



F.N.A.A.R.C.

*Federazione Nazionale
Associazioni Agenti e Rappresentanti di Commercio*

Spett.le
COMMISSIONE STRAORDINARIA PER LA
VERIFICA DELL'ANDAMENTO GENERALE
DEI PREZZI AL CONSUMO E PER IL CONTROLLO
DELLA TRASPARENZA DEI MERCATI

SENATO DELLA REPUBBLICA

OGGETTO: Audizione - Roma mercoledì 17 febbraio 2010 ore 13.30

In via preliminare è da puntualizzare che la categoria degli agenti di commercio non ha un potere di controllo o di influenza sui prezzi praticati dalle case mandanti per la vendita di prodotti o di servizi. Infatti per sua natura l'agente di commercio opera per conto di una o più case mandanti attraverso un incarico di agenzia, proponendo la vendita di prodotti o servizi alle condizioni determinate dalla casa mandante. Nel contempo è anche da dire che gli agenti di commercio svolgono in favore delle aziende mandanti una importante funzione di "monitoraggio" dei mercati e dei clienti, ed all'interno di queste una delle attività più richieste è quella di rilevazione dei prezzi praticati da aziende concorrenti rispetto a quella che ha conferito il mandato. Dunque l'agente ha una funzione di informazione, di rilevazione, ma certo non di determinazione della politica di prezzo delle aziende per cui opera.

Utilizzando una visione più ampia della nozione di "prezzo", possiamo intendere quale prezzo pagato dalla categoria il carico di oneri fiscali e previdenziali che, aggiunto ai costi di impresa, assorbe non meno del 60% dei ricavi prodotti.

Si tratta di un problema di rilevanza fondamentale, dal momento che la fiscalità degli agenti di commercio è ormai ingessata, almeno nelle componenti più rilevanti, dal 1° gennaio 1998, momento nel quale venne stabilito che la deducibilità a fronte dei costi di acquisto delle autovetture fosse fissata nell'80% del valore imponibile (il costo di acquisto al netto dell'IVA) rapportato ad un valore massimo di 25.822 euro. Tale valore non è mai stato aggiornato, e questo è motivo di grande sofferenza per la nostra categoria che utilizza vetture di costo ben superiore, alla luce del fatto che la percorrenza media annua è mediamente di 50 mila chilometri (con punte di 100 mila) e del fatto che le autovetture utilizzate dagli agenti di commercio devono rispondere a particolari requisiti di affidabilità e confortevolezza.

Sempre in tema fiscale, un ulteriore motivo di preoccupazione è dato dalla impossibilità di fruire dei "contributi all'aggregazione", previsti invece dalla

DIREZIONE GENERALE

Corso Venezia, 51 - 20121 Milano Tel.: 02 764519.1 - Fax: 02 76008493

e-mail: info@fnaarc.it - Sito Internet: <http://www.fnaarc.it>

Legge Finanziaria 2008 in favore dei professionisti che decidono di utilizzare strutture comuni per lo svolgimento dell'attività.

Si tratta di uno strumento molto richiesto dagli agenti di commercio che in questo modo potrebbero migliorare la propria "offerta" coprendo zone più ampie, oppure assicurando la copertura di più settori merceologici.

Da ultimo in tema fiscale, ma certo non meno rilevante, il problema degli studi di settore, uno strumento che non dovrebbe trovare applicazione per gli agenti e rappresentanti di commercio, dal momento che i redditi da loro prodotti sono già certi, alla luce del fatto che le provvigioni vengono corrisposte dalle case mandanti agli agenti di commercio solo dietro presentazione di fattura, che costituisce elemento di costo interamente deducibile per le case mandanti.

È inoltre da rilevare che ad oggi gli studi di settore non fotografano con precisione una realtà in continua evoluzione come quella degli agenti di commercio, caratterizzata da un amplissimo intervallo nelle provvigioni corrisposte agli agenti, intervallo che è funzione del prodotto trattato e della quantità dei volumi intermediati, e che spazia dallo 0,1% al 40%.

Lo studio di settore è infatti uno strumento costruito su una media matematica per ogni settore o sottosectore di attività, che difficilmente può rappresentare la realtà economica degli agenti di commercio, una categoria composta al 90% da operatori individuali nei quali l'elemento più rilevante è la propria capacità di lavoro, un parametro che certo non può essere riportato a medie matematiche.

Un altro "prezzo" molto pesante per gli agenti di commercio è quello dell'accesso al credito. Si tratta per la nostra categoria di poter disporre sia di condizioni agevolate per l'acquisto di beni strumentali, sia, soprattutto, di poter disporre in tempi brevissimi e con procedure semplificate, della liquidità necessaria ad affrontare momenti di particolare impegno finanziario, quali ad esempio quelli del pagamento delle imposte. È da chiarire che lo strumento dell'erogazione serve a "coprire" carenze di liquidità che sono normali per la categoria, dal momento che le provvigioni hanno una propria periodicità (in genere vengono pagate ogni tre mesi) e dal momento che negli ultimi due anni viene riscontrato un aumento delle "sofferenze" nel pagamento delle provvigioni agli agenti da parte delle case mandanti (originato in larga parte dalla diffusa situazione di crisi nell'economia), fatto questo che provoca una carenza di liquidità per gli agenti e rappresentanti di commercio.