

26 Marzo 2013

Agenti di commercio, «La sfida è riportare i giovani in questa professione»

La buona notizia è che la figura dell'agente di commercio continua ad essere ricercata dalle aziende mandanti e che il contatto personale e la possibilità di un servizio su misura non sono stati spazzati via da Internet che, in teoria, offrirebbe ai clienti la possibilità di trovare tutto ciò di cui hanno bisogno



La Rassegna

<https://www.larassegna.it/agenti-di-commercio-la-sfida-riportare-i-giovani-in-questa-professione/>

La buona notizia è che la figura dell'agente di commercio continua ad essere ricercata dalle aziende mandanti e che il contatto personale e la possibilità di un servizio su misura non sono stati spazzati via da Internet che, in teoria, offrirebbe ai clienti la possibilità di trovare tutto ciò di cui hanno bisogno. La cattiva sono la crisi delle vendite, le difficoltà nel ricevere i pagamenti ed un generale appesantimento della gestione delle attività rispetto al passato. Se l'obiettivo di questi tempi è resistere, Massimo Bottaro, nuovo presidente del Gruppo degli Agenti e Rappresentanti di Commercio dell'Ascom, crede che rafforzare il confronto tra colleghi, promuovere informazione e formazione e raccordarsi con la Federazione nazionale e con le altre sigle sindacali sia la strada per migliorare le chance della categoria.

Classe 1967, da 23 anni agente plurimandatario nel settore termotecnico, da oltre 10 nel consiglio del Gruppo e dal 30 novembre 2012 nel consiglio nazionale della Fnarc Confcommercio, Bottaro riceve il testimone da Giuseppe Capurro, al vertice negli ultimi 15 anni. «Calano i volumi delle vendite ed i margini - rileva -, una doppia riduzione che erode significativamente le nostre provvigioni. Le eccezioni sono poche, per qualche settore in controtendenza o di nicchia o se si centra qualche bisogno del mercato. Per tutti però aumenta l'impegno perché, con l'introduzione da parte delle aziende di sistemi informatizzati, siamo coinvolti direttamente in parte della gestione e siamo chiamati a seguire tutti i passaggi fino all'incasso o al recupero del credito». Insomma, più lavoro e meno ricavi. E in più ci sono le spese, che non scendono. «Per il nostro settore sono soprattutto quelle legate all'auto - dice -, quelle per i software ma anche quelle della stampa, ora che i cataloghi sono forniti dalle aziende in formato digitale. E per chi ha anche un ufficio ci sono affitti e bollette. Siamo stati i primi a dotarci di smartphone e tablet, non per essere alla moda ma per guadagnare in efficienza e velocità ed è grazie a questi dispositivi che si può ora pensare se non altro ad organizzarsi con una struttura più leggera».

Le difficoltà della categoria sono evidenziate anche dal numero delle aziende, che in Bergamasca sono in calo costante, dai 2.690 nel 2008 a 2.556 nel 2012 per una flessione del 5%. «Il saldo è negativo - evidenzia Bottaro -, ma in queste cifre c'è, almeno secondo quanto ho potuto osservare, anche un elevato ricambio. Sono molte le attività che aprono e chiudono poco dopo, spesso si tratta di dipendenti ai quali l'azienda, di fronte alla crisi, propone di continuare a collaborare come agenti. Sono situazioni di ripiego e il più delle volte si abbandona dopo poco. I primi anni sono infatti i più difficili perché bisogna crearsi da zero la clientela, si fa tanta fatica e si raccoglie poco, mentre quando si ha raggiunto una certa esperienza e magari si è invecchiati insieme con i propri clienti sono loro che ti vengono a cercare». La contrazione delle attività non è però legata solo alla crisi. «Da tempo in Bergamasca mancano i giovani in questa professione - rileva il presidente -, non tanto per un problema di immagine, ma perché si sa che occorre lavorare molto ed i riscontri non sono immediati. Un ulteriore ostacolo è il fatto che ormai le aziende, per intercettare più bisogni, hanno ampliato la propria gamma di articoli e in pratica tutte hanno tutto. Si fa così più sfumata una delle prerogative dell'agente plurimandatario che è quella di comporre un proprio catalogo con mandati complementari di prodotti e le aziende che più possono rispondere alle esigenze della propria clientela».

Nonostante le difficoltà congiunturali e strutturali, Bottaro continua a ritenere attuale e strategico il ruolo dell'agente di commercio, un esperto al servizio delle aziende mandanti e dei clienti. «È un bel lavoro - afferma -, che va un po' rivisto rispetto al passato perché sono cambiati gli scenari. Bisogna cercare di ottimizzare i costi e la selezione dei prodotti e centrare i clienti giusti». Un supporto importante viene dal fare gruppo. «Con il Consiglio direttivo - annuncia -, che conta alcuni volti nuovi, ci piacerebbe rinnovare l'interesse verso il confronto e la partecipazione, che in passato sono mancati forse perché le cose andavano bene e non se ne sentiva il bisogno. Vogliamo promuovere l'informazione e la formazione, funzionali anche a sostenere le nuove attività: dall'aggiornamento sui temi fiscali e contrattuali alle strategie su come vendere di più e meglio, passando per strumenti di carattere operativo come l'estensione a livello locale di convenzioni nazionali, che permettano di contenere le spese per i beni e i servizi incidono di più, il tutto rafforzando i rapporti con la Fnarc, ma anche con le altre sigle sindacali».

IL PROBLEMA

Il problema è "starci dentro" - sintetizza Massimo Bottaro -, tra calo delle vendite e dei margini, che si ripercuotono in

<https://www.larassegna.it/agenti-di-commercio-la-sfida-riportarei-giovani-in-questa-professione/>

misura doppia sulle nostre provvigioni, e costi che si cerca in ogni modo di contenere, altrimenti non si guadagna»

IL PROGETTO

«Dare nuova vitalità al Gruppo, interpretando i bisogni della categoria e mettendo a disposizione alcune opportunità. La presenza nel Direttivo di alcuni nuovi consiglieri accanto a componenti storici punta è funzionale a questo obiettivo»

LA SFIDA

«Tornare a crescere nel numero, grazie all'ingresso di giovani, che assicurino il futuro di una professione che continua ad essere fondamentale nella filiera commerciale»