

## Paradossi della Finanziaria

# Gli agenti di commercio associati esclusi ancora dagli incentivi fiscali

■■■ La globalizzazione, l'aprirsi di nuovi mercati internazionali, l'aumento della competitività, sono alcuni dei fattori che stanno spingendo la categoria degli agenti e rappresentanti di commercio verso nuove forme organizzative della propria attività. Se è vero che la grande maggioranza dei 210mila agenti italiani sono imprese individuali, cioè lavorano da soli custodendo gelosamente la propria autonomia, è anche vero che da qualche anno si registra la tendenza all'aggregazione di più agenti in quelli che potremmo chiamare "studi associati". Si tratta di una tendenza consolidata ed in grande crescita, rilevata dagli osservatori ma trascurata dal legislatore: la Finanziaria 2008 prevede incentivi fiscali per quei professionisti che decidono di associarsi (in un numero compreso fra 4 e 10) ed acquistano uffici, strumenti di lavoro e programmi informatici, ma esclude gli agenti di commercio. Il provvedimento in questione è certamente utile, stimolando la crescita produttiva, ma non comprende quanti lavorano in forma di impresa individuale, e fra questi gli agenti di commercio.

Una grave discriminazione, tanto più che l'organizzazione di categoria, la Fnaarc, da tempo ha chiesto al Ministero dell'Economia concrete misure proprio per favorire l'aggregazione degli agenti rappresentanti.

La nuova tendenza degli agenti di commercio ad aggregarsi in un unico studio si spiega

con i notevoli vantaggi che ne conseguono: quello di potersi offrire alle case mandanti con la disponibilità a coprire territori molto più ampi di quelli coperti da agenti singoli, oppure quello di poter rappresentare, potenzialmente, più prodotti o linee di prodotto. Non a caso la Fnaarc crede molto nelle forme di lavoro comune tra agenti, fino a farne uno dei più importanti temi dell'azione sindacale assieme a quello della professionalità degli operatori. Il moderno agente di commercio si preoccupa del costante aggiornamento di tutto quello che riguarda l'attività di rappresentanza: la conoscenza dei prodotti, la conoscenza dei mercati, l'affinamento costante delle tecniche di vendita, l'offerta di servizi integrativi alla vendita quali l'assistenza pre e post vendita ed un continuo monitoraggio dei territori affidati. Questa strada è ormai stata imboccata da questa categoria, ma lo sforzo di riorganizzazione e modernizzazione andrebbe supportato da una attenzione del legislatore fiscale superiore a quella fin qui dimostrata. È infatti difficile pensare che gli agenti di commercio possano reperire da soli le risorse economiche necessarie allo sviluppo in presenza di una fiscalità ormai insostenibile, che supera il 60% dei ricavi, tra tasse ed oneri vari. Se si perdono opportunità di incentivazione come quella della Finanziaria 2008, allora è facile prevedere che la crescita di forme di lavoro associate sarà fortemente penalizzata.

