

## Agenti di commercio Anche quest'anno nessun aiuto alle donne lavoratrici

■ ■ ■ Anche stavolta dalla fiscalità inserita nella Finanziaria non arriva alcun aiuto al settore femminile. Sempre più importante anche nella categoria degli agenti di commercio. Nell'immaginario collettivo il rappresentante si presenta con una valigetta in mano, la proverbiale parlantina ed è irrimediabilmente maschio. E invece le strade italiane sono percorse regolarmente da un bel gruppo di circa trentuno mila rappresentanti in gonnella. La tendenza è quella di un continuo aumento degli agenti di commercio donna: siamo passati dal 6% di dieci anni fa al 15% del 2006, rispetto alla totalità degli agenti operanti in Italia, circa 210 mila. La statistica proviene dal Centro Studi della Fnaarc (l'organizzazione di categoria aderente a Confcommercio) che specifica i campi in cui sono maggiormente impegnate le donne agenti di commercio: moda, profumeria, cosmetica, farmaceutica, pubblicità, editoria e servizi in genere. Non è raro, tuttavia, trovare donne agenti impegnate anche in settori merceologici meno "femminili", quali la meccanica, l'elettrotecnica, l'edilizia, perfino la siderurgia.

Il fenomeno dell'aumento dell'impegno femminile nella rappresentanza è dovuto principalmente al fatto che sono tante le donne che scelgono di lavorare, piuttosto che essere solo casalinghe, e l'attrazione verso questa professione si spiega col desiderio di misurarsi come imprenditori autonomi, nella certezza che le tipiche doti femminili di tenacia e sensibilità possa eccellere nel campo della vendita e del marketing. «Una volta non era così facile essere agenti al femminile - racconta Freda Predeval, figlia d'arte, da 40 anni agente di commercio - ricordo che quando fornivo i prezzi della seta, poi i compratori chiamavano in ufficio per verificare che non avessi fatto errori. E assai spesso i contatti di lavoro finivano con imbarazzanti inviti a cena».

Oggi molto è cambiato e le donne agenti operano tranquillamente in tutta Italia ed anche all'estero anche al di fuori dell'Europa, così come numerose sono le donne agenti di nazionalità non italiana che operano per le nostre aziende. «Viaggio regolarmente in Germania, Spagna e Inghilterra - dichiara Simonetta Maffizzoli, che vende articoli di imballaggio - naturalmente devi sapere le lingue e conoscere le dinamiche dei mercati in-

ternazionali, altro che valigetta e barzellette». Prendono l'aereo per andare all'estero, guidano l'auto quotidianamente, abili nell'uso di computer, palmari e telefonini, questa la fotografia delle donne agenti di commercio. Dalla loro parte, una naturale facilità nell'esposizione delle caratteristiche dei prodotti e delle configurazioni di mercato e nello stabilire rapporti umani interpersonali, sempre importanti nel campo della vendita. «Per noi donne - riferisce Giovanna Grandinetti, che opera nel campo delle forniture per dentisti - la vendita non è solo lavoro, ma abbiamo bisogno di credere nei prodotti, o nei servizi, che ci vengono affidati».

Come tutte le donne che lavorano, anche le donne agenti devono spesso occuparsi delle faccende di casa e tirar su i figli. Riconoscendo questa peculiarità, la Fnaarc ha ottenuto che già negli Accordi Economici Collettivi del 2002 venisse garantito alle donne in stato interessante un periodo di sospensione dell'incarico, fino ad 8 mesi, per gravidanza e puerperio. Anche la Fondazione Enasarco riconosce una «indennità parto», il cui importo sarà elevato a mille euro dal 1° gennaio 2008.

Una giovane donna può quindi avviarsi con serenità verso questa professione: «Ho una laurea in sociologia, con master in criminologia - spiega Sara Scalvi, 26 anni - ma alla fine ho preferito fare l'agente di commercio nel settore dei cosmetici, pensando che mi potesse dare più sicurezza dal punto di vista economico».

