

In cinque anni

Altro che new economy, il fatturato degli agenti di commercio è salito del 4,5%

■ ■ ■ Per le loro mani passa il 70% del Prodotto Interno Lordo, tradotto in moneta circa 900 miliardi di euro, ma sono pressoché sconosciuti al grande pubblico. Parliamo degli agenti e dei rappresentanti di commercio, una categoria che svolge un ruolo insostituibile di interfaccia tra mondo produttivo e rete distributiva, forte in Italia di 210 mila operatori. Il noto economista americano, Jeremy Rifkin, tempo fa fece la catastrofica previsione che il commercio elettronico avrebbe spazzato via gli agenti rappresentanti di commercio. Era il marzo

2002, e l'economista parlava a Cernobbio, al Forum Confcommercio dello Studio Ambrosetti. «Sono passati 5 anni da allora - dicono al Centro Studi della Fnaarc, la organizzazione di categoria aderente a Confcommercio - ma in Italia gli agenti di commercio non solo non sono spariti, ma sono aumentati di unità del 2% e, soprattutto, il volume delle loro attività complessive è aumentato del 4,5%». La previsione sulla progressiva inutilità degli agenti di commercio si è rivelata errata perché poggiava su due presupposti entrambi sbagliati: che il commercio elettronico, soprattutto quello business to business, sarebbe cresciuto enormemente anche in Italia, e che tutto quello c'era in mezzo, agenti rappresentanti per primi, sarebbe risultato inutile. Ma gli agenti di commercio non sono dei mediatori, come a volte vengono falsamente presentati. Il loro lavoro è quello di farsi consegnare dalle industrie, dalle imprese commerciali, dalle imprese artigiane e dalle cooperative, insomma da tutte quelle imprese che vengono chiamate "case mandanti", i campioni dei prodotti e dei servizi che andran-

no a proporre sul mercato. Nel viaggio all'incontro gli agenti rappresentanti relazionano le case mandanti sulle tendenze di mercato, sui gusti dei consumatori, sulle attività di ditte concorrenti; offrono in sostanza un pacchetto di informazioni talvolta decisive per le strategie di vendita della case mandante. Svolgono quindi una funzione primaria di vendita, cui si affianca una funzione, sempre più importante, di consulenti di marketing. Si calcola che gli oltre 200 mila agenti totalizzino ogni giorno circa 1 milione di contatti commerciali.

