

## Effetto subprime

# Per gli agenti di commercio il giro d'affari cala del 3,4 %

■■■ Nel dibattito su quanto potrà pesare in Italia la crisi finanziaria scatenata dal crollo dei mutui americani, un elemento di ulteriore approfondimento può venire dall'osservatorio privilegiato degli agenti e rappresentanti di commercio. I 210 mila operatori del settore, infatti, svolgono un'attività insostituibile di mediazione tra produzione e distribuzione, movimentando più del 70% del PIL nazionale. In altre parole, se diminuiscono gli ordinativi degli agenti, vuol dire che punti vendita e terziario sono in difficoltà, e, contemporaneamente le case mandanti dell'industria e del commercio registrano un calo produttivo e distributivo. Il Centro Studi della Fnaarc/Confcommercio ha rilevato che gli ordinativi degli agenti sono diminuiti nel primo semestre del 2008 del 3,4%, rispetto allo stesso periodo del 2007. Naturalmente i dati differiscono sensibilmente da una merceologia all'altra: profondo rosso negli alimentari, -11,5%; -7,3% nell'abbigliamento; -3,2 nella pubblicità; -2,6 nel materiale edile. Ci sono poi delle merceologie sostanzialmente stabili negli ordinativi come la profumeria, con +0,1% o i prodotti per la casa con +0,2%. Ed infine ci sono pure dei settori che non sembrano risentire della crisi, si veda il +3,9 delle telecomunicazioni, il +2% dell'elettronica, il +1,5 dei prodotti per il benessere o fitness. «E' uno scenario in continuo cambiamento - spiega Adalberto Corsi, presidente della Fnaarc - le industrie rivedono i propri cataloghi, nuovi prodotti entrano nel mercato, si modifica la filiera distributiva. In questa situazione, gli agenti di commercio possono svolgere un ruolo propulsivo per il mercato, aiutando in una ristrutturazione del terziario e dell'economia resa necessaria proprio dalla crisi dei consumi».

