

Norme & Tributi

Centri per l'impiego, intesa per gli sportelli dei professionisti

JOBS ACT AUTONOMI

L'accordo sottoscritto ieri tra Confprofessioni e Anpal servizi

L'attuazione passa da convenzioni con le singole Regioni

Matteo Prioschi

Un protocollo d'intesa con l'obiettivo di far decollare finalmente lo sportello per i liberi professionisti all'interno dei centri per l'impiego. È quello firmato ieri tra Anpal servizi, l'azienda a supporto di Anpal per la realizzazione delle politiche attive, e Confprofessioni, la principale organizzazione di rappresentanza dei liberi professionisti in

Italia a cui aderiscono venti sigle associative.

La presenza di uno sportello dedicato ai liberi professionisti, «in ogni sede aperta al pubblico» dei centri per l'impiego e degli uffici degli operatori privati accreditati, è stata prevista dall'articolo 10 della legge 81/2017 (Jobs act degli autonomi).

Lo sportello dovrebbe incrociare domanda e offerta di lavoro, fornire informazioni a imprese e professionisti anche per l'avvio di attività autonome, per l'accesso ad appalti pubblici e alle opportunità di credito e agevolazioni pubbliche nazionali e locali. Tuttavia, almeno nel comparto pubblico, è rimasta sostanzialmente inattuata.

Sempre l'articolo 10 prevede che l'implementazione degli sportelli possa avvenire anche tramite convenzioni non onerose con ordini, collegi professionali e associazioni.

Il protocollo d'intesa siglato ieri costituisce un primo passo in tale direzione.

«Insieme con Anpal - ha dichiarato Gaetano Stella, presidente di Confprofessioni - ci attiveremo subito, attraverso le nostre delegazioni territoriali, per offrire in ogni Regione un punto di riferimento qualificato che possa rispondere alla crescente domanda di informazioni sul mercato dei servizi professionali e favorire l'incontro tra domanda e offerta di lavoro autonomo.

L'azione intrapresa da Confprofessioni - spiega Stella - comporterà la presenza, in determinati orari, di professionisti nei centri per l'impiego soprattutto per fornire le informazioni sull'avvio di nuove attività.

Poiché la competenza sui Cpi è regionale, l'attuazione di questa intesa passa da un coinvolgimento

delle Regioni tramite la stipula di singole convenzioni. A breve verrà messo a punto un piano di lavoro con tempi e modalità di attuazione.

Confprofessioni metterà a disposizione la competenza e le conoscenze per costruire «un efficace sistema di servizi personalizzati disegnato sulle reali esigenze degli autonomi - ha sottolineato Maurizio Del Conte, amministratore unico di Anpal Servizi -. Confprofessioni si mette in gioco per dare attuazione alla legge 81/2017 in una logica di sussidiarietà a fronte del fatto che i centri per l'impiego da soli non hanno le competenze per attivare gli sportelli dedicati al lavoro autonomo». Impiego autonomo che, sottolinea Del Conte, sta guadagnando quote nel mercato del lavoro e quindi non si può continuare ad occuparsi solo di quello dipendente.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Limite al dumping salariale delle coop

CASSAZIONE

Lo stipendio non può essere inferiore ai minimi dei Ccnl «più rappresentativi»

Giuseppe Bulgarini d'Elci

A prescindere dal contratto collettivo applicato dalla società, ai lavoratori di cooperative deve essere garantito un trattamento economico complessivo non inferiore ai minimi previsti dal Ccnl del settore o della categoria in cui esse operano;

riali comparativamente più rappresentative a livello nazionale.

La Cassazione è pervenuta a questa conclusione (sentenza 4951/2019) facendo riferimento all'articolo 3 della legge 142/2001 e all'articolo 7 del decreto legge 248/2007, dai quali si desume, secondo la Suprema Corte, che:

- le società cooperative sono tenute ad applicare al socio lavoratore un trattamento economico complessivo non inferiore ai minimi previsti dal Ccnl del settore o della categoria in cui esse operano;
- in presenza di una pluralità di contratti collettivi riconducibili al medesimo settore o categoria, si deve fare applicazione, a questo

fine, del Ccnl stipulato dalle associazioni sindacali e datoriali comparativamente più rappresentative sul piano nazionale.

La Cassazione osserva che l'applicazione di questa regola non costituisce lesione del pluralismo sindacale, perché la scelta del legislatore di stabilire degli standard minimi inderogabili non impedisce alle società cooperative di individuare liberamente il contratto collettivo da applicare, ma si limita a restringerne gli spazi di operatività sul piano del trattamento retributivo minimo. Ciò, in una prospettiva di salvaguardia del principio costituzionale fissato nell'articolo 36 di una retribuzione sufficiente e proporzionata al

lavoro prestato.

A questo proposito, la Cassazione rimarca che la finalità della disciplina di legge, a fronte di una variegata proliferazione di contratti collettivi nel mondo delle cooperative, risiede nel contrasto a forme di dumping salariale, che rende necessario affidarsi ai Ccnl stipulati dalle organizzazioni (datoriali e dei lavoratori) comparativamente più rappresentative quale criterio guida per la determinazione del trattamento retributivo minimo complessivamente dovuto ai lavoratori che operano tramite le società cooperative.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

www.quotidianolavoro.ilsole24ore.com
La versione integrale dell'articolo

RIVALUTAZIONE. 0,198457

SI RIVALUTA IL TFR DI GENNAIO

Nevio Bianchi
Pierpaolo Perrone

A gennaio il coefficiente per rivalutare le quote di trattamento di fine rapporto (Tfr) accantonate al 31 dicembre 2018 è 0,198457. L'articolo 2120 del codice civile stabilisce che, alla fine di ogni anno, la quota di Tfr accantonata va rivalutata. Per determinare il coefficiente di rivalutazione del Tfr, o delle anticipazioni, si parte dall'indice dei prezzi al consumo per le famiglie di operai e impiegati diffuso ogni mese dall'Istat, nel nostro caso quello "senza tabacchi lavorati". In particolare, si calcola la differenza in percentuale tra il mese di dicembre

dell'anno precedente e il mese in cui si effettua la rivalutazione. Poi si calcola il 75% della differenza a cui si aggiunge, mensilmente, un tasso fisso di 0,125 (che su base annua è di 1,500). La somma tra il 75% e il tasso fisso è il coefficiente di rivalutazione.

L'indice Istat per gennaio è pari a 102,2. A partire dai dati di gennaio 2016 la base di riferimento dell'indice nazionale dei prezzi al consumo per le famiglie di operai e impiegati è il 2015 (la base precedente era 2010 = 100). La differenza in percentuale rispetto a dicembre 2018, su cui si calcola il 75%, è 0,097943. Pertanto il 75% è 0,073457. A gennaio il tasso fisso è 0,125. Sommando quindi il 75% (0,073457) più il tasso fisso (0,125), si

ottiene il coefficiente di rivalutazione, aumentato del solo tasso fisso, ovvero pari a 0,198457. In caso di corresponsione di una anticipazione del Tfr, il tasso di rivalutazione si applica sull'intero importo accantonato fino al periodo di paga in cui l'erogazione viene effettuata. Per il resto dell'anno l'aumento si applica, invece, solo sulla quota al netto dell'anticipazione, quella che rimane a disposizione del datore di lavoro.

Non è soggetta a rivalutazione la quota di trattamento di fine rapporto versata dai lavoratori ai fondi di previdenza complementare.

© RIPRODUZIONE RISERVATA
www.quotidianolavoro.ilsole24ore.com
Il testo integrale dell'articolo

I coefficienti annuali e mensili

MESI	TFR MATURATO FINO AL PERIODO COMPRESO TRA	AUMENTO PREZZI AL CONSUMO OPERAI E IMPIEGATI			TASSO FISSO 1,5%	TOTALE F + G COEFF. DI RIVALUTAZ.	COEFFICIENTE DI RIVALUTAZ. PROGRESSIVO	MONTANTE PROGRESSIVO
		INDICE ISTAT	DIFF.	INCIDENZA %				
Dic. 2010	15.12-14.1.11	138,4 ¹	2,6	1,914580	1,435935	1,500	2,935935	272,868111
Dic. 2011	15.12-14.1.12	104	4,4	3,173410	2,380058	1,500	3,880058	287,335609
Dic. 2012	15.12-14.1.13	106,5	2,5	2,403846	1,802885	1,500	3,302885	300,128857
Dic. 2013	15.12-14.1.14	107,1	0,6	0,56338	0,422535	1,500	1,922535	307,8215
Dic. 2014	15.12-14.1.15	107,0	0,0	0,000000	0,000000	1,500	1,500000	313,938797
Dic. 2015	15.12-14.1.16	107,0	0,0	0,000000	0,000000	1,500	1,500000	320,147879
Dic. 2016	15.12-14.1.17	100,3 ²	0,4	0,393738	0,295304	1,500	1,795304	327,690810
Dic. 2017	15.12-14.1.18	101,1	0,8	0,797607	0,598205	1,500	2,098205	336,664642
2018 - Da computare su quanto risultava accantonato al 31 dicembre 2017 a titolo di Tfr								
Febbraio	15.01-14.02	101,5	0,4	0,395648	0,296736	0,125	0,421736	338,506214
Marzo	15.03-14.04	101,7	0,6	0,593472	0,445104	0,375	0,820104	340,245746
Aprile	15.04-14.05	101,7	0,6	0,593472	0,445104	0,500	0,945104	340,791576
Maggio	15.05-14.06	102,0	0,9	0,890208	0,667656	0,625	1,292656	342,309213
Giugno	15.06-14.07	102,2	1,1	1,088032	0,816024	0,750	1,566024	343,502914
Luglio	15.07-14.08	102,5	1,4	1,384768	1,038576	0,875	1,913576	345,020550
Agosto	15.08-14.09	102,9	1,8	1,780415	1,335312	1,000	2,335312	346,862122
Settembre	15.09-14.10	102,4	1,3	1,285856	0,964392	1,125	2,089392	347,788277
Ottobre	15.10-14.11	102,4	1,3	1,285856	0,964392	1,250	2,214392	346,334108
Novembre	15.11-14.12	102,2	1,1	1,088032	0,816024	1,375	2,191024	346,232068
Dicembre	15.12-14.01	102,1	1,0	0,989120	0,741840	1,500	2,241840	346,453964
2019 - Da computare su quanto risultava accantonato al 31 dicembre 2018 a titolo di Tfr								
Gennaio	15.01-14.02	102,2	0,1	0,097943	0,073457	0,125	0,198457	347,339985

Nota: (1) Nuova serie 2010=100. (2) Nuova serie 2015=100

INFORMAZIONE PROMOZIONALE

FRANCHISING - Lavora con noi

PHONUP. Franchising specializzato in riparazioni e compravendite di smartphone, tablet e pc usati e rigenerati

Nato dall'idea di Gerardo Taglianetti, è presente sul mercato dal 2013 e conta 47 store fra Italia, Gran Bretagna, Brasile e India. Proprio in virtù del processo di internazionalizzazione intrapreso tre anni fa, a dicembre 2018 si è proceduto a una riorganizzazione, che vede ora la distribuzione del marchio in Italia nelle mani di Gian Luca Iannaccone, imprenditore attivo da anni nel mercato della telefonia. Il concetto di franchising, portato avanti dalla nuova sede di Bologna, è differente rispetto a quello dei competitor: non vuole essere vincolante e direttivo, ma mira a valorizzare la partnership con l'imprenditore. Phonup supera il concetto di semplice attività di riparazioni, perché ne rappresenta l'evoluzione: si configura come un negozio di telefonia a 360°, più adeguato ai nuovi contesti di mercato. All'interno degli store, il cliente può trovare risposta ad ogni esigenza: riparazioni, vendita di smartphone e tablet rigenerati, usati e nuovi, ritiro dell'usato, vendita di accessori, contratti di sim mobili e telefonia fissa e assistenza su configurazioni e trasferimento dati. Esistono principalmente due formule di affiliazione: STORE e POINT. La prima è una formula che consente di riprodurre fedelmente il format della casa madre e il fatturato medio si aggira sui 250.000 euro annui. Il Point è la soluzione per coloro che già possiedono un negozio specializzato e vogliono incrementare le possibilità di business, inserendo la parte relativa alle riparazioni in sede e/o la vendita dei telefoni usati e rigenerati. Gli obiettivi per il 2019 sono l'apertura di 5 nuovi store (la prossima a Ravenna a fine marzo) e l'affiliazione di 20 point (a breve Rimini, dopo quelle recenti di Forlì, Imola, Cesena e Ferrara). - www.phonup.com



Phonup. Lo Store di Lugo di Romagna

MISTER LAVAGGIO: comodità del servizio e opportunità di business

È il sistema a domicilio che sta rivoluzionando il settore del lavaggio auto. Partito nel 2016 Mister Lavaggio copre già buona parte delle province Italiane e si pone l'obiettivo di garantire la presenza in tutte le principali città entro il 2019. L'idea è semplice e geniale, il cliente può prenotare il lavaggio dell'auto da un'app e utilizzare il proprio tempo come meglio crede mentre l'auto viene lavata comodamente sotto casa o dovunque si voglia.

Questo è possibile grazie ai protocolli e ai prodotti utilizzati che non richiedono acqua e non producono residui, oltre ad essere completamente eco-compatibili. È possibile lavare auto per strada, nei giardini, nei box e persino negli showroom delle concessionarie. I Washer (gli operatori del lavaggio) sono liberi professionisti che decidono di lavorare in un settore innovativo e sposare la mission del si-



stema: "cambiare il modo in cui la gente pensa al lavaggio dell'auto". A fronte di un investimento iniziale bassissimo, l'azienda fornisce tutto quello di cui si ha bisogno. Non ci sono altri costi da sostenere, non sono necessari locali commerciali o mezzi di trasporto particolari, non sono richieste royalties o acquisto minimo di materiale mensile. Il Washer svolge un corso di formazione iniziale e gode del supporto continuo e diretto di diversi responsabili a sua disposizione per questioni che vanno dal lavaggio, al marketing, all'amministrazione. Uno degli aspetti più interessanti del sistema è sicuramente il "gruppo Mister Lavaggio", formato da tutti i Washer che, nonostante lavorino su zone e città diverse, condividono continuamente consigli, esperienze e feedback tramite i mezzi messi a disposizione dall'azienda. Al fine di accelerare l'espansione, l'azienda ha previsto in questi mesi una serie di agevolazioni e formule di pagamento dilazionato per l'avvio dell'attività. Info su: partner.misterlavaggio.com



101CAFFÈ, tanti modi di fare (e bere) il caffè italiano di qualità

Specializzato nella vendita di caffè di qualità in tutte le sue forme: in cialde, capsule, grani, macinati e solubili, oltre a bevande alternative, 101CAFFÈ nasce nel 2011 con un punto vendita pilota e ad oggi vanta oltre un centinaio di negozi in franchising in Italia, affermando il suo sviluppo anche all'estero. Nel 2017 l'ingresso di Food Empire Holding, nuovo partner industriale quotato alla Borsa di Singapore, apre nuovi scenari internazionali. "Quella del franchising è una vera e propria rivoluzione, un modello di business che negli ultimi anni sta registrando, soprattutto in Italia, un notevole incremento per giro d'affari, in particolare riferito alla ristorazione, dove le catene sono più numerose - dichiara Umberto Gonnella CEO di 101 Caffè - Uno dei motivi di questa crescita è legato al fatto che il franchising apre la strada ad un'attività su numerosi settori merceologici, con investimenti che possono essere contenuti, a conferma che l'affiliazione commerciale è una formula d'impresa valida anche per i giovani. Nel settore del caffè il marchio 101CAFFÈ è oggi il più affermato network nazionale in franchising".

La formula in franchising 101CAFFÈ ha reso il marchio molto apprezzato sia dai consumatori che dagli affiliati. La casa madre instaura, con i propri franchisee, un rapporto nell'ottica del "win-win", dove entrambe le parti raggiungono i propri obiettivi, soddisfacendo i reciproci interessi. Il supporto dato all'affiliato è totale: commerciale, grafico, logistico e formativo. 101CAFFÈ ha così aperto un nuovo mercato, ancora per lo più sconosciuto in Italia, contribuendo alla sensibilizzazione del consumatore verso la cultura del caffè di qualità, che 101CAFFÈ sceglie tra le migliori torrefazioni artigianali da nord a sud del nostro Belpaese, per tutte le macchine da caffè.

www.101caffè.it



CARREFOUR ITALIA continua a puntare sul franchising come asset strategico

"Il franchising è uno degli asset strategici di sviluppo per Carrefour Italia e attraverso questo, in oltre 30 anni, siamo cresciuti assieme ai nostri partner sul territorio italiano, accelerando la crescita numerica dei supermercati, raggiungendo un numero di oltre 600 punti vendita sotto insegna - dichiara Maurizio Nicolello, Direttore Market Franchising Carrefour Italia che continua - Stiamo adattando il nostro modello di business in risposta alle sfide del digitale e ai cambiamenti delle grandi superfici degli ipermercati attraverso una strategia marcatamente differenziata nelle tipologie di acquisto e di formato. Grande innovazione è stata fatta anche nei formati dei propri punti vendita con l'ingresso dei Gourmet, degli Urbano, degli Attrazione e degli Eat&Shop, per anticipare le esigenze dei nostri clienti e rendere l'esperienza di acquisto sempre più personalizzata, di qualità e intuitiva." In questa direzione vanno le linee guida del Piano di Trasformazione quadriennale 2019-2022 presentato da Carrefour Italia lo scorso 15 febbraio, che prevede investimenti per 400



Carrefour Market. Un esterno

milioni di euro finalizzati anche allo sviluppo della rete, e l'apertura di un elevato numero di punti vendita nel formato Market ed Express. L'obiettivo della strategia è anche quello di affiancare le acquisizioni e le aperture di negozi in gestione diretta ad un importante sviluppo di punti vendita in franchising, allargando l'attuale presidio nelle regioni nord e centro occidentali, in altre aree geografiche nel Nord Est e nel Centro Italia. Carrefour Italia affianca i suoi Partner con un package completo che va da accordi con gli istituti bancari, alla formazione di mestieri (erogata all'interno dei "supermercati scuola"), da un network di professionisti che assistono la gestione economica e finanziaria dell'attività, fino all'assistenza costante e diretta sul territorio attraverso una rete di capi area e tecnici di reparto. "In questo modo mettiamo ogni imprenditore nelle condizioni ottimali per gestire al meglio il proprio supermercato, e accompagnarlo nel raggiungimento degli obiettivi prefissati."



Noleggio a lungo termine RENT365. La professionalità del singolo con la forza del Gruppo



Il noleggio a lungo termine per privati e professionisti si chiama Rent365, che crede nelle capacità imprenditoriali di chi vuole avviare una nuova attività nel mondo del noleggio con l'aiuto di un marchio consolidato. Dalle grandi aziende alle piccole-medie imprese fino ad arrivare alle Partite IVA e ai privati, i noleggiatori ricorrono sempre più alla rete indiretta che consente maggiore prossimità ai nuovi target. Dal 2017 si registra un costante sviluppo e oggi sono oltre 250.000 le immatricolazioni di vetture nel noleggio a lungo termine. La strategia di Rent365 è il presidio territoriale credendo nella necessità di essere vicini al mercato locale con un servizio professionale di consulenza ed assistenza nella scelta del prodotto più adatto alle esigenze di mobilità dei clienti.

Il programma Rent365 trova concretezza nel connubio tra l'espansione territoriale, attraverso il gruppo di affiliazione, la presenza web e social e il Gruppo Consecution di cui Rent365 fa parte, quale assicurazione di valore e affidabilità. Con oltre 14.000 veicoli gestiti tra noleggio a lungo termine e fleet management, Consecution Group si rivolge alle aziende affiancandole con competenza mirata nella scelta delle soluzioni più adatte alle esigenze di mobilità e di contenimento dei costi, ai privati e liberi professionisti per la fornitura di servizi mobilità chiavi in mano. Aprire un Negozio Rent365 è semplice perché si può contare sull'incondizionato sostegno di un Gruppo che garantisce un metodo professionale consolidato e strutturato, su percorsi di formazione e di supporto unici e qualificati, su una tecnologia avanzata e su strumenti innovativi. In poche parole sulla garanzia di successo. Il Negozio rappresenta il luogo fisico d'incontro per approfondire con consulenza personalizzata il noleggio a lungo termine, per finalizzare l'acquisto e per il supporto post vendita. www.network365.it

