi di leasing, da desumere sulla base della quota indicata nel contratto dalla società di leasing, (voce B8 di Conto Economico) a prescindere dai limiti di durata del contratto stabiliti dall'art. 102, comma 7, TUIR;
- le spese di manutenzione e riparazione sostenute sui beni propri, indipendentemente dai limiti stabiliti dall'art. 102, comma 6, TUIR;
- le erogazioni liberali (a differenza di quanto previsto nell'art. 100 TUIR);
- i costi derivanti da rapporti con controparti residenti in paesi black list;

- le imposte diverse da quelle sul reddito, voce B14 di Conto Economico, oltre che i contributi versati a favore di associazioni sindacali e di categoria, nell'esercizio di competenza e non in quello in cui avviene il pagamento, in deroga al principio di cassa, previsto ai fini IRES dall'art. 99, comma 1 e 3, TUIR.

Componenti non deducibili IRAP (art 5, comma 3, D.Lgs. n. 446/1997)

Permangono le "indeducibilità tipiche" IRAP, quali:

- il costo del personale (classificato in voci diverse dalla voce B9 di Conto Economico);
- i costi relativi a collaboratori a progetto;
- i compensi per attività di lavoro autonomo e di impresa occasionale;
- i compensi per le altre prestazioni di lavoro assimilate a lavoro dipendente;
- gli utili spettanti agli associati in partecipazione con apporto esclusivo di lavoro;
- i compensi corrisposti ad amministratori;
- le svalutazioni dei crediti, le perdite su crediti;
- i contributi erogati in base a norma di legge se correlati a costi indeducibili, ovunque siano contabilizzati;
- gli accantonamenti ai fondi rischi ed oneri
- la componente finanziaria implicita nei canoni di locazione finanziaria come desunta dal contratto.

Rimane ferma l'indeducibilità dei costi per il personale dipendente e assimilato, degli accantonamenti al fondo svalutazione crediti, delle perdite su crediti, degli accantonamenti ai fondi rischi ed oneri, non considerati deducibili dalla norma fiscale (art. 107 TUIR), e della componente finanziaria implicita nei canoni di leasing dei beni strumentali.

La L. 244/2007 ha inoltre stabilito che le società di persone e le imprese individuali in regime di contabilità ordinaria potranno optare per la determinazione del valore della produzione netta secondo le regole stabilite per le società di capitali.

Determinazione della base imponibile per le imprese in contabilità semplificata

Per le imprese individuali, le società di persone e gli esercenti arti e professioni – art. 5 bis, D.Lgs. n. 446/1997 la base imponibile IRAP continua ad essere data dalla differenza tra i ricavi di cui all'art. 85, comma 1, lett. a), b), f) e g), TUIR e le variazioni delle rimanenze finali, di cui agli art. 92 e 93 TUIR da un lato, e i costi per materie prime, merci, l'ammortamento e i canoni di locazione, anche finanziaria, relativi ai beni strumentali materiali e immateriali dall'altro lato.

Componenti positivi rilevanti:

- Corrispettivi delle cessioni di beni e delle prestazioni di servizi alla cui produzione/scambio è diretta l'attività
- Corrispettivi delle cessioni di materie prime e sussidiarie, di semilavorati e di altri beni mobili, esclusi quelli strumentali, acquistati o prodotti per essere impiegati nella produzione
- Indennità conseguite a titolo di risarcimento per la perdita o il danneggiamento dei beni sopra indicati
- Contributi in denaro o il valore normale di quelli in natura, spettanti in base a contratto
- Variazioni delle rimanenze finali di beni alla cui produzione/scambio è diretta l'attività d'impresa e delle materie prime e sussidiarie di semilavorati e di altri beni mobili, esclusi quelli strumentali, acquistati o prodotti per essere impiegati nella produzione
- Variazioni delle rimanenze di opere, forniture e servizi di durata ultrannuale

Componenti negativi rilevanti:

- Costi per l'acquisto di merci, materie prime, sussidiarie e di consumo
- Costo per l'acquisto di servizi
- Ammortamenti
- Canoni di locazione anche finanziaria di beni strumentali materiali e immateriali

I componenti positivi e negativi rilevanti si assumono secondo le regole di qualificazione, imputazione temporale e classificazione valide per la determinazione del reddito d'impresa ai fini IRPEF. Quindi i costi soggetti a limiti di deducibilità (ad esempio le spese di telefonia, i costi relativi alle autovetture) sono deducibili ai fini IRAP nella stessa misura in cui lo sono ai fini dell'IRPEF; le plusvalenze/minusvalenze relative a beni immobili patrimonio e ai beni strumentali ai fini IRAP sono irrilevanti.

Riferimento territoriale della base imponibile

L'Irap si applica sul valore della produzione netta effettuata nel territorio della Regione.

Qualora l'attività venga esercitata nel territorio di più Regioni, la base imponibile viene suddivisa proporzionalmente all'ammontare delle retribuzioni spettanti (compresi i redditi assimilati a quelli di lavoro dipendente) al personale addetto con continuità (addetto in modo stabile anche se per meno di 3 mesi) a stabilimenti, cantieri, uffici e basi operanti per un periodo di almeno 3 mesi nel territorio di ciascuna Regione.

Gli amministratori di società si considerano operanti presso la sede amministrativa, anche se diversa da quella legale.

Agevolazione Irap

A tutti i soggetti passivi Irap (escluse le Pubbliche Amministrazioni)

è accordata una deduzione forfetaria variabile in funzione della base imponibile ed una deduzione variabile in funzione della presenza o meno di lavoratori dipendenti.

I contribuenti che esercitano la loro attività nel territorio di più Regioni, applicano la deduzione della base imponibile prima della sua ripartizione su base.

Le deduzioni attualmente in vigore sono le seguenti:

- Il taglio del cosiddetto "cuneo fiscale" prevede una duplice deduzione relativamente ad ogni dipendente impiegato a tempo indeterminato: una deduzione forfetaria pari ad Euro 7.500 su base annua - Euro 15.000 per le aree svantaggiate - la deduzione spettante per ogni lavoratore dipendente impiegato a tempo indeterminato nel periodo d'imposta. Tale importo viene elevato dal DL 201/2011 a Euro 13.500 per donne e giovani sotto i 35 anni (21.000 per le aree svantaggiate) a decorrere dal periodo d'imposta successivo a quello in corso al 31.12.2017 (2018 per i soggetti solari); la deducibilità dei contributi previdenziali ed assistenziali, contabilizzati nella voce B9 di Conto Economico "Oneri sociali"..
- Deduzione per l'impiego di dipendenti spettante ai soggetti "minori" (art. 11, comma 4-bis 1, D.Lgs. 446/1997): Euro 1.850 su base annua per ogni dipendente, fino ad un massimo di 5 (con un tetto massimo di Euro 9.250), se i componenti positivi di reddito dell'impresa che concorrono a formare il valore della produzione sono inferiori o uguali ad Euro 400.000.
- Spese per apprendisti e disabili, spese per personale assunto con contratti di formazione, spese per personale addetto alla ricerca e allo sviluppo (art. 11, comma 1, lett. a), n. 5), D.Lgs. 446/1997);
- Deduzione per incremento occupazionale (art. 11, comma 4 quater, D.Lgs. 446/1997): a decorrere dal periodo d'imposta al 31.12.2017 per i soggetti che incrementano il numero di lavoratori dipendenti

assunti a tempo indeterminato rispetto al numero di lavoratori assunti con il medesimo contratto mediamente occupati nel periodo d'imposta precedente, è ammesso in deduzione il costo del predetto personale con un tetto massimo di 15.000,00 euro ragguagliati ad anno per dipendente.

- Contributi per assicurazioni obbligatorie contro gli infortuni sul lavoro (INAIL) art. 11, comma 1, lett. a, n. 1), D.Lgs. 446/1997;
- Deduzioni forfetarie a) per le società di persone, imprenditori e professionisti: ♦ Euro 9.500 la deduzione prevista se la base imponibile non supera Euro 180.759,91; ♦ Euro 7.125 la deduzione prevista se la base imponibile supera Euro 180.759,91, ma non Euro 180.839,91; ♦ Euro 4.750 la deduzione prevista se la base imponibile supera Euro 180.839,91, ma non Euro 180.919,91; ♦ Euro 2.375 la deduzione prevista se la base imponibile supera Euro 180.919,91, ma non Euro 180.999,91.
- Deduzioni forfetarie per le società di persone, imprenditori e professionisti:
 - Euro 9.500 la deduzione prevista se la base imponibile non supera Euro 180.759,91;
 - Euro 7.125 la deduzione prevista se la base imponibile supera Euro 180.759,91, ma non Euro 180.839,91;
 - Euro 4.750 la deduzione prevista se la base imponibile supera Euro 180.839,91, ma non Euro 180.919,91;
 - Euro 2.375 la deduzione prevista se la base imponibile supera Euro 180.919,91, ma non Euro 180.999,91.
- Deduzioni forfetarie per gli altri soggetti (società di capitali, enti commerciali)
 - Euro 7.350 la deduzione prevista se la base imponibile non supera Euro 180.759,91;
 - Euro 5.500 la deduzione prevista se la base imponibile supera

- Euro 180.759,91, ma non Euro 180.839,91;
- Euro 3.700 la deduzione prevista se la base imponibile supera Euro 180.839,91, ma non Euro 180.919,91;
 - Euro 1.850 la deduzione prevista se la base imponibile supera Euro 180.919,91, ma non Euro 180.999,91.



Tavola riassuntiva

L a

Imposte dirette

Irpef

Definizione: imposta diretta, personale con aliquote progressive che colpisce il reddito complessivo netto della persona fisica posseduto nell'anno solare. Soggetti passivi: residenti e non residenti. Base imponibile Irpef: somma dei redditi meno gli oneri deducibili.

Oneri deducibili: spese sostenute dal contribuente e che il fisco ammette si possano portare in diminuzione dei redditi prima del calcolo dell'imposta lorda.

Oneri detraibili: spese sostenute dal contribuente e che si possono portare (nella misura del 19% e con varie limitazioni) in diminuzione dell'imposta lorda. Detrazioni soggettive: sono i carichi di famiglia (coniuge, figli, familiari).

Detrazioni oggettive: sono inerenti alla tipologia di reddito (detrazioni per lavoro dipendente e detrazioni per lavoro autonomo e d'impresa).

Ires

Definizione: imposta diretta, personale, con aliquote proporzionali che colpisce il reddito complessivo netto delle persone giuridiche realizzato nell'esercizio.

Soggetti passivi: società di capitali, enti commerciali, enti non commerciali, ecc.

Aliquota: 24%

Periodo d'imposta: l'esercizio.

Irap

Definizione: imposta diretta, reale, con aliquota proporzionale

Soggetti passivi; società, imprese individuali, professionisti ed artisti, enti commerciali e non (compresi gli Enti Pubblici).

Aliquota: 3,9%

Base imponibile: ricavi - costi deducibili

La dichiarazione dei redditi

La dichiarazione dei redditi è quel documento che permette al contribuente di autodeterminare il suo debito d'imposta ed all'Amministrazione finanziaria di effettuarne il controllo. La dichiarazione dei redditi deve essere compilata su stampati predisposti ed approvati dal Ministero delle Finanze. Nel passato i modelli di dichiarazione erano:

- Modello Redditi Persone Fisiche per le persone fisiche;
- Modello Redditi Società di Persone per le società di persone;
- Modello Redditi Società di Capitali per le società di capitale.

La dichiarazione dei redditi delle persone fisiche

L'obbligo della dichiarazione è generalizzato, ma a questo principio generale sono apportate numerose deroghe. Così non sono obbligati alla dichiarazione i seguenti soggetti (non obbligati alla tenuta di scritture contabili):

- le persone fisiche che non possiedono alcun reddito;
- che possiedono solo redditi esenti, redditi soggetti a ritenuta alla fonte a titolo definitivo o ad imposta sostitutiva;
- con esclusivamente redditi di terreni e fabbricati non superiori complessivamente a euro 500,00 al lordo della deduzione per abitazione principale e pertinenze;
- con solo il reddito da abitazione principale e relative pertinenze;
- con solo reddito di lavoro dipendente da un unico datore di lavoro obbligato ad effettuare le ritenute Irpef o solo reddito da lavoro dipendente anche corrisposto da più datori di lavoro se l'ultimo ha effettuato il conguaglio tenendo conto dei precedenti;
- con reddito di lavoro dipendente conseguito da un unico datore di lavoro (o da più datori di lavoro se è stato effettuato il conguaglio) ed il reddito dell'abitazione principale;

- con solo redditi di lavoro dipendente, anche da più datori di lavoro e altri redditi (diversi da impresa, arte e professione), per i quali la differenza fra imposta dovuta e detrazioni spettanti per lavoro dipendente e carichi di famiglia non è superiore a euro 10,33;
- con solo redditi diversi da lavoro dipendente, impresa, arte o professione, per i quali la differenza a debito fra imposta dovuta e detrazioni per carichi di famiglia non supera euro 10,33 .

Contenuto della dichiarazione

La struttura del Modello Unico è composta di tre fascicoli, ciascuno dei quali ha una sua funzione specifica:

Fascicolo 1 - comprende:

- il frontespizio (dati identificativi del dichiarante);
- una seconda facciata (spazi per indicare i tipi di dichiarazione - i dati relativi al dichiarante o al rappresentante legale - lo spazio per la scelta dell'otto e del cinque per mille - quello per la sottoscrizione del modello);
- i quadri dei redditi RA - RB - RC - RN - RP - RV - RX

Fascicolo 2 - comprende:

- i modelli necessari ai contribuenti NON obbligati alla tenuta delle scritture contabili per i redditi non compresi nel fascicolo 1 e cioè i quadri RE - RH - RI - RL - RM - RR - RT - RW.

Fascicolo 3 - comprende:

- i modelli necessari per dichiarare i contributi previdenziali e i redditi da parte dei contribuenti obbligati alla tenuta delle scritture contabili (anche questi di colore celeste e contrassegnati dalla lettera R) e cioè i quadri RD/ RQ - RE - RF - RG - RJ/RY - RR - RS - RV.

Il modello di dichiarazione IVA, da inviare in forma autonoma, ha

struttura modulare ed è costituito da:

- frontespizio riepilogativo contenente i dati identificativi del contribuente ed il conguaglio annuale IVA da versare o a credito (quadro VX) nonché la sottoscrizione del dichiarante;
- un modulo composto da più fogli dove vengono evidenziati i dati contabili e gli altri dati relativi all'attività svolta (quadri VA - VB - VC - VD - VE - VF - VG - VH- VK);
- un modello VR da presentare direttamente al Concessionario in caso di richiesta di rimborso.

I modelli Irap e 770 hanno modulistica e modalità di invio autonome.

Presentazione - Domicilio fiscale - Allegati

La presentazione del modello Unico - persone fisiche si effettua consegnando la dichiarazione a:

- professionisti, Caf o altri intermediari abilitati che curano la trasmissione telematica;
- direttamente all'Amministrazione finanziaria tramite Internet o Entratel.

Il modello Unico deve esser presentato ai soggetti abilitati a prescindere dal domicilio fiscale del contribuente.

La documentazione probatoria deve esser conservata sino alla scadenza dei termini di accertamento relativi al periodo d'imposta.

Le dichiarazioni vanno presentate entro il 30 settembre dell'anno successivo a quello d'imposta, mentre i versamenti, di regola, vanno effettuati entro il 16 giugno.

Dichiarazione congiunta

Con il modello Unico non è più possibile presentare la dichiarazione congiunta fra coniugi (si può soltanto utilizzare tale possibilità tramite il modello 730).

La dichiarazione dei redditi delle società di persone

Sono tenuti a presentare il modello "Unico - società di persone", le società di persone (s.n.c. - s.a.s. - società semplici - società di fatto o irregolari - società di armamento) e le associazioni senza personalità giuridica di professionisti o artisti. Tutti questi soggetti utilizzano il mod. "Unico società di persone" soltanto in quanto residenti.

Il reddito netto determinato dalle società di persone viene poi ripartito fra i singoli soci o associati che dovranno inserirlo nella propria dichiarazione fiscale.

Per quanto riguarda invece l'IRAP, la società provvederà a determinare l'imponibile ed a versare la relativa imposta tramite il modello unificato di pagamento (mod. F24)

La dichiarazione dei redditi delle società di capitali ed enti

Le società di capitale e gli altri soggetti IRES sono tenuti alla presentazione dei redditi in ogni caso, quindi anche in assenza di reddito.

Il "modello Unico - società di capitali" è composto da quattro modelli:

- uno contenente i quadri da utilizzare per la dichiarazione dei redditi (contrassegnato dalla lettera R);
- uno per la dichiarazione Iva (lettera V);

Alla dichiarazione non va allegato alcun documento, neppure il bilancio (il cui deposito va effettuato alla Camera di Commercio con procedura telematica separatamente). La documentazione deve essere conservata dal contribuente fino alla scadenza dei termini di accertamento relativi al corrispondente periodo d'imposta.

Le società di capitale, gli enti commerciali e gli Enti non Commerciali hanno l'obbligo della trasmissione telematica diretta o tramite un intermediario autorizzato.

Con il Modello Redditi Società di Capitali viene dichiarato il reddito

così come risulta dal bilancio ed apportandovi le rettifiche in aumento o in diminuzione in relazione alla necessità di adeguare la normativa del codice civile in tema di redazione di bilancio alla normativa fiscale in materia di determinazione del reddito imponibile.

Sul reddito imponibile il soggetto passivo dovrà pagare l'Ires e l'Irap (con base imponibile che può essere, come visto, diversa da quella Irpeg).

Versamento unitario "Fisco - Inps - Regioni" - Delega Unica

I contribuenti utilizzano il modello unificato di pagamento per effettuare i seguenti versamenti:

- Irpef e Ires;
- Ritenute Irpef;
- Iva;
- Imposte sostitutive delle imposte sui redditi e dell'Iva;
- Irap;
- Addizionale Regionale e comunale Irpef;
- contributi previdenziali dovuti dai titolari di posizione assicurativa in una delle gestioni amministrate dall'Inps comprese le quote associative degli iscritti alla gestione separata lavoratori artigiani e commercianti, professionisti iscritti alla gestione separata lavoratori autonomi, lavoratori autonomi in agricoltura, pescatori autonomi;
- contributi previdenziali ed assistenziali dovuti dai datori di lavoro, aziende tenute ad utilizzare la denuncia mod. dm 10/2, aziende che occupano mano d'opera agricola e dai committenti di prestazioni in collaborazioni coordinate e continuative.

I versamenti possono esser fatti presso qualsiasi sportello del Concessionario, una qualsiasi banca abilitata o un qualsiasi ufficio postale.

II modello unificato di pagamento "mod. F24" è predisposto in tre copie. Le prime due da trattenere presso l'ente accettante e una da restituire al contribuente come ricevuta.

Compensazione e rateazione nella delega unica

Compensazione - con il modello unificato di pagamento è possibile compensare i crediti ed i debiti relativi alle diverse imposte e contributi risultanti dalla dichiarazione annuale e dalle denunce periodiche contributive, compilando gli appositi spazi del mod. F24 (dal 1999 la compensazione è stata estesa anche ai non titolari di partita IVA).

Rateizzazione - il contribuente può scegliere fra il versamento in un'unica soluzione o la rateizzazione delle somme dovute in base al modello Unico. I dati relativi alla modalità di rateizzazione vanno indicati sul mod. F24. Possono esser rateizzati gli importi da versare a saldo o in acconto, con esclusione di quelli scadenti nei mesi di novembre e dicembre.

Gli acconti di imposta

Con il meccanismo delle dichiarazioni sui redditi su esposti, le varie categorie di contribuenti pagano l'imposta dovuta anno per anno, o entro il mese di giugno successivo all'anno solare (persone fisiche) o entro il settimo mese successivo alla chiusura dell'esercizio (persone giuridiche).

Il legislatore fiscale inoltre ha ritenuto di anticipare la riscossione delle imposte con l'istituzione degli acconti.

La normativa è la seguente: nel corso di ciascun anno per le persone fisiche è dovuto a titolo di acconto d'imposta Irpef per l'anno in corso il 100% dell'imposta dovuta nel periodo precedente diminuita delle detrazioni, dei crediti d'imposta e delle ritenute spettanti (Rigo RN 29); per l'acconto Irap è dovuta la percentuale del 100%. Analoga normativa vale anche per le società di persone relativamente all'ultimo tributo.

Per i soggetti Ires la misura dell'acconto è del 100% dell'imposta risultante dal quadro RN (rigo RN 28), analoga percentuale è prevista per l'acconto IRAP.

L'acconto annuale viene suddiviso in due rate:

- la prima scade contemporaneamente al termine dei versamenti

collegati alla dichiarazione dei redditi ed è pari al 40% dell'acconto complessivo.

Questa prima rata è dovuta soltanto se superiore ad euro 257,52:

- la seconda scade all'11° mese del periodo d'imposta (30 novembre per i periodi allineati all'anno solare) ed è pari al 60% dell'acconto complessivo (se si è pagata la prima rata) ed è pari all'acconto complessivo nel caso contrario.

L'acconto non è dovuto se la differenza o imposta dovuta nella dichiarazione dell'anno precedente non evidenzia un debito superiore ad euro 51,65.

Il modello 730

È il modello che viene utilizzato dai lavoratori dipendenti ed altri soggetti assimilati aventi determinati redditi. Tali soggetti possono rivolgersi per l'assistenza fiscale o al proprio sostituto d'imposta (datore di lavoro) se esercita tale funzione o a un Caf dipendenti.

Il sostituto d'imposta al quale viene consegnato il mod. 730 deve tener conto del risultato contabile evidenziato (mod. 730-3 se elaborato dallo stesso datore di lavoro oppure nel modello 730-4 se elaborato dai Caf) ed effettuare il conguaglio (riduzione delle ritenute a titolo di Irpef e addizionali) sul compenso corrisposto al contribuente nel mese di luglio (e periodi successivi in caso di ritenute non capienti).

Iva - Presupposti

L'Iva - Imposta sul Valore Aggiunto - colpisce il plusvalore del bene in conseguenza delle lavorazioni subite e dei passaggi successivi di proprietà, è stata istituita con D.P.R. 26 ottobre 1972 n. 633, emanato anche questo in attuazione della Legge delega di riforma tributaria e si configura come imposta sui consumi, riscossa gradualmente nelle varie fasi di distribuzione di un bene o di una prestazione di servizio, e rimane a totale carico del consumatore finale.

Perché una prestazione professionale o un'operazione economica sia assoggettata ad Iva è necessaria la presenza concomitante di tre presupposti:

- presupposto oggettivo: deve trattarsi di un'operazione economica (vendita di un bene o operazione assimilata ai sensi dell'art. 2 della normativa IVA) o una prestazione di servizio, verso corrispettivo, dipendente da un contratto d'opera, appalto, trasporto, mandato, spedizione, agenzia, mediazione, deposito e in genere da obbligazioni di fare o di non fare;
- presupposto soggettivo: deve trattarsi di cessioni di beni o prestazioni di servizi effettuate da imprenditori, anche se privi di organizzazione, ovvero nell'esercizio di arti o professioni, da parte di esercenti l'arte o la professione in modo abituale anche se non esclusivo;
- presupposto territoriale: deve trattarsi di un'operazione effettuata nel territorio dello Stato. All'atto stesso delle importazioni i beni sono assoggettati all'imposta, mentre per converso, le vendite all'estero sono escluse dal campo di applicazione dell'Iva.

Non tutte le operazioni rientranti nel campo di applicazione dell'Iva sono soggette a tributo. L'art. 10 del D.P.R. 633/72 elenca le operazioni esenti. Fra quelle più interessanti ai nostri fini, ricordiamo:

- le operazioni di credito e di finanziamento, compreso lo sconto di cambiali (ma non le operazioni di incasso effetti), le fidejussioni, le dilazioni e la gestione dei fondi comuni di investimento;
- le operazioni relative alle assicurazioni e alle riscossioni;
- operazioni relative a valute estere aventi corso legale, quelle relative ad azioni, obbligazioni ed altri titoli non rappresentativi di merci;
- operazioni relative a riscossioni di tributi;
- le prestazioni di mandato, mediazione e intermediazione relative alle operazioni elencate in precedenza;

- la locazione e gli affitti di beni immobili (solo in alcuni casi);
- prestazioni sanitarie di diagnosi, cura e riabilitazione rese nell'esercizio delle professioni e arti sanitarie.

La base imponibile dell'Iva è costituita dal totale dei corrispettivi percepiti dal cedente o prestatore (comprese le spese accessorie sostenute dal fornitore e gli oneri e i debiti accollati all'acquirente) e rappresenta l'importo su cui va applicata l'Iva.

Soggetti passivi sono coloro che hanno effettuato le operazioni soggette ad Iva nell'esercizio dell'impresa, arte o professione. Questi addebitano la relativa imposta, a titolo di rivalsa, al cliente consumatore o committente. L'imposta così percepita (Iva incassata o a debito) deve poi essere versata allo Stato dopo aver detratto l'imposta assolta o dovuta in relazione ai beni o servizi importati e acquistati nell'esercizio di impresa, arte o professione (Iva pagata o a credito).

Non tutta l'Iva pagata (o a credito) è però detraibile. Non sono infatti detraibili le spese relative a:

- carburanti e lubrificanti destinati a veicoli o navi per l'acquisto dei quali non è ammessa la detrazione dell'imposta (gli agenti di commercio godono però di una totale detraibilità dell'IVA relativa all'acquisto, importazione e manutenzione di ciclomotori, motocicli, autovetture e autoveicoli);
- prestazioni alberghiere di somministrazione al pubblico di alimenti e bevande, pedaggi autostradali per veicoli ed autovetture;
- omaggi di costo unitario superiore a euro 25,82.

Se il soggetto passivo ha effettuato anche operazioni esenti, l'Iva detraibile è proporzionalmente ridotta (Pro Rata).

Aliquote dell'imposta

Le aliquote sono quattro (4% - 5% - 10% - 22%) e sono così suddivise:

- 4% rappresenta l'aliquota minima e grava sui beni di prima necessità (es. pane, pasta, olio, frutta fresca, libri giornali, ecc.);
- 5% alle prestazioni di servizi rese da cooperative e loro consorzi in esecuzione di contratti d'appalto e di convenzioni in generale oltre che per alcuni tipi di piante (basilico, rosmarino e salvia, origano) e per prestazioni di trasporto urbano di persone effettuate mediante mezzi di trasporto abilitati ad eseguire servizi di trasporto marittimo, lacuale, fluviale e lagunare;
- 10% è l'aliquota che grava sulle prestazioni alberghiere e di somministrazione in genere, inoltre è applicata ad alcuni generi indicati in apposito elenco come ad esempio prosciutto cotto, cereali tostati e soffiati, zuppe e minestre, condimenti, piante ornamentali, salsa di olive, ecc. e per alcune prestazioni relative al settore edile;
- 22% è l'aliquota ordinaria, ovvero quella applicata alla maggioranza dei beni e servizi, comprese le prestazioni professionali ed i rapporti di agenzia.

Gli obblighi del contribuente - La fatturazione delle operazioni

Per ogni operazione deve esser emessa una fattura in duplice copia. La fattura, oltre alla funzione di documentazione contabile dell'operazione, assolve alla duplice funzione di titolo formale che consente al venditore o prestatore del servizio, l'esercizio della rivalsa e all'acquirente, committente e in genere a chi fruisce delle prestazioni, di detrarre l'Iva che gli è stata addebitata.

Per assolvere a queste tre funzioni, la fattura deve pertanto contenere:

- i dati identificativi dei soggetti fra i quali è effettuata l'operazione (Ditta, denominazione o ragione sociale e se professionisti o privati cognome e nome - indirizzo, sede legale o amministrativa);
- data e numero progressivo della fattura;

- la descrizione delle merci o dei servizi formanti oggetto dell'operazione;
- l'ammontare dei corrispettivi;
- l'aliquota e l'ammontare dell'imposta

Se i beni od i servizi indicati nella fattura sono soggetti ad aliquote diverse, l'ammontare dei corrispettivi, l'aliquota o l'ammontare dell'imposta devono essere indicati separatamente.

Ogni fattura deve essere numerata progressivamente (per anno), datata e registrata nell'apposito registro delle fatture emesse e la copia trattenuta dall'emittente deve esser conservata.

All'obbligo generalizzato della fatturazione sono previste alcune importanti deroghe o forme particolari:

- *non è obbligatoria* - se non è espressamente richiesta dal cliente non oltre il momento di effettuazione dell'operazione, per gli esercenti il commercio al dettaglio, prestazioni alberghiere e somministrazione di alimenti e bevande, prestazioni di trasporto di persone, prestazioni di custodia e di amministrazione di titoli e altre prestazioni rese da aziende o istituti di credito e da società finanziarie, fiduciarie e SIM; per le operazioni di credito e di finanziamento, compreso lo sconto di cambiali, crediti o assegni bancari, per le operazioni di assicurazione e quelle relative a valute, azioni, obbligazioni e simili e per altre categorie di contribuenti che prestano servizio al pubblico con carattere di uniformità, frequenza e importo limitato, autorizzate con apposito decreto del Ministero delle Finanze;
- *non è ammessa* - per le cessioni di beni e le prestazioni di servizi rese da operatori esteri senza stabile organizzazione o rappresentanza in Italia; per le cessioni di beni effettuate da agricoltori con volume di affari non superiore ad euro 2.582,28 (lire

5 milioni) in regime speciale di esonero, per le cessioni di rottami, carta da macero, cenci, scarti, ecc. effettuate da raccoglitori non dotati di sede fissa. In questi casi è previsto l'obbligo di un documento, chiamato autofattura a carico di chi acquista i beni o i servizi nell'esercizio dell'attività svolta;

- infine i soggetti che effettuano operazioni esenti, sono *dispensati* dall'obbligo della fatturazione, previa comunicazione all'ufficio IVA competente.

L'obbligo della fatturazione permane se vi è stata esplicita richiesta in tal senso da parte di chi fruisce della prestazione ed è in ogni caso obbligatoria per la cessione di oro in pani, verghe, lingotti, ecc. e per le prestazioni rese nell'esercizio di professioni sanitarie, ricovero e cure prestate da enti ospedalieri o case di cura.

Gli obblighi del contribuente - Termini per l'emissione delle fatture

Generalmente l'emissione della fattura deve aver luogo entro un certo termine, coincidente con il momento in cui l'operazione si considera effettuata. Agli effetti IVA l'operazione si considera effettuata:

Oggetti D	Momento impositivo
1. Beni immobili	1) Alla stipula dell'atto notarile
2. Beni mobili	2) Alla consegna o spedizione
3. Beni mobili o immobili i cui effetti traslativi o costitutivi si producono posteriormente	3) Nel momento in cui si producono tali effetti
4. Passaggi da committenti a commissionari	4) All'atto della vendita da parte del commissionario
5. Destinazione all'autoconsumo	5) All'atto del prelievo
6. Cessioni con contratti estimatori	6) All'atto della rivendita
7. Per le prestazioni di servizi	7) All'atto del pagamento dei corrispettivi

Un caso a sé è rappresentato dalla cessione di beni e dalle prestazioni di servizi allo Stato ed agli enti assimilati, agli enti pubblici territoriali,

agli Istituti universitari, agli enti pubblici di assistenza, beneficenza, ricovero e cura, alle A.S.L. Al fine di non gravare il prestatore o il cedente degli oneri conseguenti alle lungaggini nei pagamenti da parte di questi Enti, si è stabilito il principio della separazione fra il sorgere del credito verso l'ente ed il momento dell'effettuazione dell'operazione che coincide con il suo pagamento (tale principio ha reso superflua la consentita procedura delle fatture proforma, che venivano registrate nel registro delle fatture in sospeso e solo in occasione del pagamento registrate sul registro delle fatture emesse).

In taluni casi poi l'obbligo della fatturazione è posticipato rispetto al momento impositivo. È quindi ammessa la fatturazione differita nei seguenti casi:

- merci scortate da documento di accompagnamento (documento di trasporto D.d.T);
- per queste cessioni può essere emessa una sola fattura che raggruppi più cessioni.

La fattura deve essere emessa entro il 15 del mese successivo a quello di consegna o spedizione del bene e deve contenere gli estremi del o dei D.d.T.;

- *somme ricevute in deposito da notai, commercialisti e avvocati*: queste somme, se non risulta specificata la destinazione (esempio: se a titolo di acconto sul corrispettivo o di rimborso spese) devono essere annotate in apposito registro e la relativa fattura (nota, parcella, ecc.) deve essere emessa entro i 60 giorni successivi, relativamente alle somme riferentesi al pagamento del corrispettivo;
- *passaggi da committente a commissionario e contratti estimatori*: in questi casi la fatturazione (immediata) dovrebbe avvenire nel momento in cui i beni vengono venduti a terzi dall'accipiente o dal commissionario. Poiché è materialmente impossibile per il committente o affidante conoscere tempestivamente il momento in

cui è avvenuta la cessione, è consentito all'accipiente o commissionario di dare comunicazione dell'avvenuta vendita entro il quinto giorno non festivo e il committente o affidante deve emettere la fattura nei cinque giorni successivi al ricevimento della comunicazione dell'avvenuta vendita;

- *per gli imballaggi e recipienti non restituiti*, per i quali era stato pattuito il rimborso alla resa (bottiglie, tazzine termiche da caffè, ecc.), può essere emessa una sola fattura, entro il 31 gennaio, per tutte le consegne dell'anno solare precedente. L'imponibile sarà costituito dalla somma delle cauzioni corrispondenti ai quantitativi dei diversi imballaggi non restituiti;
- *banche, aziende di credito* hanno la possibilità di raggruppare in un'unica fattura tutte le operazioni effettuate nei confronti di un solo cliente, per periodi comunque non superiori ad un mese. La fattura riepilogativa deve comunque essere spedita o consegnata prima del termine utile per la liquidazione periodica.

Gli obblighi del contribuente - L'autofattura

Se il contribuente non ha ricevuto la fattura entro i quattro mesi dall'effettuazione dell'operazione, può emettere autofattura, con l'indicazione di tutti i dati previsti per le fatture. Copia dell'autofattura deve essere altresì presentata all'Ufficio Iva e deve essere versata la relativa imposta.

Altre ipotesi di autofatturazione sono previste per:

- chi acquista dei beni o servizi da un non residente privo di stabile organizzazione o di rappresentante fiscale in Italia;
- chi acquista rottami, cenci, carta da macero da raccoglitori ambulanti;
- chi acquista beni o servizi da produttori agricoli o ittici in regime di esonero;
- chi effettua autoconsumo;
- chi acquista beni o servizi in territorio comunitario.

Gli obblighi del contribuente – Scontrino fiscale e ricevuta fiscale

Per documentare le spese sostenute ai fini delle imposte dirette, a partire dal 1997 sono utilizzabili sia lo scontrino fiscale integrato (scontrino parlante) che la ricevuta fiscale integrata.

Scontrino parlante

Consiste in uno scontrino integrato ai fini della deducibilità dei costi in esso espressi. Deve contenere la descrizione delle operazioni (natura, qualità e quantità dei beni) che può essere indicata in modo abbreviato ma comprensibile nonché il codice fiscale del cliente. Devono considerarsi illegittime eventuali integrazioni manuali o tramite timbri.

Ricevuta fiscale integrata

Anche la ricevuta fiscale può essere utilizzata come giustificativo ai fini delle imposte sui redditi purché a cura dell'emittente venga riportato il codice fiscale del cliente.

Fatturazione immediata

La fatturazione immediata sostituisce lo scontrino o la ricevuta fiscale solo se viene rilasciata contestualmente alla consegna dei beni o all'ultimazione della prestazione.

Fatturazioni elettroniche

Introdotta ormai da tempo nell'ambito delle operazioni nei confronti delle Pubbliche amministrazioni, la fattura è diventata obbligatoria per la generalità delle cessioni di beni e prestazioni di servizi poste in essere nel settore privato, tra soggetti residenti o stabiliti nel territorio dello Stato.

A partire infatti dal 1° gennaio 2019 tutti i contribuenti sono tenuti all'emissione della fattura in formato elettronico. Le fatture elettroniche emesse nei confronti della Pubblica amministrazione (D.M. 3.4.2013 n. 55)

e quelle emesse fra privati devono essere necessariamente generate nel formato XML (eXtensible Markup Language). Si prevede l'obbligo di adozione della fatturazione elettronica con riferimento alle cessioni di beni e alle prestazioni di servizi effettuate tra soggetti residenti o stabiliti nel territorio dello Stato.

L'obbligo non riguarda soltanto le operazioni cd. «Business to Business» (B2B), effettuate verso altri soggetti passivi (imprenditori, artisti e professionisti), ma anche quelle cd. «Business to Consumer» (B2C), poste in essere nei confronti di cessionari e committenti privati.

L'obbligo di emissione della fattura elettronica non riguarda:

- i soggetti che hanno aderito al regime di vantaggio di cui all'art. 27, co. 1 e 2 del D.L. 98/2011;
- i soggetti che hanno aderito al regime forfetario di cui all'art. 1, co. 54 - 89 della L. 190/2014;
- i produttori agricoli esonerati di cui all'art. 34, co. 6 del D.P.R. 633/1972.

Il Sistema di Interscambio è un sistema informatico, gestito dall'Agenzia delle Entrate, in grado di ricevere le fatture elettroniche, effettuare controlli sui file ricevuti e, ove i controlli siano stati superati, trasmettere le fatture ai destinatari.

Il processo di fatturazione elettronica si articola sostanzialmente nelle seguenti fasi:

1. creazione del documento in formato XML;
2. trasmissione al cd. «Sistema di Interscambio» (SdI), canale telematico gestito dall'Agenzia delle Entrate;
3. controllo del file da parte del Sistema di Interscambio;
4. in caso di esito negativo dei controlli, invio, da parte del SdI, della ricevuta di scarto al trasmittente;
5. in caso di esito positivo dei controlli, recapito, da parte del SdI, del documento al destinatario;
6. conservazione del documento.

Registrazione delle fatture

Sia le fatture emesse che quelle ricevute devono essere registrate in appositi registri.

Le fatture emesse devono essere registrate in ordine progressivo nel registro delle fatture emesse:

- le fatture immediate entro 15 giorni dalla data di emissione (liquidazione però con riferimento alla data di emissione);
- e fatture differite entro il 15 del mese successivo a quello di consegna o spedizione del bene (liquidazione con riferimento al mese di effettuazione dell'operazione).

Le fatture di acquisto vanno numerate in ordine di ricevimento e registrate anteriormente alla liquidazione periodica o alla dichiarazione annuale nella quale è esercitato il diritto alla detrazione della relativa Iva. Il termine di registrazione e di esercizio della detrazione scade al secondo anno d'imposta successivo a quello in cui il diritto è sorto.

Qualora nella tenuta delle registrazioni vengano utilizzati mezzi elettrocontabili sia direttamente che indirettamente tramite centri di elaborazione dati, i termini ordinari di registrazione sono ampliati a 60 giorni, fermo restando l'obbligo di rispettare la "competenza" della data di emissione delle fatture (che devono partecipare alla liquidazione Iva in base alla data di emissione) ed i termini di liquidazione Iva.

I commercianti al minuto, gli esercenti attività di somministrazione di alimenti e bevande, gli esercenti attività alberghiere, in luogo della registrazione delle singole fatture, possono registrare in un apposito registro (registro dei corrispettivi) l'ammontare complessivo dei corrispettivi percepiti in ciascun giorno distinti per aliquote. Tale registrazione deve esser effettuata entro il giorno non festivo successivo all'effettuazione delle cessioni di beni (termine prolungato a 60 giorni in caso di contabilità meccanizzata e salvo la facoltà di annotazione riepilogativa mensile entro il 15 del mese successivo allegando gli scontrini riepilogativi giornalieri).

La contabilità - I Registri - Contabilità ordinaria e semplificata

In un'altra parte di quest'opera si tratta della contabilità, dei registri obbligatori e dei vari regimi di contabilità.

Ad essa si fa rinvio anche per quanto concerne l'Iva.

La dichiarazione annuale - I Versamenti periodici

Periodicamente (mensilmente o trimestralmente) o nel caso del regime delle "nuove iniziative produttive" annualmente il contribuente deve liquidare l'imposta e versarla all'Amministrazione finanziaria.

La liquidazione dell'imposta consiste nel determinare la differenza fra l'Iva evidenziata sulle fatture emesse e l'Iva detraibile relativa alle fatture di acquisto. Tale calcolo deve essere fatto periodicamente ed annotato in una sezione del registro delle fatture emesse (o del registro dei corrispettivi).

Nella liquidazione occorre tener conto che il momento dell'esigibilità dell'Iva (cioè il momento in cui questa diventa un credito per l'Erario) coincide con i termini di effettuazione dell'operazione e non necessariamente con i termini previsti per gli altri obblighi Iva (es. registrazione).

La liquidazione deve essere fatta di regola mensilmente, ed il pagamento della relativa imposta deve essere effettuato entro il 16 del mese successivo a quello oggetto della liquidazione.

I contribuenti che nell'anno solare precedente hanno realizzato un volume d'affari inferiore a:

- euro 500.000,00 per le imprese che svolgono prestazioni di servizi
- euro 800.000,00 per le imprese che svolgono altre attività

hanno la possibilità di optare per la liquidazione ed il versamento dell'Iva trimestrale versando in aggiunta all'imposta l'interesse dell'1%.

Tale opzione deve essere fatta o nella dichiarazione inizio attività o, se successiva, nella dichiarazione annuale Iva e comporta la possibilità

di liquidare e versare l'Iva periodica relativa ai primi tre trimestri solari entro il 16 del secondo mese successivo a ciascun trimestre solare.

La liquidazione ed il pagamento dell'ultimo trimestre solare devono esser fatti entro il 16 marzo. Il versamento può esser fatto entro lo stesso termine senza maggiorazioni, oppure in sede di dichiarazione unificata maggiorando in tal caso l'imposta dello 0,4% per ogni mese o frazione di mese, a titolo di interessi (in tal caso si può utilizzare la compensazione con altre imposte o contributi).

Il versamento dell'Iva, come già esposto, va fatto con il modello unificato di pagamento (mod. F24) presso gli sportelli di qualsiasi Concessionario, delle banche convenzionate e delle agenzie postali.

Qualora l'importo da versare nelle liquidazioni periodiche non superasse l'importo di euro 25,82, il versamento dovrà essere effettuato insieme a quello relativo alla liquidazione periodica successiva. Nel caso in cui risulti un credito di imposta, questo potrà esser compensato nella liquidazione successiva.

Annualmente poi i contribuenti devono presentare la dichiarazione annuale Iva (normalmente in via unificata cioè con il modello unico - per alcuni soggetti in via autonoma) che rappresenta il riepilogo delle operazioni attive e passive effettuate nell'anno precedente a quello di presentazione e determina la liquidazione definitiva del debito o credito d'imposta. La stessa ha la funzione di determinare il volume d'affari dell'anno precedente, l'imposta detraibile e la percentuale del prorata per l'anno successivo. Nel quadro VO possono poi esercitarsi le opzioni e revoche relative sia all'imposta che ai regimi contabili (dal 1998 vige però anche il principio del cosiddetto "atteggiamento concludente").

La dichiarazione annuale "autonoma" deve esser presentata nel periodo compreso tra il 1° febbraio e il 30 aprile dell'anno successivo al periodo d'imposta.

Il versamento dell'eventuale imposta a debito deve essere effettuato

entro il 16 marzo, oppure in sede di Dichiarazione dei Redditi con la maggiorazione dello 0,4% per ogni mese di ritardo.

Se nella dichiarazione annuale risulta un saldo a credito per il contribuente si può o chiedere il rimborso totale o parziale ove ne sussistono le condizioni, o il riporto all'anno successivo del credito nonché l'eventuale compensazione.

Il documento di trasporto

Il D.p.r. 472/96 ha stabilito la soppressione dell'obbligo della bolla di accompagnamento (che rimane obbligatoria solo in casi particolari quali tabacchi, fiammiferi prodotti assoggettati ad accisa, ecc.).

Il principio generale della non obbligatorietà del documento di accompagnamento trova due eccezioni:

- fatturazione differita;
- movimenti di beni a titolo non traslativo della proprietà (reso merci, merci inviate in deposito o in conto lavorazione, ecc.). In tal caso il D.d.T. deve indicare la causale del trasporto per combattere la c.d. "presunzione di vendita".

Il documento di trasporto deve essere emesso almeno in duplice copia e deve contenere:

- l'indicazione della data;
- le generalità del cedente (ditta, ragione o denominazione sociale, indirizzo, numero di partita Iva, eventuale iscrizione nel registro delle imprese);
- le generalità del cessionario e dell'eventuale impresa incaricata del trasporto (vettore);
- natura, qualità e quantità dei beni;
- numerazione progressiva (per anno solare).



Documento di trasporto

Ditta Verdi Mario Via Torino 18

38100 Trento

P. Iva

Spett.le

SORGEI S.R.L.

Via Roma 120100 Milano

Documento di trasporto n. del

Descrizione dei beni:

Natura

Qualità

Quantità

Incaricato del trasporto:

.....

Lo scontrino fiscale può sostituire il Ddt per consentire l'emissione della fattura differita a condizione che lo scontrino riporti natura, qualità e quantità dell'operazione e che sia integrato con i dati identificativi ed il codice fiscale del cliente.

I documenti di trasporto devono essere conservati secondo le disposizioni dell'art. 39 DPR 633/72.



Tavola riassuntiva

IVA –imposta sul valore aggiunto

Definizione: l'Iva è un'imposta indiretta che si applica alle cessioni di beni ad alle prestazioni di servizi effettuate, in Italia, da imprenditori, artisti e professionisti, e alle importazioni da chiunque effettuate.

Base imponibile: valore sul quale viene calcolata l'imposta.

Aliquote Iva: 4% - 5% - 10% - 22%

Meccanismo della detrazione:

Iva a debito – Iva a credito = Iva da pagare

Registri Iva:

Registro delle fatture emesse (o registro dei Corrispettivi). Registro delle fatture di acquisto.

Autofattura: documento che l'imprenditore emette nei confronti di se stesso quando acquista da soggetti non obbligati all'emissione della fattura, in caso di autoconsumo ed alcuni altri casi specifici

Fatturazione:

anticipata immediata differita

Liquidazione e versamento dell'Iva: mensile – trimestrale (opzione più interesse 1%)
– annuale

Dichiarazione annuale: in via autonoma

Modalità di determinazione del reddito d'impresa – Tassazione in base alle scritture contabili

La riforma tributaria introdotta con effetto dal 1° gennaio 1974, ha come cardine fondamentale la tassazione dei redditi d'impresa e dei redditi derivanti dall'esercizio di arti e professioni sulla base delle risultanze delle scritture contabili.

I redditi d'impresa sono quindi tassati sulla base delle risultanze del

conto economico; a queste, nella dichiarazione annuale vengono apportate le variazioni in aumento o in diminuzione stabilite dalle normative per la determinazione del reddito d'impresa. Da ciò deriva che le scritture sono quelle del bilancio civilistico – economico e che le apportionamenti volute dal legislatore fiscale (creazione di appositi fondi per l'accantonamento delle plusvalenze da reinvestire, per le sopravvenienze attive, ecc.) con le conseguenti variazioni, vanno effettuate non nelle scritture ma nella dichiarazione. Il bilancio rimane quindi quello "civilistico".

La normativa ha tenuto conto anche della onerosità che un obbligo generalizzato della tenuta delle scritture contabili poteva incidere sulle imprese di piccole dimensioni. Così, ha previsto per queste, la possibilità di utilizzare la contabilità semplificata consistente nella tenuta dei registri Iva integrati con le operazioni escluse dal tributo.

Poiché nel Codice Civile non è ben delineata la figura del piccolo imprenditore, il legislatore fiscale ha ritenuto di individuarlo direttamente in quelle imprese i cui corrispettivi registrati o soggetti a registrazione agli effetti Iva in un periodo d'imposta, non abbiano superato euro 400.000,00 se imprese di servizi o euro 700.000,00 se con altre attività.

Gli imprenditori minori possono comunque optare per la contabilità ordinaria. L'opzione deve essere fatta o in sede di dichiarazione inizio attività o successivamente in sede di dichiarazione annuale Iva (quadro VO). Dal 1998 è previsto che il contribuente minore possa adottare il regime ordinario senza darne alcuna comunicazione ma semplicemente attuando concretamente gli adempimenti richiesti (comportamento concludente).

Non possono avvalersi delle disposizioni riguardanti le imprese minori, le società di capitali e gli altri Enti o società soggette all'Ires ad esclusione degli enti non commerciali per l'eventuale attività commerciale esercitata.

I soggetti passivi

I soggetti passivi ai quali sono destinate le norme contenute del capo VI del Testo Unico Imposte sui Redditi sono tutti coloro che in forma individuale o collettiva esercitano un'attività commerciale (criterio oggettivo).

In sostanza si tratta degli imprenditori e delle società che esercitano le attività indicate nell'art. 2195 del Codice Civile:

- attività industriale di produzione diretta alla produzione di beni o servizi;
- attività intermediaria nella circolazione dei beni;
- attività di trasporto per terra, per acqua e per aria;
- attività bancaria e assicurativa;
- altre attività ausiliarie alle precedenti.

Al criterio oggettivo sopra menzionato va aggiunto il criterio soggettivo. Per tale criterio i redditi degli Enti commerciali, delle società di capitali e di persone vengono determinati unitariamente in base alle norme del reddito d'impresa.

Sono quindi soggetti passivi:

- gli imprenditori individuali: sono tali le persone fisiche residenti (si considerano coloro che sono iscritti all'anagrafe della popolazione residente, coloro che hanno nel territorio dello Stato la sede principale dei loro affari, coloro che vi dimorano per più di sei mesi, e le persone fisiche non residenti (per i redditi d'impresa prodotti nello Stato) che esercitano le attività suddette;
- le società commerciali di persone ed i soggetti ad esse assimilabili: si tratta delle società in nome collettivo ed in accomandita semplice che hanno nel territorio dello Stato la sede legale o amministrativa o l'oggetto principale della loro attività. Sono assimilate a questi soggetti:
- le società di armamento;
- le società di fatto che abbiano per oggetto l'esercizio di attività commerciali.

I redditi di questi soggetti, a termini dell'art. 6 del D.P.R. n. 597/73, sono considerati redditi d'impresa da qualsiasi fonte provengano. Se queste società esercitano attività diverse da quelle indicate dall'art. 2195 codice civile, il reddito si determina sempre a norma del Titolo V del D.P.R. 597/73.

I redditi delle società in rassegna, per effetto del principio della "trasparenza del soggetto", vanno imputati ai soci sulla base delle quote di partecipazione (in mancanza in parti uguali), indipendentemente dalla loro percezione.

Dal periodo d'imposta 2002 è introdotta la "possibilità" di tassare il reddito d'impresa con aliquota proporzionale (art. 9 legge 388/2000). Con tale nuovo regime viene meno il principio in base al quale i redditi prodotti dalle società sono attribuiti ai soci indipendentemente dalla loro percezione.

Le società in nome collettivo ed in accomandita semplice non sono soggetti passivi dell'Irpef, ma dell'Irap; ai fini del tributo personale soggetti passivi sono invece i soci per i redditi ad essi imputati.

Le imprese familiari

L'art. 89 della legge n. 151 del 19/5/1975 ha introdotto ai fini fiscali la figura dell'impresa familiare indicata nell'art. 230 del Codice Civile.

Questa impresa che si avvale del lavoro dei familiari dell'imprenditore, deve essere costituita con atto pubblico o con scrittura privata autenticata redatti prima dell'inizio del periodo d'imposta.

L'impresa familiare è un'impresa individuale che presenta le seguenti caratteristiche:

- i partecipanti possono essere il coniuge, i parenti (entro il 3° grado) o affini (entro il 2° grado) dell'imprenditore;
- l'apporto dei familiari è costituito solamente dalla loro opera;

- i familiari partecipano soltanto agli utili e non alle perdite (che restano in capo al titolare);
- gli utili (o redditi) vengono imputati in base alle quote stabilite nell'atto di "determinazione", in misura non superiore al 49% del reddito d'impresa;
- i familiari possono trasferire le loro quote solo ad altri familiari dell'imprenditore o allo stesso, i cedenti però hanno diritto ad una parte degli incrementi;
- essendo un'impresa individuale, in caso di procedura concorsuale (fallimento) vi è soggetto ad essa solo il titolare.

Alla dichiarazione annuale deve essere allegato il prospetto di riparto del reddito e la dichiarazione di effettiva prestazione dell'attività nell'impresa familiare.

La possibilità prevista dall'art. 9 della legge 388/200 è estesa anche alle imprese familiari.

Differenze fra società commerciale di persone ed impresa familiare

Le differenze fra questi soggetti sono in tal modo sintetizzabili:

Società di persone	Imprese familiari
Sono società commerciali	Sono imprese individuali
I soci partecipano agli utili ed alle perdite	I familiari partecipano solo agli utili, le perdite rimangono a carico del titolare
Ai soci che recedono nel corso dell'anno, se non vi è patto contrario, non si imputano i redditi; questi vanno imputati solo ai soci risultanti al 31 dicembre Le quote possono essere cedute a terzi	Ai familiari che cessano o che subentrano nel corso dell'anno va imputata il rateo della quota di reddito
I soci possono essere estranei fra di loro	II familiare può cedere le quote solo ad altri familiari

Società di persone	Imprese familiari
I soci possono essere estranei fra di loro	I familiari devono essere il coniuge, i parenti e gli affini dell'imprenditore (entro i gradi stabiliti)
La procedura concorsuale coinvolge i soci	La procedura concorsuale coinvolge solo il titolare
I soci apportano capitale e opera (quasi sempre)	I familiari apportano solo la loro opera
La costituzione delle S.n.c. e S.a.s. avviene con atto pubblico o con scrittura privata con firme autenticate	La costituzione avviene con atto unilaterale del titolare in forma pubblica o con scrittura privata autenticata

I soggetti passivi di reddito di lavoro autonomo

I soggetti passivi in questione si distinguono in:

Persone fisiche esercenti arti o professioni

Sono i soggetti iscritti all'anagrafe della popolazione residente e le persone fisiche cittadini stranieri che vi dimorano per più di sei mesi, nonché quelle non residenti per i redditi prodotti nello Stato per attività ivi esercitate, che esercitano per professione abituale ancorché non esclusiva, senza vincolo di subordinazione, un'attività professionale o artistica (o attività di prestazione di servizi non rientrante nell'art. 2195 del C.C. non organizzata in forma di impresa).

Associazioni fra artisti o professionisti - società semplici

Le associazioni professionali fra artisti e professionisti sono costituite da più persone fisiche che si uniscono per svolgere arti e professioni per cui è necessaria l'iscrizione ad albi (avvocati, notati, medici, ecc.) o altre attività di lavoro autonomo.

Le società semplici non potendo produrre redditi d'impresa producono esclusivamente redditi di lavoro autonomo (o redditi fondiari,

di capitale, di partecipazione in società di persone e diversi).

Sono da escludere società in nome collettivo e in accomandita semplice fra artisti e professionisti poiché queste società per disposizione di legge possiedono esclusivamente reddito d'impresa (es. gli avvocati dopo il D. lgs 96/2001 possono costituirsi anche in società che in tal caso saranno soggetti passivi di reddito d'impresa).

I soggetti obbligati alla tenuta delle scritture contabili

I soggetti in questione sono elencati nell'art. 13 del D.P.R. 2/8/1973 n. 600.

Si possono così raggruppare:

a) Società ed enti soggetti all'Irpeg:

- società per azioni;
- società in accomandita per azioni;
- società a responsabilità limitata;
- società cooperative;
- società di mutua assicurazione;
- enti commerciali;
- enti non commerciali

b) Società di persone i cui soci sono soggetti Irpef:

- società in nome collettivo;
- società in accomandita semplice;
- società di armamento;
- società di fatto commerciali.

c) Persone fisiche esercenti attività commerciali.

d) Persone fisiche esercenti arti o professioni.

e) Società semplici o associazioni fra artisti e professionisti.

f) Soggetti obbligati ad operare ritenute alla fonte a titolo d'acconto o di imposta.

Principali tipi di contabilità

I principali tipi di contabilità (oltre ai regimi previsti per i contribuenti "minimi" di cui si dirà oltre) sono:

Regime ordinario - si applica alle imprese individuali, società di persone o assimilate, enti non commerciali esercenti attività d'impresa con ricavi nell'anno precedente superiori a euro 500.000,00 (per le attività di servizi) o euro 800.000,00 (per le altre attività) o che hanno esercitato l'opzione e in ogni caso ai soggetti Irpeg (esclusi gli enti non commerciali).

Regime semplificato - soggetti ammessi sono le imprese individuali, società di persone e soggetti assimilati con ricavi non superiori a euro 500.000,00 (prestazione di servizi) e a euro 800.000,00 (altre attività d'impresa), salvo la facoltà d'opzione per la contabilità ordinaria. Dal 1/1/1997 tutti gli artisti e professionisti con qualsiasi volume di affari rientrano in contabilità semplificata salvo anche qui facoltà d'opzione.

Opzione per la contabilità ordinaria - Come si è già accennato nella parte generale, i contribuenti (società di persone e imprese individuali) che non superano i volumi indicati (soggetti minori) nonché gli artisti e professionisti, possono optare per la contabilità ordinaria.

Libri e scritture dei soggetti obbligati alla tenuta della contabilità ordinaria

A) Scritture previste dal codice civile:

- libro giornale libro degli inventari.

B) Scritture previste dalla normativa Iva

- registro delle fatture emesse, registro dei corrispettivi, registro degli acquisti, altri registri specifici in relazione all'attività svolta.

C) Scritture particolari introdotte dal d.p.r. 29/9/1973 n. 600:

- scritture ausiliarie per categorie di elementi patrimoniali (conti di mastro);
- scritture ausiliarie di magazzino, registro dei beni ammortizzabili (dal 1997 la sua tenuta è facoltativa).

D) Scritture previste dal codice civile per le società di capitali:

- libro soci libro dei verbali delle assemblee dei soci;
- libro dei verbali del consiglio di amministrazione;
- libro dei verbali del collegio sindacale (se costituito);
- libro delle obbligazioni e degli obbligazionisti (se sono state emesse obbligazioni).

E) Scritture previste da leggi speciali in relazione alla specifica attività:

- registri utif (per le imprese che trattano prodotti soggetti a imposta di fabbricazione);
- libro unico del lavoro

La legge 383/2001 ha stabilito che libro giornale e libro degli inventari devono essere numerati progressivamente però non sono più soggetti né a bollatura né a vidimazione. Misura analoga è prevista per i registri Iva che vengono esclusi dalla bollatura pur continuando ad essere richiesta la numerazione progressiva.

Determinazione del reddito d'impresa per le imprese in contabilità ordinaria

Il reddito d'impresa, per le imprese a contabilità ordinaria è determinato per differenza fra elementi positivi ed elementi negativi del reddito stesso.

Sono elementi positivi:

- i ricavi;
- le plusvalenze patrimoniali;
- le sopravvenienze attive.

Sono elementi negativi:

- i costi;
- le minusvalenze patrimoniali;
- le sopravvenienze passive.

I ricavi

Costituiscono ricavi i corrispettivi delle cessioni di beni e delle prestazioni di servizio alla cui produzione o al cui scambio è diretta l'attività dell'impresa, nonché i corrispettivi delle cessioni di materie prime, sussidiarie, semilavorate e merci acquistate per essere impiegate nella produzione.

Le plusvalenze patrimoniali

Plusvalenza patrimoniale è il maggior valore attribuito ad un elemento patrimoniale rispetto al valore di costo o al valore originario o di riferimento del cespite, in dipendenza di circostanze varie, quali operazioni speculative, realizzo del bene, permuta, ecc.

Nella cessione dei beni è plusvalenza il maggior valore realizzato rispetto all'ultimo valore riconosciuto ai fini delle imposte sul reddito, cioè del costo storico diminuito delle quote di ammortamento.

Sopravvenienze attive

Sono componenti straordinarie del reddito, cioè variazioni non dovute alla gestione tipica dell'impresa.

Sono ad esempio sopravvenienze attive quelle derivanti dalla insussistenza di costi od oneri dedotti o di passività iscritte in bilancio in precedenti periodi d'imposta.

Nella prassi ministeriale sono state considerate sopravvenienze attive:

- l'indennizzo assicurativo di merci incendiate, liquidato in misura superiore a quello contabilizzato;
- l'indennità di mancato preavviso corrisposto dal prestatore di lavoro;
- un credito non contabilizzato in bilancio nell'esercizio in cui è stata emessa la fattura e contabilizzato invece nell'esercizio in cui è avvenuta la riscossione.

Sono inoltre considerate sopravvenienze attive:

- le somme di denaro o i beni in natura ricevuti a titolo di contributo o di liberalità, ad esclusione dei contributi in conto esercizio corrisposti a norma di legge dallo Stato o dagli Enti Pubblici;
- il valore nominale delle azioni ricevute gratuitamente e l'aumento gratuito del valore nominale di quelle già possedute, sempre che i titoli azionari non siano compresi fra i beni al cui scambio è diretta l'attività d'impresa;
- il valore nominale delle quote di s.r.l. ricevute gratuitamente e l'aumento gratuito del valore nominale delle quote già possedute.

Per le s.a.s. e le s.n.c. non costituiscono sopravvenienze attive i versamenti dei soci in proporzione alle rispettive quote di partecipazione.

Costi

Per costi si intendono i corrispettivi dei beni e servizi acquistati dall'imprenditore nell'esercizio d'impresa e potenzialmente idonei a produrre un reddito. I costi si possono suddividere in due categorie:

- costi di esercizio: relativi a quei beni o servizi la cui utilità si esaurisce nel periodo d'imposta;
- costi pluriennali: relativi a beni o servizi la cui utilità si estende a più periodi d'imposta.

Da tale classificazione deriva un diverso criterio di imputazione.

Costi di esercizio

Costituiscono costi di esercizio:

- il costo dei beni utilizzati e cioè il costo effettivo dei beni destinati alla vendita e venduti durante l'anno. Tale costo si ricava dalla seguente operazione: Rimanenze iniziali + Acquisti - Rimanenze finali;
- il costo dei beni strumentali di valore inferiore a euro 516,46
- le quote di ammortamento dei beni strumentali di valore superiore a euro 516,46;

- le retribuzione del personale dipendente al lordo dei contributi sociali e quote di accantonamento per indennità di anzianità e licenziamento;
- i canoni di affitto e di locazione;
- gli interessi passivi;
- i premi di assicurazione;
- il costo dell'illuminazione, della forza motrice;
- l'acquisto di carburanti e lubrificanti;
- le spese di amministrazione;
- le spese di pubblicità;
- le spese telefoniche, postali e telegrafiche;
- le spese di pulizia e di riscaldamento;
- le spese di trasporto, ecc.

I costi pluriennali

Sono da considerarsi tali:

- l'acquisto dei locali;
- l'ammodernamento dei locali;
- l'acquisto delle macchine e dei mobili necessari all'impresa;
- l'acquisto di automezzi, ecc.

Tali costi rappresentano quindi i maggiori investimenti che l'imprenditore effettua nell'impresa, che dovranno durare nel tempo e che dovranno servire da supporto all'attività aziendale.

Limitazione alla deducibilità dei costi

Per alcuni costi è prevista una disciplina particolare della deduzione:

Interessi passivi

Gli interessi passivi costituiscono una componente negativa del reddito d'impresa alla quale il legislatore ha dedicato una particolare disciplina.

Gli interessi passivi e gli oneri assimilati (oneri derivanti da rapporti

di natura finanziaria) sono deducibili fino a concorrenza degli interessi attivi e dei proventi assimilati, iscritti a Conto Economico (primo limite di deducibilità).

L'eventuale quota eccedente di interessi passivi diventa deducibile nei limiti del 30% del Reddito Operativo Lordo – R.O.L. (secondo limite di deducibilità).

La norma fornisce una definizione precisa del reddito operativo lordo (art. 96 comma 2 TUIR): il ROL è dato dalla somma algebrica delle lettere A (Valore della produzione) e B (Costi della produzione) di Conto Economico, al lordo degli ammortamenti (voce B10, lett. a) e b) di Conto Economico) e dei canoni di locazione finanziaria dei beni strumentali (voce B8 di Conto Economico).

$ROL = (A - B) + (\text{Ammortamenti delle immobilizzazioni materiali ed immateriali} + \text{Canoni leasing}).$

Compensi a favore dell'imprenditore e dei familiari - Compensi ai soci

Ai fini della determinazione del reddito d'impresa, non sono ammessi in deduzione i compensi per lavoro dipendente a favore:

- dell'imprenditore;
- del coniuge e ascendenti;
- dei figli, affidati o affiliati minori o permanentemente inabili;
- dei familiari partecipanti all'impresa familiare.

Questi compensi sono indeducibili, indipendentemente dal fatto che tali soggetti siano a carico o meno.

Sono tuttavia deducibili le retribuzioni ed i compensi per lavoro dipendente corrisposti a:

- coniuge legalmente ed effettivamente separato;
- soci della società in nome collettivo e in accomandita semplice.

In questi casi i compensi e le retribuzioni sono deducibili nella misura in cui risultano dalle registrazioni eseguite ai fini contributivi previdenziali ed assistenziali.

Liberalità a favore dei dipendenti

Sono considerati atti di liberalità quelle erogazioni a favore della generalità dei dipendenti, diverse dalle spese obbligatorie o riconducibili alla produzione.

Le liberalità fatte a favore dei dipendenti per specifiche finalità di istruzione, educazione, ricreazione, beneficenza, culto ed assistenza sociale, sono deducibili per un ammontare non superiore al 5 per mille dell'ammontare delle spese per prestazione di lavoro dipendente risultante dalla dichiarazione dei redditi. Le erogazioni liberali a favore dei singoli dipendenti, sono considerate redditi di lavoro dipendente per i percipienti ed un costo per l'impresa a condizione che siano annotate nel libro paga.

Liberalità a favore di persone giuridiche o enti

Sono deducibili dal reddito d'impresa:

- le erogazioni liberali fatte a persone giuridiche che perseguono esclusivamente finalità di educazione, istruzione, ricreazione, beneficenza, culto, assistenza sociale o di ricerca scientifica;
- erogazioni liberali a favore di persone giuridiche aventi sede nei territori del Mezzogiorno aventi finalità di ricerca scientifica;
- erogazioni liberali a favore delle Università e degli Istituti Universitari.

Per ciascuna delle categorie suindicate, la deduzione non può essere superiore al 2% del reddito dichiarato.

Altri costi ed oneri

Gli altri costi ed oneri sono deducibili, purché vengano soddisfatte due fondamentali condizioni:

- siano sostenuti nell'esercizio dell'impresa, vale a dire per il raggiungimento di fini economici;
- si riferiscano ad attività ed operazioni da cui derivano ricavi o proventi che concorrono a formare il reddito d'impresa; non possono

trovare considerazione i costi e gli oneri sostenuti a fronte di redditi esenti o che scontano il tributo alla fonte a titolo d'imposta. I costi relativi a beni non attribuibili specificatamente a determinati ricavi o proventi sono deducibili secondo gli stessi criteri previsti per gli interessi passivi.

Imputazione dei costi e dei ricavi

La disciplina di imputazione dei ricavi è analoga a quella prevista per l'Iva. I ricavi si considerano conseguiti:

- per le cessioni di beni mobili: alla consegna o spedizione della merce;
- per le cessioni di beni immobili: alla data di stipula dell'atto. Gli acconti di prezzo incassati prima della stipula dell'atto non costituiscono ricavi e gli immobili, cui gli acconti si riferiscono, partecipano alla formazione delle rimanenze d'esercizio;
- per le prestazioni di servizio: alla data in cui sono ultimate, ovvero per quelle dipendenti da contratti da cui derivano corrispettivi periodici, alle date di maturazione dei corrispettivi.

I costi e gli oneri sono imputabili all'esercizio se rispondono ai requisiti della certezza, della determinabilità oggettiva, dell'afferenza (o inerenza) e della competenza.

Certezza

I componenti negativi del reddito d'impresa devono riferirsi a fatti e cause certe che si sono verificati o che dovranno verificarsi.

Non è quindi possibile l'imputazione, nel conto economico, di spese per fatti soltanto probabili o possibili.

Alcune eccezioni sono tuttavia ammesse in relazione alla costituzione di fondi ed oneri futuri:

- accantonamenti per quiescenza e previdenza;
- accantonamenti per rischi su crediti;

- accantonamenti per lavori ciclici di manutenzione e revisione delle navi e degli aeromobili;
- accantonamenti per operazioni e concorsi a premio.

Determinabilità oggettiva

I componenti negativi del reddito d'impresa devono riferirsi a fatti e cause certe che si sono verificati o che dovranno verificarsi.

Non è quindi possibile l'imputazione, nel conto economico, di spese per fatti soltanto probabili o possibili.

Alcune eccezioni sono tuttavia ammesse in relazione alla costituzione di fondi ed oneri futuri determinata in modo definitivo.

Afferenza (o inerenza)

Per essere ammessi alla determinazione del reddito d'impresa i costi devono essere inerenti all'attività d'impresa, cioè essere correlati ai ricavi che concorrono alla formazione del reddito.

Peraltro la normativa attuale, facendo riferimento alle "attività e operazioni" da cui derivano i ricavi, lascia ampio spazio ad interpretazioni favorevoli al contribuente.

Così la prassi ministeriale ha ritenuto ammissibili, purché si riferiscano all'attività produttiva, i rimborsi spese pagati ai dipendenti, le somme corrisposte a titolo di risarcimento danno, le spese promozionali, ecc.

Competenza

L'autonomia di ciascun esercizio e di ciascun periodo d'imposta comporta necessariamente che siano imputati ad ognuno di essi i costi di competenza e debbano essere escluse tutte le partite imputabili ad esercizi diversi.

L'ammortamento

Il procedimento tecnico contabile dell'ammortamento consiste nel ripartire in più esercizi il costo dei beni ad utilizzazione pluriennale, di quei beni cioè che partecipano al processo produttivo per più esercizi.

Il procedimento tecnico contabile dell'ammortamento assume rilevanza ai fini fiscali, in quanto la quota di ammortamento annuale concorre come componente negativa ai fini della determinazione del reddito imponibile.

È quindi chiaramente comprensibile perché il legislatore tributario abbia disciplinato minuziosamente il procedimento ed i limiti dell'ammortamento.

Ammortamento dei beni materiali

Possono formare oggetto di ammortamento i beni materiali che presentano queste caratteristiche:

- sono destinati specificatamente all'esercizio di attività commerciali;
- sono strumentali per la produzione o la vendita dei beni dell'impresa;
- sono oggetti a consumo o deperimento.

Generalmente non sono oggetto di ammortamento:

- i beni che non sono di proprietà dell'impresa;
- beni che non fanno parte dell'attivo immobilizzato dell'impresa (e non risultano quindi registrati nelle scritture contabili);
- i beni che non sono soggetti a deperimento o consumo.

L'ammortamento comincia con il periodo d'imposta durante il quale si inizia (o poteva essere iniziata) l'utilizzazione del bene.

Misura dell'ammortamento dei beni materiali

Le quote di ammortamento deducibili, sono calcolate in misura non superiore a quella risultante dall'applicazione dei coefficienti stabiliti da

apposito decreto ministeriale, comprensiva degli oneri di diretta imputazione. La misura è ridotta alla metà per il primo esercizio.

Ai fini fiscali l'ammortamento deve esser fatto sul c.d. "costo storico" del bene fiscalmente determinato o determinabile. Costo storico è quindi quello risultante dalle fatture di acquisto o altro documento contabile e, per gli immobili acquistati al di fuori del campo di applicazione dell'Iva, al valore definito ai fini dell'imposta di registro.

Al costo storico vanno aggiunti, ai fini dell'ammortamento, gli oneri accessori di diretta imputazione. Tali sono, ad esempio, per i beni immobili: spese notarili per la redazione dell'atto di acquisto, imposte e tasse di registrazione, trascrizione e voltura catastale, oneri di urbanizzazione, ecc.; per i beni mobili: spese di trasporto, dazi sull'importazione, spese di installazione, spese di progettazione e collaudo, ecc.

L'ammortamento è consentito, generalmente per quote costanti, in relazione alle categorie di beni omogenei ed in base al normale periodo di deperimento e consumo nei vari settori produttivi.

I costi di manutenzione, riparazione, ammodernamento e trasformazione dei beni materiali sono deducibili nei limiti del 5% del costo complessivo di tutti i beni materiali ammortizzabili risultanti dal libro dei cespiti ammortizzabili all'inizio del periodo d'imposta. L'eccedenza è deducibile in quote costanti nei cinque periodi d'imposta successivi. Per le imprese di nuova costituzione, il 5% è calcolato sul valore dei cespiti al termine dell'esercizio.

Ammortamento dei beni immateriali

Sono soggetti ad ammortamento, con le modalità di seguito indicate, i costi sostenuti per l'acquisto di:

- a) diritti di brevetti industriali;
- b) diritti di utilizzazione di opere dell'ingegno;
- c) diritti di utilizzazione di marchi di fabbrica e commercio;

- d) diritti di utilizzazione di processi e formule di produzione;
- e) diritti di utilizzazione di informazioni ed acquisti in campo industriale e scientifico (know-how).

La quota di ammortamento dei beni immateriali è commisurata al costo d'acquisto (costo storico) maggiorato degli oneri di diretta imputazione.

Generalmente le quote di ammortamento di tali beni sono deducibili in misura non superiore ad 1/3 del costo. I diritti di utilizzazione dei marchi d'impresa e l'avviamento sono deducibili in misura non superiore ad 1/18 del costo.

Ammortamento delle spese relative a più esercizi

Una disciplina particolare è prevista per l'ammortamento di alcuni costi ad utilizzazione pluriennale:

- a) I costi relativi a studi e ricerche sono deducibili integralmente nell'esercizio in cui sono sostenuti, ovvero in quote costanti nell'esercizio stesso e nei successivi ma non oltre il quarto.
- b) I costi sostenuti per spese di pubblicità e propaganda sono deducibili per intero nell'esercizio in cui sono sostenuti oppure in quote costanti di 0,5 in tale esercizio e nei quattro successivi.
- c) I costi di costituzione di nuove imprese, di aumento del capitale sociale, quelli relativi alla trasformazione, fusione od incorporazione di società sono ammortizzabili solo a partire dall'esercizio in cui si conseguono i primi ricavi.
- d) Le spese di rappresentanza sono deducibili nel periodo d'imposta di sostenimento, entro un limite determinato in misura percentuale variabile in relazione all'ammontare dei ricavi della gestione caratteristica risultanti dalla dichiarazione dei redditi relativa allo stesso periodo d'imposta. L'eventuale eccedenza è indeducibile e non può essere recuperata negli anni successivi.

Libri e scritture della contabilità semplificata per le imprese minori

Regime semplificato

Questi soggetti devono tenere:

- il registro delle fatture emesse;
- il registro dei corrispettivi;
- il registro degli acquisti opportunamente integrato;
- l'inventario di magazzino;
- il libro dei cespiti ammortizzabili.

Dal 1997 non è più "obbligatoria" la tenuta del libro dei cespiti ammortizzabili purché i contribuenti in contabilità semplificata eseguano le relative annotazioni, entro il termine di presentazione della dichiarazione dei redditi, nel registro degli acquisti.

Nel corso dell'esercizio sui predetti registri vanno anche registrate tutte le operazioni escluse dal campo dell'Iva o esenti (affitti passivi, quote di ammortamento dei beni strumentali, contributi relativi ai dipendenti, le retribuzioni dirette, gli accantonamenti per T.F.R., ecc.).

Entro il termine stabilito per la presentazione delle dichiarazioni dei redditi, le imprese minori debbono compilare l'inventario di magazzino e precisamente:

- l'elencazione delle merci in rimanenza distinte per categorie omogenee;
- l'indicazione del prezzo unitario per categoria;
- il valore complessivo.

Entro lo stesso periodo deve esser compilato il libro dei cespiti ammortizzabili (o effettuata la relativa annotazione sul registro degli acquisti).

Nel caso in cui le operazioni di impresa minore fossero escluse dall'IVA oppure le stesse, per modalità di versamento fossero esonerate dall'obbligo della tenuta dei registri Iva (attività di spettacoli, mostre, ecc.) le imprese minori devono tenere un registro delle entrate e delle uscite nel quale annotare le operazioni.

Regime forfetario

È un regime fiscale agevolato previsto nella legge 190/2014, destinato alle persone fisiche esercenti attività d'impresa, arti o professioni. Accedono al regime forfetario i contribuenti che nell'anno precedente hanno, contemporaneamente:

- conseguito ricavi o percepito compensi, ragguagliati ad anno, non superiori a 85.000,00 euro (se si esercitano più attività, contraddistinte da codici Ateco differenti, occorre considerare la somma dei ricavi e dei compensi relativi alle diverse attività esercitate);
- sostenuto spese per un importo complessivo non superiore a 20.000 euro lordi per lavoro accessorio, lavoro dipendente e compensi a collaboratori, anche a progetto, comprese le somme erogate sotto forma di utili da partecipazione agli associati con apporto costituito da solo lavoro e quelle corrisposte per le prestazioni di lavoro rese dall'imprenditore o dai suoi familiari.

Anche chi inizia un'attività può accedere al regime forfetario, comunicando nella relativa dichiarazione ai fini Iva di presumere la sussistenza dei requisiti.

Non possono accedere al regime forfetario:

- le persone fisiche che si avvalgono di regimi speciali ai fini Iva o di regimi forfetari di determinazione del reddito;
- i non residenti, ad eccezione di coloro che risiedono in uno degli Stati membri dell'Unione europea o in uno Stato aderente all'Accordo sullo Spazio economico europeo che assicurano un adeguato scambio di informazioni e che producono in Italia almeno il 75% del reddito complessivamente realizzato;
- i soggetti che effettuano, in via esclusiva o prevalente, operazioni di cessione di fabbricati o porzioni di fabbricato, di terreni edificabili o di mezzi di trasporto nuovi

- gli esercenti attività d'impresa, arti o professioni che partecipano contemporaneamente a società di persone, associazioni professionali o imprese familiari ovvero che controllano direttamente o indirettamente società a responsabilità limitata o associazioni in partecipazione, le quali esercitano attività economiche direttamente o indirettamente riconducibili a quelle svolte individualmente;

- le persone fisiche la cui attività sia esercitata prevalentemente nei confronti di datori di lavoro con i quali sono in corso rapporti di lavoro o erano intercorsi rapporti di lavoro nei due precedenti periodi d'imposta ovvero nei confronti di soggetti direttamente o indirettamente riconducibili a tali datori di lavoro, fatta eccezione per chi inizia una nuova attività dopo aver svolto il periodo di pratica obbligatoria ai fini dell'esercizio di arti o professioni;

- coloro che nell'anno precedente hanno percepito redditi di lavoro dipendente e/o assimilati di importo superiore a 30.000 euro, tranne nel caso in cui il rapporto di lavoro dipendente nell'anno precedente sia cessato (sempre che in quello stesso anno non sia stato percepito un reddito di pensione o un reddito di lavoro dipendente derivante da un altro rapporto di lavoro).

Chi applica il regime forfetario determina il reddito imponibile applicando, all'ammontare dei ricavi conseguiti o dei compensi percepiti, il coefficiente di redditività previsto per l'attività esercitata (allegato n. 2 alla legge n. 145/2018).

Dal reddito determinato forfetariamente si deducono i contributi previdenziali obbligatori, compresi quelli corrisposti per conto dei collaboratori dell'impresa familiare fiscalmente a carico ovvero, se non fiscalmente a carico, qualora il titolare non abbia esercitato il diritto di rivalsa sui collaboratori stessi; l'eventuale eccedenza è deducibile dal reddito complessivo.

Al reddito imponibile si applica un'unica imposta, nella misura del

15%, sostitutiva di quelle ordinariamente previste (imposte sui redditi, addizionali regionale e comunale, Irap).

Nel caso di imprese familiari, l'imposta sostitutiva, applicata sul reddito al lordo dei compensi dovuti dal titolare al coniuge e ai suoi familiari, è dovuta dall'imprenditore.

Il regime forfetario cessa di avere efficacia a partire dall'anno successivo a quello in cui viene meno anche uno solo dei requisiti di accesso ovvero si verifica una delle cause di esclusione, mentre l'uscita è invece immediata se si superano i 100.000 euro di fatturato.

Il reddito assoggettato al regime forfetario rileva sempre quando, per la spettanza o per la determinazione di deduzioni, detrazioni o benefici, anche di natura non tributaria, le norme fanno riferimento al possesso di requisiti reddituali.

L'imposta sostitutiva è ridotta al 5% per i primi cinque anni di attività in presenza di determinati requisiti:

1. il contribuente non ha esercitato, nei tre anni precedenti, attività artistica, professionale o d'impresa, anche in forma associata o familiare;
2. l'attività da intraprendere non costituisce, in nessun modo, mera prosecuzione di attività precedentemente svolta sotto forma di lavoro dipendente o autonomo, escluso il caso del periodo di pratica obbligatoria ai fini dell'esercizio di arti o professioni;
3. se viene proseguita un'attività svolta in precedenza da altro soggetto, l'ammontare dei relativi ricavi e compensi realizzati nel periodo d'imposta precedente quello di riconoscimento del beneficio non supera il limite che consente l'accesso al regime.

Gli accertamenti fiscali

L'accertamento è l'attività diretta a determinare il "quantum" dell'obbligazione tributaria.

Si hanno tre tipi di accertamento:

- a) l'autoaccertamento (ad esempio quello che il contribuente fa quando compila la dichiarazione dei redditi, quando liquida l'imposta sul bollo, ecc.);
- b) l'accertamento fatto dal sostituto d'imposta (ad esempio quello fatto dal datore di lavoro quando paga gli stipendi, calcola l'imposta ed effettua le ritenute);
- c) procedimento ordinario di accertamento quello fatto dall'Amministrazione Finanziaria quando controlla le dichiarazioni dei redditi. Tale controllo può avere due esiti:
 - o il controllo verifica la veridicità ed esattezza delle dichiarazioni (che in tal caso vengono archiviate);
 - o il controllo verifica che la dichiarazione del contribuente è infedele o incompleta, ed in tal caso il procedimento di accertamento si conclude con un avviso di accertamento dove viene determinata la nuova base imponibile e liquidata l'imposta che verrà iscritta a ruolo ai fini della riscossione.

Quest'ultimo accertamento può essere fatto nei confronti di soggetti non obbligati alla tenuta delle scritture contabili e verso soggetti obbligati alla tenuta delle scritture contabili.

Nei confronti dei soggetti non obbligati alla tenuta delle scritture contabili, l'accertamento può essere:

- analitico (analisi dettagliata di tutti gli articolati della dichiarazione. Anche tale accertamento può portare a rettifiche della dichiarazione per infedeltà, incompletezza, errori, ecc.);
- sintetico (il "redditometro") dove la capacità contributiva viene determinata in modo sintetico basandosi sulla capacità di spesa.

Nei confronti dei soggetti obbligati alla tenuta delle scritture contabili, l'accertamento viene solitamente distinto nelle seguenti forme:

- accertamento analitico (o contabile) nel senso che si basa sulle risultanze delle scritture contabili;

- accertamento analitico-induttivo in quanto consente di discostarsi dalle risultanze delle scritture contabili con l'utilizzo di "presunzioni gravi, precise e concordanti";
- accertamento induttivo (o extra-contabile) quello che si basa su elementi diversi dalle risultanze delle scritture. L'Amministrazione Finanziaria nel passato ha utilizzato strumenti vari dai coefficienti presuntivi di ricavo al redditometro.

Attualmente la rettifica del reddito d'impresa o di lavoro autonomo in presenza di dichiarazioni contenenti elementi falsi, inesatti o ir completi (art 39 D.P.R. 600/73) può avvenire o utilizzando gli ISA. Gli Indici sintetici di affidabilità fiscale (Isa) rappresentano un nuovo strumento attraverso il quale si intende fornire a professionisti e imprese un riscontro accurato e trasparente sul loro livello di affidabilità fiscale. Introdotti con il decreto legge n. 50/2017, dal periodo d'imposta 2018 gli Isa sostituiscono definitivamente gli studi di settore e i parametri. In sostanza, sono degli indicatori costruiti con una metodologia statistico-economica basata su dati e informazioni contabili e strutturali relativi a più periodi d'imposta. Essi consentono agli operatori economici di valutare autonomamente la propria posizione e di verificare il grado di affidabilità su una scala di valori che significativi benefici premiali. A seconda del valore raggiunto, per esempio, possono essere esclusi da alcuni tipi di controlli o beneficiare della riduzione dei termini per gli accertamenti da parte dell'Agenzia delle entrate o essere esonerati dall'apposizione del visto di conformità per la compensazione dei crediti d'imposta. L'istituzione degli Isa si inserisce tra la serie di iniziative che l'Agenzia ha avviato da qualche anno con l'obiettivo di favorire una sempre più proficua collaborazione tra Fisco e contribuenti e promuovere, utilizzando anche efficaci forme di assistenza, l'adempimento spontaneo degli obblighi tributari (tax compliance).

L'accertamento basato sugli Isa costituisce un "accertamento analitico" ed il maggior ammontare di ricavi o compensi risultante dall'applicazione

degli stessi costituisce una "presunzione grave, precisa e concordante" a favore dell'Amministrazione Finanziaria. Ciò comporta un'inversione dell'onere della prova: sarà il soggetto destinatario dell'accertamento a dover provare le ragioni dell'eventuale scostamento fra il valore dichiarato ed il valore presunto.

L'Amministrazione Finanziaria verso i contribuenti sottoposti ad accertamento ha poteri di:

- accesso (potere di entrare in un luogo e soffermarsi anche senza il consenso di chi ne ha la disponibilità);
- ispezione (controllo diretto della contabilità allo scopo di verificare se il contribuente abbia applicato correttamente le disposizioni fiscali);
- verifica (riscontro fra la gestione ispezionata e la realtà dell'impresa): esempio verifica su conti correnti bancari e postali.

Camera di commercio di Torino



Tavola riassuntiva

Camera di commercio di Torino

Il bilancio

L'effettiva comprensione di un bilancio presuppone la conoscenza di determinate nozioni quali la contabilità generale, la partita doppia, il piano dei conti ed i principi ragionieristici, legali e fiscali che ne stanno alla base.

Purtuttavia appare indispensabile accennare le nozioni principali ed indispensabili del medesimo per poter poi fornire un minimo di strumenti per la redazione di un budget per giungere infine all'aspetto del controllo di gestione.

Per Bilancio di esercizio si intende il documento, redatto al termine di ogni periodo amministrativo, con cui si rappresenta la situazione patrimoniale e finanziaria dell'azienda ed il risultato economico dell'esercizio.

Gli articoli del Codice Civile (art. 2423-2435) attinenti al bilancio (e relativi alle norme di redazione ed ai contenuti del medesimo) sono stati modificati con il decreto legislativo n. 127 del 1991 che ha recepito la IV direttiva Cee in materia societaria (si tratta di una direttiva comunitaria che aveva lo scopo di uniformare le normative dei paesi della Comunità europea in materia di bilancio delle imprese).

Principi di redazione del bilancio

I principi che devono ispirare la compilazione di un bilancio sono:

- *prudenza*: la valutazione delle voci deve esser fatta con prudenza e nella prospettiva della continuazione dell'attività, i profitti non realizzati non devono essere contabilizzati, mentre le perdite non definitivamente subite, devono essere riflesse in bilancio;
- *chiarezza*: il bilancio d'esercizio deve essere comprensibile e corredato da note informative che ne facilitino la comprensione;
- *neutralità*: il bilancio d'esercizio poiché si rivolge a molti destinatari (soci, fornitori, finanziatori, fisco, dipendenti, ecc.) non deve favorire gli interessi di particolari gruppi;

- *comparabilità*: affinché i bilanci di una stessa azienda siano confrontabili nel tempo, è necessario che la struttura del documento ed i criteri di valutazione adottati, siano costanti nel tempo;
- *competenza*: i costi ed i ricavi partecipano alla formazione del reddito nell'esercizio nel quale sono maturati e non in quello nel quale si verifica la variazione finanziaria.

Contenuto del bilancio

Il bilancio è formato da:

- stato patrimoniale, che mette in evidenza la situazione patrimoniale e finanziaria dell'azienda; deve essere redatto secondo uno schema obbligatorio, nella forma a due sezioni:
 - Attivo (sezione sinistra) dove figurano gli impieghi o attività;
 - Passivo (sezione destra) dove figurano le Fonti o Passività (comprende anche il Patrimonio netto).
- conto economico che mette in evidenza la situazione economica dell'azienda (e quindi mette in contrapposizione i Ricavi ed i Costi); deve essere redatto secondo uno schema obbligatorio nella forma scalare. Qui il reddito d'esercizio viene scomposto ed evidenziato nelle diverse aree: area della produzione, area della gestione finanziaria, area della gestione straordinaria, area fiscale.
- nota integrativa che deve illustrare i criteri di valutazione applicati e analizzare la composizione di alcune voci contabili, deve essere redatta secondo un contenuto prefissato.

Mentre lo stato patrimoniale ed il conto economico sono documenti contabili, la nota integrativa ha una natura illustrativa.

Il budget

Per "budget" intendiamo quel documento contabile che viene utilizzato al fine di "prevedere" quella che potrà essere la situazione

economica, finanziaria e di cassa dell'impresa in una determinata prospettiva temporale (12, 24, 36 mesi, ecc.), a seconda delle necessità dell'imprenditore.

L'utilità della stesura del budget consiste essenzialmente nel fatto di poter formulare delle ipotesi, basate su tutti gli elementi e le informazioni in possesso dell'imprenditore, su quello che può essere un realistico processo di sviluppo della propria attività aziendale.

L'aver definito un budget consente poi di rendere espliciti gli obiettivi che si intendono raggiungere in quel determinato periodo (ad esempio: quale utile di esercizio pensiamo di raggiungere dopo i primi due anni? Oppure: quale risultato è pensabile di poter ottenere dopo i primi 12 mesi di attività?). Se formuliamo un budget avremo anche modo di renderci consapevoli, nel momento in cui confronteremo i risultati evidenziati a consuntivo con quelli del nostro budget di quanto le nostre previsioni siano state realistiche e quali possono esser state le cause degli scostamenti che si saranno eventualmente verificati rispetto alle nostre ipotesi.

Al fine di redigere questo documento è necessario fissare tre punti di questa analisi:

- a) fare una previsione delle vendite;
- b) fare una previsione degli investimenti e delle spese generali;
- c) fare una previsione finanziaria e di cassa.

Cominciamo ad analizzare il punto a): la definizione delle vendite è il primo passo, dal momento che pone anche il "limite superiore" massimo di capacità di spesa dell'impresa. Le premesse su cui si basa quest'analisi sono:

- 1) l'andamento storico delle vendite degli anni precedenti;
- 2) le caratteristiche del mercato su cui si affacciano i prodotti dell'impresa;

3) le prospettive di sviluppo a breve e a medio o a lungo periodo del mercato;

4) la definizione del costo di acquisto dei prodotti oggetto dell'attività ed il livello delle scorte necessarie.

Fissati i livelli di ricavi presunti, l'analisi si sposta sulle decisioni di utilizzo delle risorse negli investimenti e nelle spese generali; in questo caso (punto b) occorre:

- 1) definire i costi di struttura;
- 2) definire i costi commerciali;
- 3) definire i costi generali.

L'ultimo punto (punto c) relativo alla previsione finanziaria e di cassa è sicuramente quello più impegnativo.

Lo scopo di una *previsione di cassa* è quello di consentire all'imprenditore di poter verificare la capacità, mese per mese, di far fronte ai pagamenti richiesti dall'attività.

Per effettuare tale previsione è quindi opportuno:

- suddividere i ricavi previsti nel periodo fra i vari mesi;
- definire l'ammontare mensile delle spese;
- mettere a confronto i risultati dei due punti precedenti per ottenere il cosiddetto "primo saldo di cassa".

A questo punto è opportuno che l'imprenditore faccia un'attenta valutazione sull'opportunità del ricorso al credito e dei costi che questo comporta.

In primo luogo è buona norma, prima di scegliere la Banca che diventerà eventualmente nostro "socio finanziatore", verificare presso più Istituti bancari le condizioni che questi praticano nei confronti di una clientela aziendale.

Ottenute tali informazioni, occorre inserire l'elemento "costo del denaro", ovvero l'importo percentuale mensile degli interessi addebitati dalla banca per l'utilizzo di un "fido o scoperto di conto corrente", fra le

voci del budget mensile e di cassa in modo da poter formulare l'ipotesi il più vicina possibile al vero di questo centro di costo (che sovente si tende a sottovalutare, ma che spesso è la causa prima dell'insuccesso di troppe piccole e medie imprese).

Questa operazione consente di fare una valutazione realistica della situazione finanziaria dell'impresa nell'arco di tempo preso in esame (12, 24, 36 mesi) e di intervenire con eventuali aggiustamenti sul progetto che abbiamo in mente di realizzare.

È importantissimo che l'imprenditore tenga dunque in considerazione le ripercussioni che una non attenta previsione e gestione finanziaria, anche in presenza di un'attività altamente remunerativa, ha a medio termine sulla solidità dell'impresa.

Tavola riassuntiva



Il bilancio - il budget

Definizione: il bilancio è la fotografia statica in un determinato momento della situazione economica e patrimoniale dell'impresa.

Elementi del Bilancio: Stato Patrimoniale, Conto Economico e Nota Integrativa.

Stato Patrimoniale: accoglie le Attività (impieghi) e le Passività (fonti).

Conto Economico: accoglie i costi ed i ricavi.

Nota integrativa: contiene esplicazioni e completamenti dei valori quantitativi espressi nei precedenti prospetti.

Criteri di compilazione del Bilancio secondo la IV Normativa C.E.E:

- stato patrimoniale sempre a sezioni contrapposte ma voci raggruppate in macroclassi e successive suddivisioni;
- conto economico non più a sezioni contrapposte, ma in forma scalare a determinazione di risultati successivi;

Budget: documento contabile utilizzato per "prevedere" quella che potrà essere la situazione economica, finanziaria e di cassa di un'impresa in una determinata prospettiva temporale.

Il controllo di gestione - Le fasi della gestione

“Gestire” significa condurre qualche cosa verso un obiettivo. È possibile raffigurare il “gestire” come una molla dove ad un ciclo ne succede un altro ed il passo variabile della molla è dato dal tempo; l’asse della molla è costituito dal budget (in questo caso alla parola budget deve essere dato il significato più ampio di “pianificazione strategica” piuttosto che quello limitato di “budget annuale”); esso funge da coordinatore e regolatore del ciclo.

In ciascuna spira della molla sono riconoscibili le seguenti fasi:

- Previsione
- Programmazione
- Organizzazione
- Attuazione
- Controllo

Dalla fase di controllo si ritorna quindi a quella di previsione: è evidente che l’intervallo di tempo fra un ciclo e un altro non è predeterminato; ogni “fatto” avrà un solo tipico ciclo che potrà essere variato.

Per esempio: i riordini di magazzino potrebbero avere un ciclo rapido che potrebbe divenire anche rapidissimo adottando politiche diverse.

Il piano strategico avrà un ciclo pluriennale, il budget un ciclo annuale.

La fase di controllo non si deve limitare a porre in evidenza le differenze fra previsione e consuntivo, ma deve cercare di individuare le cause che hanno generato le variazioni.

In altre parole è necessario rispondere alle seguenti domande:

- perché si è verificato lo scostamento?
- chi è responsabile di tale differenza?
- chi deve intervenire e come?

Le fasi del controllo

Della fase di controllo vengono esaminati i seguenti aspetti:

1) Verifica dei risultati

La verifica dei risultati deve essere continua e sistematica, deve essere abbandonata ogni analisi episodica o occasionale. Perché tutto questo sia possibile l'organizzazione contabile deve funzionare perfettamente e deve essere in grado di fornire in tempo utile i dati necessari. L'importanza della verifica dei risultati sta dunque nell'individuare in modo chiaro "dove" e "perché" la realtà è stata diversa dalle previsioni.

2) Analisi dell'efficacia ed efficienza dell'azione

Per efficacia dell'azione s'intende la capacità di raggiungere gli obiettivi prefissati, mentre l'efficienza dell'azione è espressa dal rapporto fra risorse impiegate e risultati conseguiti.

Utilizzando il budget si è in grado di misurare l'efficienza di un singolo reparto o della gestione complessiva e, conseguentemente, di valutare l'azione dei responsabili. Tale possibilità discende dal fatto di essere in possesso dei dati previsionali e di quelli a consuntivo.

1) I sistemi di reporting

Ovviamente ciascun responsabile deve avere a disposizione i dati sui quali poter ragionare. Questi dati vengono forniti da "rapporti", rappresentati da schede sulle quali vengono inseriti i dati che devono essere valutati. Il sistema di "reporting" è l'insieme di queste schede.

È evidente che di "rapporti" se ne possono immaginare infiniti: sulle vendite, sugli acquisti, sulla produzione, su singoli costi o gruppi di costi, di reparto, di area, ecc.

In ogni caso un "report" deve essere chiaro, essenziale, tempestivo, comprensibile e soprattutto deve essere inviato con regolarità.

Un importante principio del sistema di "reporting" è che esso deve

mettere in evidenza solo le eccezioni. È infatti inutile che si perda tempo ad esaminare fatti ordinari, l'attenzione deve essere invece concentrata sui fatti eccezionali.

2) Analisi degli scostamenti

L'analisi degli scostamenti comporta una elaborazione di tipo matematico fra due serie di dati di cui una serie viene presa come base.

Facciamo un esempio di analisi sugli scostamenti delle vendite. Il titolare dell'azienda riceve il seguente rapporto:

Rapporto riassuntivo delle vendite

Tabella 1

Mese di marzo (valori espressi in euro)				
	Totale	Punto vendita A	Punto vendita B	Punto vendita C
Bilancio di previsione	150.000,00	85.000,00	35.000,00	30.000,00
Vendite	134.600,00	68.500,00	34.800,00	31.300,00
Scostamenti	15.400,00			+ 1.300,00

L'attenzione dell'imprenditore si appunta immediatamente, in base al principio dell'analisi delle eccezioni, sulle vendite della zona A. La direzione è quindi immediatamente in grado di individuare il responsabile e di compiere un successivo esame in base al "report" seguente.

Rapporto punto vendita "a"

Tabella 2

Mese di marzo				
	Totale	Prodotto X	Prodotto Y	Prodotto Z
Budget di previsione	85.000,00	30.000,00	25.000,00	30.000,00
Vendite	68.500,00	13.500,00	24.800,00	30.200,00
Scostamenti	-16.500,00	-16.500,00	-200,00	+ 200,00

Ancora una volta l'analisi delle eccezioni consente alla direzione di individuare nelle vendite del prodotto X la causa degli scostamenti. Per indagare ulteriormente le cause dello scostamento la direzione ha bisogno di ulteriori informazioni. Esse verranno fornite dal successivo "report".

Analisi delle vendite del prodotto X

Tabella 3

Mese di marzo			
	Quantità	Prezzo medio	Totale
Budget di previsione	3.000	10.000	30.000
Vendite	1.125	12,00	13.500,00
Scostamenti	1.875	2,00	16.500,00

1) Interventi correttivi

Lo scopo ultimo del controllo è quello di rimuovere le cause interne che hanno determinato situazioni di inefficienza e, qualora gli scostamenti siano così rilevanti da far presumere l'impossibilità di raggiungere gli obiettivi, di modificare il budget.



Tavola riassuntiva

Il controllo di gestione

Il controllo di gestione è quella fase dell'attività aziendale che verifica se l'accaduto aziendale, sotto l'aspetto economico, finanziario e di cassa sia coerente alle previsioni formulate nel Budget.

Aspetti dell'attività di controllo di gestione:

- verifica dei risultati che deve esser fatta in modo continuo e sistematico
- verificare l'efficacia e l'efficienza dell'azione aziendale
- evidenziare gli scostamenti attraverso "report" (con il c.d. "principio delle eccezioni)
- analizzare gli scostamenti
- effettuare gli interventi correttivi dopo averne analizzate le cause.

Camera di commercio di Torino

Il marketing

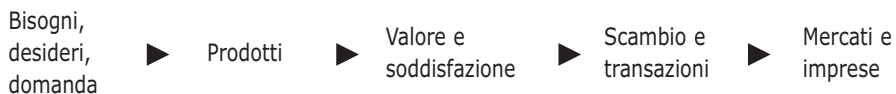
Il marketing è una disciplina abbastanza recente e non ancora completamente sistematizzata nè, forse, completamente condivisa tra gli esperti. Alla base delle varie definizioni è il concetto che il marketing riguarda il rapporto tra impresa e cliente. E da questo deriva qualsiasi altra definizione.

In Italia, il marketing inteso come disciplina autonoma oggetto di studio ha iniziato a diffondersi negli anni '60/70 ed è tuttora presente in modo non uniformemente esteso in tutti i settori economici.

Per Marketing si intende quell'insieme di **attività decisionali** che mirano a **soddisfare** le esigenze del **mercato** e quindi ad incrementare i profitti aziendali. Si tratta cioè di definire l'offerta commerciale, utilizzando in modo strategico gli strumenti a disposizione dell'impresa (prodotto, prezzo, distribuzione, comunicazione).

Conoscere i principi base di marketing non è come studiare una scienza esatta, in questa materia non esistono formule con risultati esatti ed immutabili, ma imparare a conoscere un mercato è essenziale per muoversi al suo interno.

Concetti fondamentali



Tratto da:

Kotler, "Marketing Management"

Il cliente/consumatore

Il marketing si pone nell'ottica dei clienti/consumatori ed ha come obiettivo la creazione di prodotti in grado di soddisfarne le esigenze.

Il cliente/consumatore è il punto di riferimento di tutte le attività di Marketing. Conoscere i bisogni dei consumatori, il comportamento e le motivazioni diventa fondamentale per definire strategie più efficaci.

I **bisogni** umani riflettono stati di insoddisfazione di alcune necessità di base. Con riferimento al modello di Maslow, gli esseri umani manifestano bisogni fisiologici, di sicurezza, di appartenenza e di autorealizzazione.

Il secondo livello riguarda la necessità di sicurezza: dopo aver soddisfatto i bisogni principali si cerca di avere la stabilità nella vita quindi si impegnano le energie per perseguire obiettivi quali per esempio quello di un lavoro stabile e sicuro.

Il terzo livello riguarda il momento in cui l'individuo cerca di soddisfare il bisogno di protezione, cercando l'appartenenza ad un gruppo sociale (compagni di scuola, colleghi, squadra di calcio, etc.).

Nel passaggio successivo l'individuo cerca la stima del gruppo sociale di appartenenza, che si ottiene anche acquistando prodotti che si pensa possano facilitare l'accettazione da parte del gruppo.

Infine, l'ultimo livello è quello in cui si cerca la realizzazione di se stessi cercando la soddisfazione dei propri bisogni psicologici che sono diversi da individuo ad individuo.

I bisogni sono elementi non modificabili della natura umana e, quindi, non sono generalmente influenzabili da azioni di marketing.

I **desideri** riguardano oggetti specifici in grado di soddisfare determinati bisogni. I desideri sono continuamente influenzati dall'ambiente esterno all'individuo: famiglia, scuola, imprese, ecc. Le imprese, quindi, non creano bisogni; esse, unitamente ad altri attori, modellano i desideri.

Quando i desideri sono accompagnati da volontà d'acquisto e capacità d'acquisto, allora essi si trasformano in domanda.

Mentre i bisogni umani sono relativamente pochi, i desideri indotti dalla società e dai suoi attori sono molteplici. Dato che la capacità d'acquisto è limitata, solo alcuni dei desideri si traducono in domanda.

Tipologia degli acquisti

La tipologia degli acquisti si può suddividere in base al grado di coinvolgimento che richiedono e in base al tipo di decisione che li determina.

Per quanto riguarda il coinvolgimento avremo degli acquisti di:

- **routine:** tutta quella serie di acquisti che si compiono quotidianamente (latte, pane)
- **regolari:** gli acquisti che non vengono compiuti quotidianamente, ma che si ripetono in maniera regolare e ciclica (abbigliamento)
- **irregolari piccoli:** rientrano nella tipologia degli acquisti rari, ovvero nel corso della vita questo prodotto può ricorrere mediamente non più di cinque o sei volte (automobile)
- **irregolari grandi:** comprendono tutti gli acquisti considerati unici (casa, abito da sposa). Normalmente una donna acquista un solo abito da sposa nella vita e la sua attenzione ai particolari in questa occasione sarà notevole.

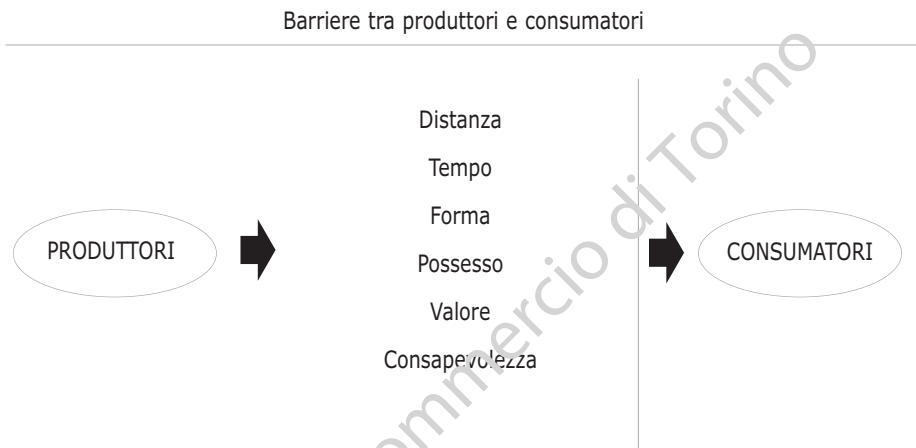
Di conseguenza, in base al coinvolgimento richiesto, avremo una decisione:

- **programmata:** per la tipologia irregolare grande e piccolo. In questa situazione la decisione da parte del consumatore sarà ponderata e non saranno ammesse interferenze nella scelta da parte del venditore
- **suggerita:** riguarda quelli che possono essere gli acquisti regolari, che non hanno bisogno di grossa ponderazione da parte del consumatore. In questo caso il venditore può guidare nella scelta e proporre alternative

- **impulsiva**: riguarda i prodotti che vengono acquistati impulsivamente.

Le barriere

Il marketing ha come obiettivo il superamento delle barriere esistenti tra produttori e consumatori, ovvero ha il compito di rendere effettivi gli scambi potenziali.



Tratto da:

Mason, Ez el, "Marketing"

La *distanza*   la tipica barriera agli scambi; per la grande maggioranza dei beni il luogo di produzione non coincide con il luogo di scambio. Ogni giorno, ad esempio, una parte consistente del pescato viene portata al mercato del pesce di Milano e da qui distribuita in molte pescherie di tutta la penisola. Il tempo pu  essere una barriera allo scambio per quei beni che hanno una domanda concentrata in pochi periodi, ma che sono prodotti lungo tutto l'anno per sopperire ai periodi di massima richiesta (es: fuochi artificiali).

Per alcuni beni la propriet  non passa direttamente dal produttore al

consumatore, ma può riguardare anche grossisti e dettaglianti. In questo senso il marketing si occupa di massimizzare l'efficacia del trasferimento dal produttore al consumatore finale.

Le barriere al valore sorgono quando le parti coinvolte nello scambio non si accordano sul valore del prodotto; mentre i consumatori definiscono il valore del prodotto in termini di utilità o di vantaggi ottenuti, i produttori sono spesso propensi a stimare il prezzo in termini dei costi di produzione o dei prezzi dei concorrenti.

Anche la mancata consapevolezza è una barriera allo scambio; in alcuni mercati la massima "un prodotto che non è pubblicizzato non esiste" sottolinea la necessità da parte dei produttori di comunicare (correttamente) il prodotto ai potenziali clienti.

Il concetto di consapevolezza si riferisce anche ai produttori e ai rivenditori, i quali possono avere difficoltà nella comprensione dei potenziali clienti e delle dinamiche del mercato.

Il processo d'acquisto

Si può quindi stabilire secondo quali processi avvenga l'acquisto da parte del consumatore

Chi acquista? Che cosa acquista? Perché acquista? Come acquista? Quando acquista? Dove acquista?	
---	--

Per arrivare ad una decisione d'acquisto il consumatore deve riconoscere il proprio bisogno/desiderio; quindi si porrà il problema di

cercare delle informazioni sul prodotto, facendo un confronto fra le diverse opportunità che il mercato offre.

Successivamente compirà una scelta e acquisterà il prodotto.

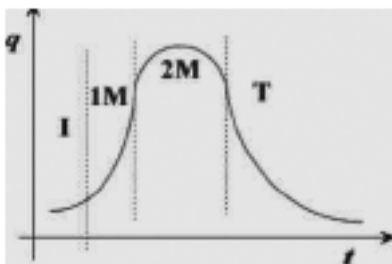
Ma il processo non si ferma con l'acquisto: infatti avverrà una valutazione post-acquisto, che coinvolge direttamente l'azienda. Questo è infatti il momento in cui avviene una vera e propria valutazione sulla qualità del prodotto, che potrà portare all'impresa una fidelizzazione del cliente e un ritorno d'immagine positivo.

Il processo di adozione di un prodotto

Nella scelta di un prodotto rientrano diversi fattori, da quelli personali (demografici, situazionali) a quelli psicologici (motivazioni, personalità, atteggiamento) e quelli sociali (ruolo, gruppi di riferimento, classe sociale).

Ma per far diventare un prodotto di uso comune è necessario suscitare attenzione e interesse intorno a quel prodotto. I mezzi più comuni per ottenere l'effetto sono rappresentati dai mass-media, che servono per creare opinione ma che non spingono effettivamente alla vendita del prodotto.

I fattori rilevanti in tal senso sono generati dalle fonti personali che ciascuno di noi possiede (amici, parenti, venditori) che attraverso una testimonianza diretta della propria esperienza possono indurre all'acquisto di un prodotto piuttosto che un altro.



- I = Innovatori
- 1M = Prima maggioranza
- 2M = Seconda maggioranza
- T = Tardi

I consumatori possono essere divisi in categorie, basate sui diversi atteggiamenti nei confronti del prodotto:

- **Innovatori**: sono coloro che acquistano un prodotto nuovo e originale lanciato sul mercato. Anche se risulta poco testato, la sua caratteristica è la rarità. È una categoria che risulta insensibile al prezzo e generalmente all'interno della società ha un ruolo trascinatore.
- **Prima maggioranza**: il prodotto, grazie all'adozione da parte degli innovatori, diventa più conosciuto. Presenta delle migliorie rispetto alla fase precedente, ma il costo risulta ancora considerevole.
- **Seconda maggioranza**: il prodotto ormai è conosciuto, è sicuramente perfezionato e alla portata della maggioranza dei consumatori, ma non è più originale.
- **Tardi**: sono coloro che acquistano un prodotto che si sta avviando verso la fase di declino. È un prodotto che risulta superato, anche se chi lo acquista si troverà ad avere un prodotto ottimo ad un prezzo basso.

Scambio e transazioni

Lo scambio è il processo economico per cui tra due persone avviene un passaggio di beni (denaro, risorse o servizi) che abbiano valore per entrambe.

Si può parlare di scambio se sussistono le seguenti condizioni:

- il numero di parti coinvolte è maggiore o uguale a due
- ciascuna parte possiede e dispone di prodotti di valore per l'altra
- ognuna delle parti è in grado di comunicare il valore dei propri prodotti
- ciascuna parte è libera di accettare o respingere l'offerta della controparte
- ciascuna parte considera possibile e desiderabile trattare con la controparte. Se l'accordo alla base dello scambio ha successo, avviene una transazione (effettivo passaggio di valore tra le controparti).

L'offerta commerciale

L'offerta commerciale è ciò che l'azienda intende scambiare con i propri clienti.

Il Marketing serve a favorire queste relazioni di scambio tra l'impresa e il suo mercato in un ambiente dinamico.

Si chiama dinamico un ambiente in continuo movimento, per effetto di forze che lo trasformano.

Il Marketing serve a reagire ai mutamenti ambientali, adattando l'offerta commerciale alle mutevoli esigenze del mercato.

Il Mercato

Il concetto di scambio conduce al concetto di mercato. Un mercato è l'insieme dei potenziali acquirenti con caratteristiche comuni che potrebbero dare origine ad uno scambio al fine di soddisfare i propri bisogni.

Il termine mercato viene utilizzato per indicare un insieme di venditori e acquirenti, indipendentemente dal luogo fisico in cui gli stessi si trovano.

Le interazioni tra venditori e acquirenti sono costituite da molteplici flussi: i venditori inviano al mercato merci, servizi e comunicazioni; ricevono come contropartita denaro ed informazioni. Il loop costituito da comunicazione e informazioni rappresenta il flusso informativo, quello costituito da denaro e beni/servizi rappresenta il flusso fisico.

Possiamo distinguere tra diverse tipologie di mercati:

- mercati d'uso, come il mercato di coloro che seguono delle diete e il mercato dei frequentatori di palestre
- mercati di prodotto, come il mercato delle calzature o quello dell'auto
- mercati demografici, come il mercato dei giovani o quello delle persone anziane
- mercati geografici, il mercato italiano o quello statunitense.

Per mercato si intende l'insieme delle persone che hanno l'intenzione e la possibilità di acquistare un prodotto.

In conclusione:

Al centro del processo c'è il consumatore.

L'azienda è in grado di controllare quelle che possono essere le politiche sul prodotto e sulle persone (intese come servizi personalizzati), quelle di prezzo, di distribuzione e di comunicazione.

Gli strumenti a disposizione dell'impresa per la definizione dell'offerta commerciale sono forniti dal Marketing Mix.

Le forze esterne, invece, non sono controllabili dall'impresa (fatta eccezione per le grosse imprese e multinazionali che hanno il potere di influenzare alcuni settori della società), ma determinano le condizioni ambientali in cui si trova a dover agire.

Le fasi del marketing

Le fasi del Marketing sono 4:

- A. analisi
- B. pianificazione
- C. realizzazione
- D. controllo

A. Analisi

È la prima fase, che prevede la quantificazione del mercato potenziale attraverso tecniche di misurazione della domanda, analisi delle opportunità che offre l'ambiente esterno e analisi dei punti di forza e debolezza dell'impresa al suo interno.

Le tecniche di misurazione della domanda maggiormente adottate sono:

- a) segmentazione del mercato
- b) ricerche di mercato
- c) market-test

a) segmentazione del mercato

Segmentare il mercato significa suddividerlo in segmenti omogenei sulla base di determinate variabili allo scopo di individuare il segmento obiettivo, o mercato target, a cui indirizzare il prodotto.

Quando si prende in considerazione un segmento bisogna tenere conto delle variabili, di tipo quantitativo:

- geografiche (nazione, regione, dimensione del centro urbano, densità di popolazione, clima)
- demografiche (età, sesso, dimensione e composizione della famiglia, caratteristiche del nucleo familiare, reddito, istruzione, religione, classe sociale).

e qualitativo:

- psicologiche (personalità, atteggiamento politico, stile di vita)
- comportamentali (tipologia di consumo, frequenza d'uso del prodotto, benefici ricercati, stadio della consapevolezza, preferenze).

Lo studio di queste caratteristiche darà vita ad uno o più segmenti di mercato che diventeranno il mercato obiettivo dell'impresa.

È necessario, però, che il segmento sia attraente, ovvero:

- accessibile
- misurabile
- importante (redditizio).

b) ricerche di mercato

• La Ricerca di mercato, secondo la definizione dell'American Marketing Association, è la sistematica raccolta, conservazione e analisi dei dati relativi a problemi connessi al marketing dei beni e/o dei servizi. Le ricerche di mercato si occupano principalmente dello studio e dell'analisi dei comportamenti espressi e dei processi decisionali (motivazioni) dei consumatori in un'economia di mercato, o della definizione della struttura di un mercato. Sono una fonte di informazione per chi,

Il marketing

all'interno di un'azienda che produce beni o servizi, deve prendere decisioni di marketing. Le ricerche di Marketing possono essere definite come gli studi volti a selezionare tutti gli elementi rilevanti di informazione utilizzabili per le decisioni in tema i prodotti, distribuzione, efficacia della pubblicità e tecniche promo-zionali, nonché della valutazione della posizione complessiva dell'impresa. Le ricerche di mercato si rivolgono ad un ambito di analisi più ristretto, essendo rigidamente connesse all'individuazione di informazioni relative al mercato di un particolare bene. Hanno carattere esplorativo e si usano per accertare specifici aspetti del mercato.

Marketing Information System: è il sistema di raccolta, elaborazione, reperimento e trasmissione di dati utili alle attività decisionali.

Le fasi di questa ricerca di informazioni sono tre:

- input: informazioni da fonti interne ed esterne su prezzi, costi, vendite, concorrenza, mercato
- elaborazione: catalogare, archiviare, reperire i dati
- output: serie di informazioni per scopi decisionali specifici.

Marketing Research: è la ricerca di informazioni su un problema specifico, relativo all'andamento del mercato, all'evoluzione dei consumatori, alle possibilità di successo di un certo prodotto.

Il compito di questa ricerca sarà dunque:

- definire il problema
- sviluppare le ipotesi di lavoro e progettare la ricerca
- raccogliere i dati
- analizzare e interpretare i risultati
- valutare l'attendibilità dei risultati
- presentare i risultati.

per scoprire a chi, cosa e come vendere.

c) *market test*

La segmentazione e le ricerche di mercato danno all'impresa maggiore consapevolezza per intraprendere l'azione di vendita.

Per prodotti già collaudati e conosciuti dal mercato non si presentano problemi, ma per dei prodotti nuovi o radicalmente modificati è opportuno svolgere una ricerca preventiva per valutare il possibile successo.

Questa ricerca è definita market test. Si tratta di una tecnica con la quale si sottopone a determinati stimoli una porzione di mercato in un'area geograficamente limitata e per un certo periodo di tempo, allo scopo di studiare gli effetti che un particolare prodotto o una linea di prodotti suscitano in quel mercato.

B. Pianificazione

È la fase che prevede la definizione del mercato obiettivo e l'adattamento dell'impresa in base alle caratteristiche del mercato. È fondamentale per l'impresa definire gli obiettivi finali, che devono essere chiari, misurabili, realistici e coerenti e le tappe intermedie per il raggiungimento di tale scopo.

Gli obiettivi vanno perseguiti dall'impresa attraverso scelte strategiche che riguardano: **la selezione del mercato target, il posizionamento, il marketing mix**

Selezione del mercato target

In cui le politiche potranno essere di:

- *marketing indifferenziato*: in presenza di un mercato che non evidenzia segmenti di un qualche valore commerciale per l'impresa, il proprio prodotto viene indirizzato a tutto il mercato senza distinzioni.
- *marketing differenziato*: vengono selezionati alcuni segmenti significativi di mercato e ad ognuno viene destinata una variante del prodotto, accompagnati da programmi commerciali diversi e da reti di vendita diverse.

- *marketing concentrato*: viene selezionato un unico segmento di mercato al quale si rivolgerà un prodotto specializzato e unico, per ottenere la leader ship nel segmento di mercato di interesse.

Posizionamento

Definire il posto che si vuole occupare fra i prodotti(o fra le aziende) concorrenti, agendo sulla percezione che il consumatore avrà del prodotto (o della nostra azienda) in base ai parametri di qualità e prezzo. In questo senso è necessario che l'impresa dia un'immagine coerente della propria offerta commerciale, in modo da fornire al mercato di riferimento una motivazione per preferirla alla concorrenza.

Marketing mix

La teoria di base del marketing utilizza la metafora delle **4P** per identificare gli elementi su cui il professionista deve lavorare per definire una strategia di marketing completa. Le 4 P costituiscono l'insieme degli strumenti a disposizione per definire la propria offerta commerciale, e sono:

- a) Prodotto (product)
- b) Prezzo (price)
- c) Distribuzione (place)
- d) Comunicazione (publicity).

a) Prodotto

Per prodotto si intende tutto ciò che può essere venduto sul mercato (bene, servizio, idea), rispondendo ai requisiti di soddisfacimento del consumatore e di profitto per l'impresa. Il prodotto deve essere tale da soddisfare i bisogni dei consumatori e deve sempre fare riferimento alle motivazioni d'acquisto dei consumatori e deve essere adattato fisicamente, presentare dei vantaggi e utilità per i consumatori e offrire dei vantaggi

collaterali (garanzia, assistenza..) per indurre il consumatore all'acquisto.

Quindi l'impresa non deve vendere solo un prodotto, ma più vantaggi possibili per i consumatori.

L'impresa deve adottare delle strategie di prodotto che servano a far capire che cosa interessa al consumatore e rivolgerle in 4 direzioni:

- strategia di prodotto
- combinazione di prodotti
- marca
- ciclo di vita del prodotto.

Strategia di prodotto: il prodotto per fare riferimento alle motivazioni d'acquisto del mercato deve agire su tre livelli:

- **tangibile**: raggruppa tutte le caratteristiche di base del prodotto, tutte le caratteristiche "fisiche" che lo rendono riconoscibile (qualità, stile, marca, confezione)
- **in senso ampio**: raggruppa tutti i servizi che vengono forniti insieme al prodotto tangibile, tutti i vantaggi collaterali che si otterranno acquistando il prodotto (garanzia, consegna a domicilio, assistenza tecnica, pagamento dilazionato)
- **generico**: informa i consumatori sull'utilità, benefici, i vantaggi e funzioni che si otterranno dal prodotto.

Combinazione di prodotti: i prodotti dell'impresa possono essere poi raggruppati in tre differenti livelli:

- **singolo articolo**: una versione specifica di un prodotto che costituisce un'offerta distinta dagli altri
- **linea di prodotti**: un gruppo di prodotti strettamente legati fra loro per strategia di marketing, caratteristiche tecniche e valore d'uso
- **mix di prodotti**: rappresentano la totalità dei prodotti offerti da un'impresa, che possono avere due dimensioni:
 - *ampiezza* (una varietà di prodotti collegati fra loro)
 - *profondità* (diverse versioni dello stesso prodotto).

Marca: la marca (brand in inglese) è l'elemento che identifica il prodotto e lo differenzia dalla concorrenza, associando al prodotto l'immagine dell'azienda e della tradizione di qualità.

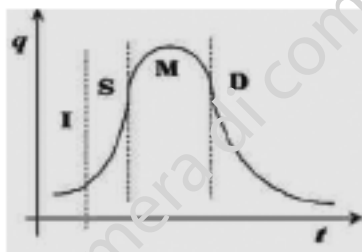
L'impresa può, quindi, scegliere fra diverse possibilità di marchi, tra cui:

- **industriale:** la marca è il nome dell'azienda e il prodotto è associato direttamente
- **commerciale:** la marca è il nome del rivenditore

Ma la marca può essere anche per singolo prodotto, per linea di prodotti e per mix di prodotti.

I prodotti immessi sul mercato possono incontrare problemi nell'andamento delle vendite. Questo perché il prodotto attraversa quattro diverse fasi nell'arco della propria esistenza in cui le scelte strategiche da compiere saranno differenti.

Ciclo di vita del prodotto



Ciclo di vita del prodotto

- I = Introduzione
- S = Sviluppo
- M = Maturità
- D = Declino

Le 4 fasi sono: l'introduzione, lo sviluppo, la maturità e il declino del prodotto.

L'introduzione è la fase del lancio del prodotto sul mercato. Il prodotto non è ancora definitivo, presenta delle imperfezioni. La fase ha le seguenti caratteristiche:

- alti costi unitari di produzione e distribuzione
- elevato prezzo
- il prodotto è spesso in perdita

- azioni promozionali per far conoscere il prodotto
- modesta efficienza tecnica
- ineguale distribuzione del prodotto.

L'impresa si troverà a dover creare interesse intorno al prodotto, con forti spese per il lancio finalizzate ad una massiccia azione promozionale, che comunque non porterà ad un innalzamento delle vendite. Non esiste concorrenza. Il target in questa fase è rappresentato dagli innovatori.

Lo sviluppo è la fase di crescita, in cui la domanda tende ad intensificarsi e il mercato ad ampliarsi. L'impresa cercherà di massimizzare la quota di mercato, agendo con una forte attività di comunicazione per imporre l'immagine del prodotto e per imporsi sulla concorrenza, che intanto è entrata sul mercato. Il target in questa fase è rappresentato dalla prima maggioranza.

Le caratteristiche sono:

- i costi unitari e il prezzo diminuiscono
- i profitti sono al livello più elevato
- l'efficienza tecnica dei prodotti migliora
- azione promozionale per formare le preferenze di marca
- si aprono molti canali di distribuzione
- marche in concorrenza entrano continuamente sul mercato
- i consumatori sono assai interessati al prodotto e sviluppano le loro preferenze. La maturità è la fase in cui le vendite si stabilizzano.

L'impresa tenderà a massimizzare il profitto creando dei prodotti diversificati e differenziando il tipo di comunicazione. Il prezzo si abbasserà per fronteggiare la concorrenza. Il target in questa fase è rappresentato dalla seconda maggioranza.

Le caratteristiche sono:

- il prodotto continua a generare profitti, ma in misura minore che non nella fase di crescita
- i prezzi sono al medesimo livello che nella fase di crescita

Il marketing

- l'azione promozionale mira a creare un'immagine per il prodotto
- aumenta lo sforzo pubblicitario
- l'efficienza dei prodotti è molto soddisfacente
- la distinzione tra marche è limitata a caratteristiche secondarie
- i consumatori hanno una più approfondita conoscenza dei prodotti
- rivitalizzazione.

Il declino è la fase in cui le vendite del prodotto diminuiscono sensibilmente.

L'impresa dovrà minimizzare i costi riducendo sensibilmente la comunicazione e si troverà a dover scegliere se ritirare il prodotto dal mercato oppure modificarlo e rilanciarlo. Il target in questa fase è rappresentato dai tardi. Le caratteristiche principali della fase:

- i costi unitari di produzione e amministrazione aumentano;
- i costi unitari di distribuzione sono al livello minimo;
- il prezzo è al livello più basso;
- i margini di profitto sono molto ridotti;
- si sviluppa una severa concorrenza sul prezzo;
- i consumatori perdono gradatamente interesse al prodotto.

Esistono anche prodotti che hanno un'immediata accettazione da parte dei consumatori, non prevedono una fase significativa di introduzione, sono prodotti cosiddetti low learning. Va osservato inoltre che queste fasi valgono soprattutto per i beni non durevoli, sono molto meno significative per i beni durevoli e alimentari dove esistono diversi "fattori di disturbo" al normale ciclo di vita del prodotto.

b) Prezzo

Il prezzo per il Marketing Mix è l'elemento più difficile da stabilire, per via del condizionamento che subisce da molti fattori, quali la concorrenza, la domanda, le strutture distributive.

Gli obiettivi della politica di prezzo mirano ad ottenere la

sopravvivenza sul mercato, a massimizzare il profitto, massimizzare la quota di mercato e a segnalare la qualità dei prodotti ai consumatori.

Strategie del prezzo: Due diversi sono gli obiettivi che si possono ottenere applicando due diverse strategie:

- *Penetrazione:* la presenza sul mercato deve essere massiccia, la diffusione del prodotto rapida; di conseguenza il prezzo dovrà essere basso. Questa strategia funziona solo a condizione che la domanda sia sensibile al prezzo e che la concorrenza sia scoraggiata da una simile politica di prezzo
- *Scrematura:* in questo caso l'obiettivo sarà quello di raggiungere fasce alte di consumatori, sicuramente disposti a pagare un prezzo elevato e solo in seguito abbassare il prezzo per allargare il bacino di consumatori. Questa strategia funziona se il segmento di mercato è insensibile al prezzo, se i costi unitari di produzione elevati non sono riducibili con un aumento della produzione e se le tecnologie usate sono esclusive e difendibili.

Tecniche di formazione del prezzo: Le diverse alternative che si pongono per l'impresa riguardo alla formazione del prezzo sono 3:

- Prezzo basato sui costi: l'impresa applica un ricarico in percentuale sul costo. Questa strategia vale per i prodotti nuovi o di cui non si conoscono le caratteristiche della domanda
- Prezzo basato sulla domanda: si riferisce all'intensità della domanda e sull'elasticità di quest'ultima al prezzo. Quindi il prezzo sarà elevato dove e quando la domanda è forte e sarà basso dove e quando la domanda è debole
- Prezzo basato sulla concorrenza: si basa sull'imitazione o meno dei prezzi applicati dalla concorrenza.

L'importante è che una volta stabilito il prezzo si verifichi che i costi, fissi e variabili, l'utile atteso e il volume d'affari stimato superino il punto

di pareggio al di sotto del quale non conviene operare.

Inoltre il prezzo in tempi brevi può variare a causa del tasso di rotazione dei prodotti, per l'azione forte della concorrenza, per le azioni promozionali e per le attività di informazione.

c) Distribuzione

Per poter vendere l'impresa deve attivare una serie di canali che facciano arrivare il prodotto al consumatore, servendosi dell'azione degli intermediari, che hanno la funzione di ridurre il numero delle transazioni, di garantire una maggiore efficienza e di offrire servizi ausiliari.

L'impresa per far arrivare il prodotto al consumatore si può avvalere di due diversi canali distributivi.

- Canale diretto: è la vendita diretta, in cui il prodotto arriva direttamente dal produttore al consumatore (vendite porta a porta, per catalogo, per corriere).
- Canale indiretto: la vendita avviene tramite degli intermediari (dettaglianti, agenti, grossisti...). Questo canale può ancora essere suddiviso in:
 - breve: il produttore si avvale di un intermediario per far arrivare il prodotto al consumatore (un solo intermediario)
 - lungo: il prodotto arriva al consumatore attraverso due o più intermediari (più intermediari).

Reti di vendita e distributive

L'organizzazione di vendita opera in favore dei potenziali clienti e del mercato. Può essere organizzata in tre differenti piani:

- Su base territoriale: è una zona geograficamente circoscritta in cui si vendono una o più linee di prodotti
- Per prodotto: è la vendita di un solo prodotto o di una sola linea di prodotti senza limitazione di zona

- Per cliente: la vendita viene limitata ad una sola categoria di clientela, raggruppata omogeneamente e in base a determinate caratteristiche, quali destinazione del prodotto (rivenditori o consumatori finali), dimensione del cliente (clienti grandi o clienti piccoli), tipo di canale distributivo (grossisti, dettaglianti) e sbocco distributivo (drogherie, alimentaristi, farmacie).

Altrettanto differenziata si presenterà la rete di vendita che si dividerà in tre tipi.

- Rete di vendita diretta: i venditori sono dipendenti dell'azienda. Esiste un rapporto gerarchico fra venditore e impresa. Generalmente è utilizzata per prodotti affermati sul mercato
- Rete di vendita indiretta: i venditori sono dei liberi professionisti (rappresentanti) che si assumono il rischio d'impresa. Non sono gerarchicamente sottoposti all'impresa, hanno un ruolo d'intermediari. Generalmente è utilizzata per prodotti nuovi e che devono imporsi sul mercato
- Rete di vendita mista: i venditori sono sia dipendenti dell'impresa sia liberi professionisti. Vi è una collocazione differenziata di mercato ed utilizza i dipendenti là dove il prodotto è già affermato e i liberi professionisti dove deve ancora affermarsi.

Area commerciale: l'area commerciale è la zona definita dall'omogeneità di comportamento della clientela, la sua propensione a recarsi in un certo luogo di vendita per motivi economici o psicologici (gravitazione commerciale) ed è la base della divisione del territorio per l'organizzazione di vendita.

Forme di distribuzione

Accanto alle forme tradizionali e della grande distribuzione, si è andata sviluppando negli ultimi anni una forma di distribuzione verticale (integrazione fra produzione- distribuzione e consumo).

Il marketing

Fanno parte di questo sistema:

- franchising: un contratto di affiliazione tra impresa concedente e impresa concessionaria per attuare una forma di collaborazione stabile e continuativa per la distribuzione (Benetton, Coin) catene di negozi;
- gruppi d'acquisto: unione in consorzio o cooperativa di un gruppo di dettaglianti per particolari contratti con le imprese di produzione al fine di realizzare economie negli acquisti (Conad)
- unioni volontarie: accordi fra grossisti e dettaglianti indipendenti (A & O).

Fattori che influenzano le strategie: i fattori che possono influenzare una strategia distributiva vanno analizzati e tenuti in considerazione al fine di programmare una buona politica distributiva e sono:

Caratteristiche del territorio, ovvero la sua percorribilità, la distanza, la vastità dell'area da coprire

- Specificità, ovvero deperibilità del prodotto, volume e valore del bene da trasportare, costo e prezzo del prodotto
- Capacità organizzativa e finanziaria dell'azienda
- Comportamento dei consumatori, ovvero la frequenza d'acquisto e l'entità d'acquisto da parte dei consumatori di quel prodotto
- Costi degli intermediari
- Tecnologia, leggi

d) Comunicazione

Uno dei compiti cruciali del Marketing è quello di informare e motivare il mercato per stimolarlo all'acquisto del prodotto, trasmettendo dei messaggi che vengano compresi dai destinatari in maniera chiara e efficace.

Questo genere di informazione commerciale è detta comunicazione persuasiva, il cui scopo è quello di promuovere le vendite.

Le vie di comunicazione che l'impresa ha in tal senso sono diverse.

- Pubblicità: è la forma più comune di promozione. È un tipo di

comunicazione di massa con una forte finalità commerciale.

Pubblicità: è la forma più comune di promozione. È un tipo di comunicazione di massa con una forte finalità commerciale.

- Promozioni: propongono incentivi particolari e stimoli ai consumatori per l'acquisto del prodotto
- Pubbliche relazioni: sono le politiche di immagine che l'impresa fa di se stessa e dei propri prodotti, tramite azioni personali svolte nei confronti di tutti coloro che possono trasferire questa immagine ad altri (opinion leader, giornalisti..)
- Direct marketing: sistema di marketing interattivo che utilizza uno o più media pubblicitari per conseguire un risultato quantificabile e/o una transazione in qualsiasi settore
- Sponsorizzazioni: l'azienda decide di patrocinare un evento di richiamo finanziandolo, al fine di legare la propria immagine aziendale e il proprio marchio ad un evento particolare.
- Vendita personale: che può assumere forme diverse quali la visita al cliente, la cena di lavoro, l'assistenza personale al cliente, la comunicazione personale con il cliente.
- La 'comunicazione totale'

Pubblicità

La pubblicità pone il messaggio di fronte ai consumatori potenziali e reali in modo che desiderino acquistare quel determinato prodotto.

Ogni giorno siamo bombardati da migliaia di annunci pubblicitari, quindi è fondamentale far sì che il messaggio che si adotta emerga rispetto agli altri.

Diventa allora necessario stabilire:

- Quale tipo di messaggio utilizzare
- Tramite quale canale (stampa, televisione, radio, cartellonistica) trasmetterlo

Il marketing

- Quali particolari evidenziare
- A quali consumatori (mercato-obiettivo) rivolgersi.

Il messaggio pubblicitario sarà fortemente legato alla ricerca di mercato e all'impressione che si vuole creare.

Per fare qualche esempio, gli annunci pubblicitari che riguardano prodotti tecnologici evidenzieranno maggiormente le caratteristiche tecniche e le sue funzionalità, mentre quelli riguardanti articoli d'abbigliamento punteranno sul desiderio di essere alla moda. Si è detto che esistono diversi canali per fare pubblicità e per ogni canale esisterà un modo differente di trasmettere il messaggio.

- *Televisione*: coinvolge una larga fetta di pubblico, è animato, utilizza i colori e i suoni ed è sicuramente il mezzo più costoso per realizzare una comunicazione pubblicitaria.
- *Cinema*: pubblico limitato, può essere utilizzato per un tipo di comunicazione più mirata
- *Stampa*: spesso in bianco e nero è un tipo di comunicazione statica e mirata solo ad un certo tipo di pubblico che acquista i quotidiani
- *Cartellonistica*: ha un grande impatto visivo, soprattutto per le dimensioni dei cartelloni pubblicitari, ma è un tipo di comunicazione difficilmente individuabile
- *Radio*: trasmissione di un messaggio utilizzando solamente dei suoni (voce, musica..). Difficilmente viene ricordato.
- *Internet*: è il media con il più alto tasso di penetrazione sul mercato, non conosce confini geografici, ha costi notevolmente inferiori alle campagne pubblicitarie classiche e offre all'utente il vantaggio dell'interattività con il mezzo.

Direct Marketing

È una forma di comunicazione molto potente con il cliente.

Si basa sulla creazione di elenchi di consumatori potenziali (in cui

sono anno-verate caratteristiche quali stile di vita e preferenze) ai quali vengono inviate delle lettere personalizzate per indurli all'acquisto di un determinato prodotto.

Il volantinaggio, ad esempio, è una forma di direct marketing molto specializzata, che si differenzia solamente nel sistema distributivo degli stampati (li da direttamente in mano al consumatore, senza inviarli per posta).

Pubbliche relazioni

Le pubbliche relazioni mirano a creare una forte immagine aziendale negli interlocutori per aiutare la vendita dei prodotti o servizi.

I mezzi utilizzati sono:

- comunicati stampa
- interviste
- articoli.

Rispetto alla pubblicità, le pubbliche relazioni risultano un mezzo più credibile. Se la storia fa notizia, se la scelta dei tempi è quella giusta e se la notizia risulta interessante o importante per i lettori o gli spettatori, vi è una buona probabilità che il messaggio passi e che il prodotto ottenga un buon successo.

Vendita personale

È la parte più costosa, ma anche quella più proficua di una strategia di comunicazione.

La vendita è una mansione molto qualificata e un personale di vendita ben formato e che svolge il proprio compito al massimo delle proprie possibilità, fa ottenere risultati considerevoli.

Per la maggior parte dei clienti, infatti, la forza di vendita rappresenta la parte umana dell'azienda, il tramite con cui confrontarsi e dialogare.

La comunicazione totale

Si tratta di un'ottica secondo cui tutto nell'azienda 'comunica' portando a definire, da parte dell'azienda stessa un politica totale della comunicazione utilizzando e integrando strumenti tradizionali, mezzi di comunicazione non convenzionali e nuove tecnologie.

Alcuni esempi:

Personal selling (Comunicazione della forza vendita): È l'attività svolta dalla forza vendita, ossia una serie di azioni volte a generare ordini attraverso l'incontro, diretto o indiretto, con il cliente. L'approccio della forza vendita può essere libero (ogni venditore si comporta come vuole) o guidato (il venditore segue delle linee guida comuni a tutti i venditori, diretti o indiretti, dell'azienda). Gli strumenti che l'azienda può mettere a disposizione del venditore sono:

- Documentazione cartacea e multimediale da lasciare al cliente
- Aree demo di prodotti o soluzioni software
- Case history.

Advertising (pubblicità): È l'attività di comunicazione di tipo indiretto e a carattere non personale, generalmente rivolta ad un pubblico vasto, volta ad informare un interlocutore relativamente all'esistenza dei nostri servizi, a convincerlo della bontà degli stessi o a persuaderlo all'acquisto. La comunicazione può essere diretta (genera immediatamente feedback) o indiretta (effetto successivo). I canali pubblicitari utili al professionista dell'informatica sono:

- Direct Marketing Telefonico
- Direct Mailing
- Newsletter promozionali
- Banner. *Public Relation (Pubbliche Relazioni)*: Attività di comunicazione volta a creare una rete di relazioni e consensi senza un effetto diretto sulle vendite di breve periodo. Sono attività di pubbliche relazioni:

- Comunicati Stampa
- Pubblicazione di Articoli/Interviste
- Pubblicazione di Libri
- Partecipazione a Seminari/Convegni
- Partecipazione a forum e Newsgroup
- Creazione di comunità virtuali.

C. Realizzazione

Nella fase della Realizzazione il compito dell'organizzazione sarà quello di dare una struttura all'unità di Marketing, stabilendo le linee di autorità e di responsabilità.

L'organizzazione di questa unità sarà suddivisa per:

- Funzioni
- Prodotti
- Regioni
- Clienti.

e dovrà essere messa in relazione con le altre aree funzionali.

Successivamente le attività prevalenti saranno quelle di attuare una buona politica di comunicazione e di coordinamento, supportate da un marketing rivolto all'interno dell'azienda, che avrà la funzione di motivare il personale offrendo loro prodotti o posti di lavoro che ne soddisfino le esigenze.

Marketing Plan

È un documento che definisce le attività di Marketing di un'azienda relative ad una particolare strategia, in un determinato periodo di tempo.

D. Controllo

In questa fase si dovranno verificare i risultati ottenuti sul mercato mettendoli in relazione con le ipotesi che erano state formulate durante la fase di progettazione e con gli obiettivi e gli standard di prestazione stabiliti.

Sarà necessario valutare quindi le prestazioni ottenute e confrontarle con gli standard di vendita, profitti, costi.

Se coincidono vorrà dire che le previsioni erano corrette e realistiche; ma se le prestazioni superano gli standard e le aspettative sarà necessario domandarsi se gli obiettivi stabiliti in precedenza fossero troppo bassi.

Nel caso in cui, invece, le prestazioni siano inferiori agli standard, si dovrà avviare la revisione delle fasi:

- di realizzazione: migliorare le prestazioni
- di pianificazione: perfezionare o cambiare le strategie
- di analisi: rivedere i dati e le loro interpretazioni e apportare delle correzioni agli standard (se non realistici) e gli obiettivi (se non raggiungibili).

Gli ambiti in cui si effettuano i controlli sono:

- ambito interno: controllo di gestione delle attività di contabilità e delle funzioni economico-finanziarie, delle variabili qualitative, delle attività dei centri decisionali (quali il settore acquisti, vendite, comunicazione, ricerca, direzione generale), della struttura del sistema (con una precisa definizione dell'assortimento, del tasso di rotazione delle merci)
- ambito esterno: controllo sia del mercato generico sia del mercato circoscritto (target), monitoraggio dell'evoluzione dei gusti del segmento target e ricerca di basi informative, studio della concorrenza attraverso il controllo delle formule commerciali e delle singole aziende, aggiornamento costante dei cambiamenti politici-economici- tecnologici- legislativi in atto.

Il processo di controllo deve essere strettamente integrato con il sistema informativo dell'impresa (Marketing Information System) e con le attività di pianificazione.

La vendita

L'impresa, grazie al marketing, ha programmato l'azione di vendita. Resta ancora da definire quali tattiche seguire per avviare la vendita dei singoli prodotti o delle linee di prodotti.

Le tipologie di vendita in questo caso sono due:

- **vendite normali:** cioè le vendite programmate dall'impresa per uno sviluppo a medio-lungo termine
- **vendite promozionali:** cioè il tipo di vendita adottato per provocare incrementi nel ritmo normale della domanda e dell'offerta sul mercato in periodi limitati e solo per determinati prodotti. Generalmente questo tipo di vendite sono attuate in periodi in cui l'impresa ha delle difficoltà a vendere normalmente i propri prodotti sul mercato.

Tipi di vendite promozionali

Vi sono tre diversi tipi di vendite promozionali:

- Vendite di lancio: l'impresa decide di immettere sul mercato un prodotto senza però dover aspettare molto tempo perché questo si affermi
- Vendite d'urto: l'impresa decide di incrementare massicciamente le vendite in una zona trascurata o abbandonata
- Vendite di salvaguardia: l'impresa decide di attuare una controffensiva consistente nei confronti delle azioni della concorrenza.

Tecniche di vendita promozionale

Le tecniche di vendita promozionale sono:

- Vendite abbinate: condizioni particolari per l'acquisto di prodotti diversi abbinati fra loro
- Vendite speciali: condizioni di ordine economico per l'acquisto di maggiori quantità di prodotto
- Concorsi a premi: per i consumatori, per i rivenditori o per la rete vendita.

Tecniche di vendita

La fase della vendita si può riassumere in quattro punti:

- *persuasione*, chi vende deve dimostrare la qualità del prodotto con delle argomentazioni che ne mettano in luce i vantaggi per il cliente, senza però forzare il cliente che deve essere lasciato libero di scegliere
- *formazione del cliente*, il venditore deve aiutare il cliente a scoprire i suoi bisogni e desideri per farli diventare un'esigenza concreta
- *aiuto al cliente*, nella scelta della soluzione più indicata nel suo caso
- *affare*, la completa soddisfazione del cliente una volta concluso l'affare.

Prima di incontrare il cliente è necessario che il venditore possieda un complesso di conoscenze che si formerà durante la fase di preparazione. È necessario che l'agente compia queste operazioni per presentarsi di fronte al cliente con delle argomentazioni che consentano di ridurre al minimo le probabilità di insuccesso dell'azione di vendita. Lo strumento che ha a disposizione è l'archivio operativo.

L'archivio operativo

L'archivio operativo, se costantemente aggiornato, è uno strumento di notevole importanza.

In esso devono essere contenute tutte le informazioni riguardanti:

- *profilo del cliente*, ogni elemento relativo al cliente deve comparire sulla sua scheda personale (tipo di azienda, nominativi dei contatti, dati anagrafici, dati fiscali, dati finanziari, età, sesso, cultura, stato familiare, condizioni politico-sociali, hobby, carattere)
- *storia del cliente*, comprende tutti gli eventi che hanno caratterizzato la storia del rapporto con il cliente (rapporti di vendita, date delle visite, copie lettere, contratti, fatture, movimenti d'acquisto, condizioni praticate, termini di consegna, rendimento dei

contratti, presenza concorrenza); caratteristiche e motivazioni d'acquisto del cliente, tutte le informazioni che riguardano i motivi per i quali il cliente è portato ad acquistare determinati prodotti.

L'archivio operativo permette, inoltre, di definire l'itinerario delle visite, di predisporre un piano d'argomentazione convincente e di qualificare il proprio piano operativo di vendita.

Il piano argomentativo

Un buon archivio operativo contiene già tutti gli elementi per condurre una trattativa di vendita. Ma prima di incontrare un cliente, l'agente dovrà preparare un piano di argomenti, utili per vincere le resistenze del cliente.

Può essere basato sulle motivazioni del cliente, sia concrete che psicologiche e si basa su delle domande generali e specifiche intorno al prodotto.

Il piano operativo

Il piano operativo assume un valore di strumento strategico per pianificare e programmare il lavoro, evitando dispersioni.

Deve tenere conto di:

- tipologia di cliente (potenziale, effettivo, occasionale)
- strategia di contatto
- numero di clienti da visitare
- obiettivo di vendita per ciascun cliente e grado di difficoltà di trattative
- piano di argomentazione
- tempo necessario per le trattative
- itinerario delle visite
- tempi di spostamento tra un cliente e l'altro.

Le fasi del processo di vendita

Gli obiettivi e strategie di marketing si traducono nella formulazione di piani e programmi.

Possiamo distinguere le seguenti fasi:

- approccio
- intervista al cliente
- ascolto
- riformulazione/esplicitazione delle esigenze del cliente
- dimostrazione
- superamento delle obiezioni
- conclusione
- post vendita.

Approccio

L'approccio consiste nell'avvicinare un cliente per ottenere la possibilità di compiere una efficace dimostrazione del proprio prodotto.

L'obiettivo della visita al cliente non deve essere necessariamente quello di ottenere un ordine firmato, cioè "vendere".

Ci si deve porre degli obiettivi intermedi quali:

- scoprire le necessità del cliente
- scoprire quali prodotti utilizza e se utilizza quelli della concorrenza
- scoprire chi è la persona più influente e che determina le scelte in materia di acquisti
- una strategia adeguata per le visite successive
- scoprire la quantità di prodotti di cui il nostro cliente necessita.

Quando il venditore si reca dal cliente, lo troverà probabilmente intento in qualche attività e il desiderio del cliente sarà quello di continuare ciò che sta facendo.

Sarà disposto ad interrompere quello che sta facendo solo nel caso in cui provi simpatia immediata per il venditore e si ponga la domanda su

quanti e quali benefici possa trarre dal dialogo con il venditore.

Per risultare gradito al cliente, il venditore deve rispettare alcune regole.

Fissare la visita per telefono aiuta ad essere ricevuti con più rispetto e fa perdere meno tempo.

Abbigliamento accurato, portamento e modi cortesi sono un ottimo biglietto da visita per il venditore e per l'azienda di cui si è rappresentanti.

Osservare l'ambiente in cui il cliente ci accoglie. È importante rendersi conto dell'accuratezza dell'arredamento, della pulizia, della presenza di libri e quadri per cogliere le abitudini e il grado culturale del cliente.

Può servire anche per avere argomenti interessanti da proporre durante la conversazione.

Invitare il cliente a parlare di sé e della propria vita provoca nel cliente la sensazione di essere considerato e rende più "umana" la trattativa.

Chiedere un'opinione al cliente significa stimolarlo a parlare di sé a scoprire le sue motivazioni d'acquisto e per accompagnarlo verso l'argomento che desideriamo trattare.

Ascoltare attentamente e senza pregiudizi per capire le opinioni del cliente.

Sollecitare i sensi quali vista e tatto, utilizzando opuscoli, foto, campioni per aumentare l'interesse del cliente e per rendergli più facile la memorizzazione del prodotto che si sta proponendo (da ricordare che la nostra memoria e il nostro interesse sono maggiormente influenzati dalle immagini e meno dalle parole).

Prestare attenzione e rendersi simpatici ad eventuali collaboratori ascoltando anche i loro pareri e rispondendo alle loro domande. In qualche caso i collaboratori possono diventare degli utili alleati per il venditore.

Risultare simpatici, però, è solo il primo passo per il venditore, che continuerà ad essere ascoltato dal cliente se mostrerà degli effettivi vantaggi derivanti dall'acquisto del prodotto (ricordando sempre che noi agiamo per un tornaconto morale o materiale).

Un modo efficace di enunciare i benefici risulta quello dell'intervista, che ci fornirà gli strumenti per accertarci dello stato d'animo del cliente in quel preciso momento e per prepararlo psicologicamente a quello che stiamo per dirgli.

Intervista al cliente

L'intervista al cliente deve essere guidata dal venditore, affinché risulti produttiva. Risulta, quindi, inutile ripetere frasi fatte o argomenti standard. Gli obiettivi che ci si deve porre sono:

- far nascere nel cliente esigenze nuove e sollevare dubbi sugli acquisti abituali; non avere fretta di descrivere prodotti e servizi, ma puntare sui prodotti che il cliente già utilizza
- far emergere le sue priorità o ciò che per lui è più importante
- parlare della propria azienda evidenziando i vantaggi per il cliente offerti dai prodotti e dai servizi.

Quindi domandare serve al venditore per:

- controllare se il cliente è attento e comprende ciò che stiamo dicendo
- valutare le effettive esigenze
- far emergere le esigenze inconsce del cliente.

È doveroso a questo punto fermarsi ad analizzare i vari tipi di domande da utilizzare in questa particolare fase della vendita.

Domande chiuse: servono per verificare e classificare, ma sono poco utili per l'approfondimento di un argomento.

Poco utili nella fase di approccio, limitano la comunicazione.

Domande a cui si può solo rispondere con un sì o con un no.

Domande aperte: servono per conoscere l'opinione di chi abbiamo di fronte e per far riflettere il nostro interlocutore.

Si possono, quindi, basare su fatti (oggettività) o semplicemente su opinioni (soggettività).

Domande che si basano su fatti (chi, che cosa, quale, quanto, dove, quando). Domande che si basano su opinioni (come, perché, da che punto di vista, in che senso, fino a che punto, oltre a questo).

Ascolto

Abbiamo già sottolineato l'importanza di saper porre delle domande mirate. Ma per ottenere dei risultati rilevanti è fondamentale che il venditore si concentri anche sulle risposte del cliente.

Saper ascoltare significa:

- concentrarsi su chi parla
- non avere paura delle risposte che possono essere date
- saper distinguere i fatti dalle opinioni
- non interrompere il discorso del cliente
- non esprimere giudizi prematuri, senza aver ascoltato tutto ciò che il nostro interlocutore ci vuole dire
- non avere pregiudizi (per esempio per come si esprime e parla).

Riformulazione/esplicitazione delle esigenze del cliente

Prima di terminare la fase dell'approccio, è necessario che il venditore riassume con il cliente le sue esigenze, perché solo se il cliente ammette chiaramente le proprie esigenze sarà più facile e quasi inevitabile concludere l'accordo.

I vantaggi derivanti dall'utilizzo di questa tecnica sono:

- una verifica di comprensione per il venditore
- una correzione di eventuali fraintendimenti e incomprensioni precedenti
- una dimostrazione tangibile di attenzione e riguardo nei confronti del cliente
- un coinvolgimento diretto del cliente nell'espone problematiche, necessità e nel desiderio di trovare una soluzione

- un invito al cliente ad esporre eventuali altre esigenze non ancora emerse
- un modo per acquistare tempo e proporre una dimostrazione su misura per quel cliente.

Dimostrazione

Superato l'approccio, il venditore dovrà enunciare tutta la serie di vantaggi e benefici del proprio prodotto o servizio, in maniera tale che possano soddisfare le motivazioni d'acquisto precedentemente scoperte nel cliente.

Le argomentazioni che devono essere usate qui si risiedono:

- nel prodotto o servizio
- nell'azienda venditrice
- nel venditore.

Ricordando sempre che le motivazioni che spingono il cliente ad ascoltare e acquistare sono fondamentalmente due:

- guadagno
- soddisfazione della propria clientela.

Di conseguenza tutti gli argomenti portati a dimostrazione dal venditore devono comprendere le due motivazioni che spingono il cliente e devono risultare:

- chiari
- adeguati
- soddisfacenti.

Come pianificare una dimostrazione

Spesso il tempo che il venditore ha a sua disposizione è limitato. Occorre, quindi, che la dimostrazione sia preparata, programmata e controllata in anticipo. Preparare in anticipo la dimostrazione significa:

- prevenire le obiezioni

- dimostrare professionalità
- aumentare la propria autostima e fiducia
- presentare tutti gli argomenti in maniera ordinata e puntuale.

È possibile adottare diversi sistemi per preparare una dimostrazione:

- dimostrazione a memoria
- dimostrazione a sequenza
- dimostrazione programmata
- dimostrazione delle caratteristiche, del perché e dei vantaggi.

Dimostrazione a memoria

Si tratta di un discorso già preparato dall'azienda che elenca tutti i punti chiave, esposti in maniera logica e che deve essere imparato a memoria da tutti i venditori.

Se questo sistema assicura che il venditore esponga in maniera completa e logica le caratteristiche del prodotto rischia però di far diventare la dimostrazione un monologo e tende a creare diffidenza e ostilità nel cliente a causa dell'eccessivo uso di termini tecnici; inoltre spiazzerebbe il venditore in caso di interruzioni e domande da parte del cliente.

Dimostrazione a sequenza

Si tratta di un discorso in cui solo alcuni punti fondamentali che devono essere toccati durante la dimostrazione sono fissati a memoria. Consiste:

- enunciare un problema generale e comune alla maggior parte delle persone
- enunciare un problema specifico e che può interessare l'interlocutore
- presentare una possibile soluzione per il problema specifico
- concludere la conversazione.

Come nel caso precedente, la dimostrazione risulterà logica, ma darà

il vantaggio al venditore di riprendere il discorso in caso di interruzione e, quindi, di non monopolizzare la conversazione. Si può correre il rischio, però, che la conversazione venga sviata dal prodotto.

Dimostrazione programmata

È un tipo di dimostrazione che si basa su quattro tempi:

- richiesta di poter effettuare un'analisi del problema del cliente
- effettuazione dell'analisi
- preparazione di una proposta, tramite uso di opuscoli e audiovisivi
- dimostrazione programmata, ovvero risoluzione del problema specifico sollevato.

Si tratta di un sistema che rende possibile scoprire le reali necessità del cliente, che offre un tipo di dimostrazione personalizzata e che abbrevia i tempi nella fase dell'intervista al cliente.

Dimostrazione delle caratteristiche, del perché e dei vantaggi

Si tratta di un sistema che enuncia per prima cosa le caratteristiche del prodotto o del servizio per passare ad elencare le prove o elementi che rendono credibili le caratteristiche precedentemente enunciate e, infine, per esporre una conclusione che contenga tutti gli effettivi vantaggi e benefici per chi ascolta. La sequenza di questo metodo può essere riassunta così:

- descrivere una caratteristica del prodotto o servizio che risulti più vicina alle esigenze e motivazioni d'acquisto scoperte precedentemente nel cliente
- argomentare queste caratteristiche, spiegando il perché delle argomentazioni
- trarre una conclusione che contenga in sé un vantaggio evidente per il cliente
- porre delle domande di controllo per assicurarsi che il cliente sia consapevole del vantaggio che gli deriverebbe dall'acquisto del prodotto

- presentare il prezzo accompagnato dalla serie di benefici che il prodotto può offrire (serve per rendere il prezzo meno impressionante ed evitare che diventi il punto centrale di interesse per il cliente).

Questo sistema aiuta a rendere la dimostrazione più fluida, ma per renderla veramente efficace e buona il venditore deve sapersene servire cercando di:

- fare appello ai sensi quali vista, tatto, udito, gusto, utilizzando grafici, schemi, carta e penna, prove e modelli
- far partecipare il cliente alla dimostrazione
- chiedere al cliente la sua opinione sui vantaggi elencati
- usare degli esempi
- accertarsi che il cliente non sia distratto durante la dimostrazione
- fare in modo di non essere interrotti da obiezioni premature (chiedere il permesso di rispondere a eventuali domande e dubbi in seguito)
- adattarsi al linguaggio usato dal cliente
- tenere in considerazione anche i collaboratori e colleghi presenti alla dimostrazione.

Superamento delle obiezioni

Nessun cliente decide di firmare un ordine d'acquisto senza prima avere cercato di vincere il venditore sul terreno delle obiezioni. Questa fase della trattativa non deve spaventare chi vende. Le obiezioni, in sostanza, sono semplicemente delle resistenze emotive e razionali dalle quali si possono trarre utili suggerimenti e ulteriori e nuove informazioni dal cliente.

Tenendo presente che le obiezioni hanno una causa e mirano ad un obiettivo, il venditore per superare questa fase dovrà scoprire quali sono le cause delle obiezioni che vengono poste (quasi sempre nascoste e non dette esplicitamente dal cliente).

L'obiettivo dell'obiezione cambia in base alla fase di vendita in cui viene sollevata

Approccio: l'obiezione viene rivolta nei confronti del venditore e dell'azienda, per motivi irrazionali (antipatia) o razionali (esperienze negative precedenti)

Dimostrazione: può significare una necessità da parte del cliente di maggiori spiegazioni.

Conclusione: può essere causata dalla paura di sbagliare o di acquistare troppo.

Il venditore a questo punto dovrà seguire alcune regole per non far precipitare la trattativa e per non perdere il controllo della situazione durante la fase delle obiezioni:

- ascoltare fino in fondo e con interesse ciò che il cliente obietta
- dopo aver ascoltato, fare una breve pausa per riflettere su ciò che il cliente ha detto e preparare così una risposta soddisfacente e completa. Da' anche l'impressione al nostro interlocutore che l'obiezione da lui sollevata sia nuova e quindi merita da parte nostra la massima attenzione
- evitare l'uso di forme negative che accrescerebbero le resistenze da parte del cliente
- chiedere il perché dell'obiezione aiuta a smontare le obiezioni che si basano su elementi pretestuosi o per superare le obiezioni riguardanti il prezzo
- trasformare l'obiezione in argomento di vendita (proprio per questo il prodotto)
- ammettere che esistono dei pro e dei contro
- chiedere di poter rispondere dopo, nel caso in cui l'obiezione sia prematura o non convenga rispondere subito
- non rispondere e continuare ad elencare i vantaggi, se ci si rende conto che l'obiezione sollevata è un pretesto.

Se non si sa come rispondere ad una domanda è meglio non cimentarsi in spiegazioni poco plausibili. È preferibile, invece, ammettere di non saper rispondere, annotarsi la domanda e comunicare al cliente che ci si informerà presso l'azienda, promettendo una risposta corretta al più presto. Si darà così l'impressione di massima professionalità e serietà, fornendo la possibilità di scavalcare l'obiezione e di poter proseguire nel discorso.

Un caso a parte riguarda le obiezioni che vengono sollevate dal cliente riguardanti il prezzo del prodotto o del servizio proposto.

Per prevenire questo tipo di obiezioni qualche volta conviene al venditore anticiparle cercando di argomentarle in modo corretto per ridurre al minimo l'effetto negativo.

È necessario, però, che il prezzo non venga mai indicato prima di aver argomentato i benefici e i vantaggi dei prodotti in rapporto alle motivazioni d'acquisto del cliente.

In conclusione prepararsi accuratamente a questa fase significa:

- conoscere tutte le possibili obiezioni
- classificarle
- studiarle
- preparare risposte precise.

Conclusione

Non esiste un momento più adatto per concludere. Possono esistere dei segnali che indicano che il cliente ha accettato il venditore, il prodotto, l'azienda e che quindi i vantaggi proposti incontrano le sue esigenze; ma, al contrario, possono anche non mostrarsi dei segnali evidenti che ci si sta avviando verso la fase conclusiva.

Per giungere all'ordine, dunque, il venditore dovrà utilizzare alcune tecniche:

- riassumere nuovamente i vantaggi per il cliente

Il marketing

- parlare del tipo di consegna e del pagamento
- cercare di arrivare alla definizione dell'ordine, dando per scontata la conclusione
- risolvere un problema alla volta, se il cliente dovesse sollevare dubbi su consegne, tipo di pagamento e quantità
- proporre chiaramente la conclusione
- proporre una scelta fra più soluzioni che risultino vantaggiose per il cliente aiuta ad accelerare i tempi di conclusione
- esporre i pro e i contro apertamente, ponendo però l'accento sul fatto che i vantaggi superano gli svantaggi
- dare la possibilità al cliente di avere in prova per un certo tempo il prodotto abitua il cliente ad usarlo e a rendere più difficile il "distacco".

La vendita si può dire che termina nel momento in cui il cliente firma l'ordine d'acquisto. Ma il venditore commetterebbe un errore fatale se si congedasse dal cliente subito dopo la firma, dimostrerebbe che tutto l'interesse nei suoi confronti era mirato solamente alla vendita del prodotto e non alla persona. Inoltre, andandosene bruscamente, lascerebbe il campo a possibili dubbi e ripensamenti.

Quindi, concluso il contratto, il venditore dovrà dedicare ancora qualche minuto al cliente che servirà per dargli sicurezza e convinzione per la scelta appena compiuta.

Post vendita

La trattativa si è conclusa con l'ordine, ma per il venditore il lavoro non è terminato. Deve, infatti, svolgere un'attività di post vendita che gli permetterà:

- analizzare la trattativa punto per punto per capire eventuali errori e correggerli in funzione di vendite future
- annotare gli spunti positivi da poter riutilizzare in altra occasione
- schedatura del nuovo cliente con tutti i suoi dati

- preoccuparsi dell'assistenza al cliente, che significa installazione del prodotto, assicurarsi del corretto utilizzo, formazione del cliente sull'utilizzo del prodotto
- gestire e prevenire eventuali reclami, cioè fornire soluzioni e rendersi tramite fra cliente e azienda
- prepararsi a proporre nuovi prodotti alla clientela, ovvero far nascere nuove esigenze nel cliente proponendo nuove gamme di prodotti.

La fase post vendita è fondamentale anche per sviluppare una collaborazione duratura nel tempo fra venditore e cliente.

Per intrattenere rapporti fruttuosi è necessario:

- saper prendere l'iniziativa contattando il cliente
- accertarsi dell'effettiva soddisfazione del cliente e se le aspettative del cliente sono realmente state soddisfatte
- continuare ad indagare sulle ulteriori esigenze del cliente o informarsi sui cambiamenti di necessità
- verificare che non ci siano problemi nel servizio che viene fornito e in caso di impedimenti o disagi provvedere immediatamente alla risoluzione
- controllare le azioni della concorrenza rispetto al cliente.

Agendo in tale senso sarà più facile per il venditore godere della stima e della fiducia del cliente, raccogliere dati sul prodotto per fornire soluzioni più efficaci nel minore tempo possibile, migliorare il proprio rendimento, ottenere un ritorno di immagine nei confronti di altri possibili clienti (ovvero ottenere delle referenze positive che aiutino il prodotto che viene trattato a crearsi un mercato).

Analisi della clientela

La clientela è formata dall'insieme di tutti i clienti che sono mossi all'acquisto da motivi e interessi comuni. Possiamo suddividerla in:

- *clientela effettiva*: si intendono i clienti che hanno già effettuato acquisti

di prodotti grazie al tramite dell'agente o attraverso altri canali

- *clientela potenziale*: è formata da tutti i clienti di cui si conosce l'esistenza, ma che l'agente non ha ancora conosciuto o contattato.

Le motivazioni d'acquisto sono quelle che il cliente avverte rispetto ai vantaggi che il prodotto gli può offrire.

Come abbiamo visto nei paragrafi precedenti, anche se il cliente può essere motivato dal prodotto e dall'uso che può farne, vi sono delle motivazioni di tipo psicologico che incidono sull'acquisto e che fanno assumere al cliente determinati comportamenti nella fase di acquisizione del prodotto.

La graduatoria della clientela

È certamente utile definire una graduatoria della clientela in base a indici che si ricavano misurando e ponderando elementi quali:

- quantità di merci vendute
- valore delle merci vendute
- prezzo di vendita unitario
- zona di vendita (concentrazione o dispersione).

La ponderazione darà risultati che definiranno:

a) *clientela primaria* (che offre il più alto indice di ponderazione in riferimento alla caratteristica presa in considerazione)

b) *clientela secondaria* (che ci darà l'indice minore).

Le differenze di valori daranno inoltre la misura fra la clientela primaria e secondaria; se la differenza fra le due è molto alta avremo un tipo di clientela concentrata, in caso di differenza minima avremo una clientela distribuita.

Comportamento della clientela

Comportamento programmato: il cliente è consapevole dei suoi desideri e necessità, sa che tipo di prodotto deve acquistare, la quantità,

le caratteristiche. Sarà, quindi, difficile per il venditore proporre nuovi prodotti. Sarà comunque necessario offrirgli il prodotto giusto nel momento in cui ne avrà bisogno.

Comportamento suggerito: il cliente conosce i suoi bisogni e desideri, ma non conosce bene le alternative di prodotto o non riesce a valutare le alternative. È disposto, quindi, a farsi consigliare. È necessario che l'agente si presenti con diverse possibilità e alternative e con informazioni precise sull'utilizzo del prodotto. Non si tratta di un tipo di cliente molto fedele ed è quindi necessario non deluderlo.

Comportamento impulsivo: il cliente ha dei bisogni che non esprime perché sono inconsci. L'agente dovrà fare in modo che il cliente ricordi le motivazioni d'acquisto legate all'utilizzo di determinati prodotti. In questo caso i prodotti a basso prezzo sono privilegiati.

La comunicazione nella vendita

Il processo di comunicazione è essenzialmente un processo di scambio di informazioni che avviene fra due o più persone in un determinato contesto. Affinché la comunicazione sia efficace dobbiamo tenere conto di una serie di elementi:

- messaggio: il contenuto di quanto si vuole trasmettere (scritto, orale, non verbale)
- emittente: la fonte che formula il messaggio e lo invia, dando vita alla comunicazione
- ricevente: chi riceve il messaggio
- canale: il mezzo "fisico" attraverso cui si invia il messaggio
- codice: l'insieme delle regole che permettono all'emittente di codificare un messaggio e al ricevente di decodificarlo correttamente
- contesto: l'ambiente nel quale avviene la comunicazione.

Gli strumenti della comunicazione

- Verbale = le parole che usiamo, il tipo di lessico che scegliamo
- Paravocale = sottolineature tono della voce, ritmo, volume, pause, silenzi
- Non verbale = postura, mimica del viso, gestualità, sguardo, distanza interpersonale, abbigliamento, sorriso.

Nella comunicazione non basta avere "buone intenzioni" di comunicare bene e di farsi capire; se non mi faccio intendere dal mio interlocutore, se non trovo il linguaggio adatto a lui, qualcosa è da migliorare nella mia modalità comunicativa.

È importante non dimenticare che:

- non esiste una non comunicazione
- l'efficacia della comunicazione dipende dal grado di ricezione del messaggio e dal tipo di contesto in cui si sta agendo
- le parole possono assumere un significato e un peso differenti in base a chi le pronuncia e al contesto in cui vengono dette
- nessuna informazione è mai realmente obiettiva, perché influenzata da convinzioni e bisogni dell'individuo
- la comunicazione può essere "simmetrica" (quando i due comunicanti sono su uno stesso livello) o "asimmetrica" (uno dei due comunicanti è in posizione di superiorità rispetto all'altro).

La comunicazione è uno strumento necessario per un rapporto interpersonale che serve a dare informazioni e ad influenzare il comportamento del nostro interlocutore.

In un'azione di vendita, quindi, è necessario stabilire un rapporto con ogni cliente. Instaurare un buon rapporto nella vendita significa capire e comunicare.

Nel rapporto di comunicazione con il singolo Cliente è essenziale realizzare l'ascolto attivo, che significa, ad esempio:

- mantenere il contatto visivo
- non interrompere
- usare il silenzio per sottolineare e far parlare il cliente
- verificare la comprensione reciproca
- esprimere anche i propri sentimenti
- tenere conto della specificità dell'interlocutore
- dare il proprio feed-back
- verificare gli stati d'animo intuiti ("Non mi sembra convinto, è così?", "Mi sembra dubbioso, è vero?").

Capire il cliente significa che fin dalle prime visite e fino a che non si è raggiunta una certa familiarità con lui l'agente dovrà intuire il suo punto di vista basandosi sull'osservazione e sull'esperienza fatta in precedenza.

In una fase successiva, invece, capire significherà cogliere i motivi che spingono il cliente a comportarsi in una certa maniera.

Comunicare con le parole e con la gestualità serve per instaurare un rapporto, dopo aver capito il cliente.

Il venditore deve vedere se stesso attraverso la parole, il comportamento e le domande che pone: più sarà capace di porre domande in maniera corretta e far di conseguenza scoprire il cliente, più capirà il cliente e più facilmente riuscirà a comunicare con lui.

La vendita è un atto umano che raccoglie in sé diversi tipi di decisioni e motivazioni: è un'espressione di volontà, ma anche di emozioni, di ragionamento.

Quindi il venditore dovrà riflettere su quali siano i desideri e i bisogni che il cliente deve soddisfare.

Ma sappiamo anche che esistono delle resistenze, particolari meccanismi psicologici, che possono ostacolare una trattativa.

Le resistenze possono essere un rifiuto intenzionale di ricevere informazioni e sono basate su un senso della realtà del cliente, che

agisce secondo una motivazione logica e oggettiva di esperienze e di fatti concreti. (resistenza razionale)

Queste resistenze possono essere vinte, usando un ragionamento razionale o puntando decisamente su un risveglio dei desideri latenti e irrazionali del cliente.

Le resistenze che, invece, si basano su motivazioni dettate da sentimenti e impulsi sono chiamate resistenze emotive.

Spesso si sovrappongono, ma non bisogna dimenticare che le resistenze emotive sono più difficili da vincere e che il venditore deve saper comunicare sia con la parte razionale ma anche con quella emotiva del cliente.

La comprensione da parte del venditore del proprio cliente serve per individuare:

- i motivi d'acquisto del cliente
- i moventi di vendita, ovvero le caratteristiche del prodotto che servono a soddisfare le motivazioni d'acquisto.

Per comprendere bene ciò che dice il proprio cliente è utile usare la tecnica della *riformulazione*, che consiste nel ripetere con le proprie parole o sintetizzare quanto l'altro ha detto, chiedendo poi conferma della corretta comprensione: aiuta a "fare il punto", a dimostrare che abbiamo capito e a evitare distorsioni e incomprensioni. ("se ho capito bene Lei mi sta dicendo che...., è così?").

Inoltre la riformulazione consente all'interlocutore di fare precisazioni ed aggiunte.

Le caratteristiche del prodotto (qualità, prezzo, caratteristiche tecniche) sono utili per risvegliare nel cliente un'utilità e se soddisfano i motivi d'acquisto che possono essere:

- comodità desiderio da parte del cliente di acquistare un prodotto che non dia problemi
- simpatia il cliente ha già un legame con la ditta o con il venditore. Dà rilevanza alla simpatia di chi gli propone il prodotto

- prestigio desiderio di sentirsi importante e di elevarsi, rendendosi differente dagli altri
- fiducia desiderio di sicurezza e di fiducia nei confronti del prodotto e della ditta che lo propone
- guadagno il cliente è molto attaccato al guadagno che potrà trarre dal prodotto. Si renderà necessario per il venditore usare carta e penna per dimostrare in maniera chiara il calcolo dei profitti
- sicurezza desiderio di essere rassicurato, perché questo tipo di cliente ha paura del rischio e dell'incerto
- emulazione desiderio di uniformarsi agli altri sia per i prodotti che per i servizi
- novità desiderio di possedere qualcosa di nuovo e non ancora affermato
- esclusività desiderio di sentirsi diverso dagli altri.

Il venditore per cogliere queste caratteristiche nel cliente dovrà:

- osservare il cliente per scoprirne il carattere, le tendenze, le abitudini, le idee
- domandare per scoprire le motivazioni d'acquisto del cliente. In questa fase è necessario, però, porre delle domande aperte, cioè quel tipo di domande che obblighino chi risponde a farlo con un discorso più ampio. "Che cosa ne pensa del prodotto?" è un tipo di domanda aperta dalla quale si possono ottenere molte informazioni utili; se invece fosse stata posta come domanda chiusa "Le piace questo prodotto?" avremmo ottenuto come risposta un limitativo sì o no. Per porre delle domande aperte si può utilizzare una di queste sei parole "chi - che cosa - come - quando - dove - perché"
- ascoltare attentamente e fino alla fine il cliente significa stabilire con lui un canale di comunicazione nei due sensi che ci permetterà di conoscere meglio l'opinione e le idee del nostro cliente
- dialogare con la parte emotiva perché il comportamento umano è

fondamentalmente controllato dalla parte irrazionale, fatta di passioni, emozioni e desideri. Quando ci si rivolge ad un cliente, quindi, non bisogna tralasciare questa componente a vantaggio della parte logica e razionale

- mantenere la comunicazione senza interruzioni. Il venditore porta tutto il necessario con sé e lo tiene a portata di mano, perché sa che ogni interruzione della comunicazione significa un nuovo sforzo per poter riprendere a comunicare con il cliente
- sollecitare la vista che è uno dei mezzi che il venditore ha per comunicare. Mostrare ciò di cui si sta parlando influisce molto sull'impressione che il cliente si formerà riguardo al nostro prodotto. Usare cataloghi, foto, campioni e dimostrazioni utilizzando carta e penna risulterà assai efficace
- parlare lo stesso linguaggio dell'interlocutore è fondamentale, per non creare sensazioni di inferiorità in chi dovrebbe dialogare con noi. Sono bandite dalla conversazione frasi troppo tecniche o vocaboli troppo ricercati, che rischierebbero di creare un'interruzione di comunicazione fra chi vende e chi dovrebbe comprare
- ricordare notizie sull'interlocutore serve per avviare una conversazione più facilmente e ha l'effetto di rendere ben disposto chi ci sta davanti nei nostri confronti. Sarà, quindi, necessario appuntarsi dati e notizie sul cliente al termine di ogni visita.

La comunicazione telefonica

Chiudiamo questa parte con alcuni cenni su come gestire una comunicazione telefonica con il cliente.

Oggi è praticamente impossibile svolgere una attività lavorativa senza usare il telefono. Questo vale soprattutto in campo commerciale: moltissime transazioni avvengono per telefono, in alcune aziende ben l'80% dei contatti avviene per telefono.

Nelle comunicazioni telefoniche è bene seguire alcune regole.

Sul piano verbale:

- preferire frasi brevi
- usare uno stile diretto
- lasciar parlare l'altro
- non interrompere
- non sovrapporre la voce

Sul piano vocale (paraverbale):

- usare un tono dinamico
- variare opportunamente il tono e il ritmo di parola
- ricordare che la velocità di ascolto è inferiore a quella di parola: non parlare mai in fretta
- sorridere, anche se l'interlocutore non vi vede, la cordialità viene percepita.

Prima delle telefonate:

- predisporre carta e penna per poter prendere nota immediatamente del nome e delle richieste di chi chiama.

Durante la telefonata:

- parlare con calma
- articolare bene le parole per facilitare l'interlocutore
- ascoltare con cura
- non distrarsi
- segnalare l'ascolto "certo, ..sì ,...capisco ,..." è imbarazzante avere il dubbio che sia caduta la linea
- annotare per tenere la concentrazione, ricordare quanto detto, evitare di far ripetere
- utilizzare formule di cortesia, migliorano la relazione interpersonale
- chiamare l'altro per nome (cognome e/o titolo) aiuta a

personalizzare il contatto

- esporre in termini di vantaggi
- calarsi nei panni dell'interlocutore
- fare domande perché chi parla percepisce il colloquio come più breve , e si sente valorizzato.

Dopo la telefonata:

- rileggere gli appunti ed eventualmente integrarli
- annotare impegni e accordi presi con il cliente e le scadenze temporali concordate.

Camera di commercio di Torino

Camera di commercio di Torino

Camera di commercio di Torino

€ 14,00 (IVA compresa)