

12 NOVEMBRE 2001

COMUNICATO STAMPA

1 **IL FUTURO DELL'EUROAGENTE INTERMEDIARIO**

2
3 Il futuro della figura dell'Agente di commercio,
4 l'innovazione e lo sviluppo dell'Agenzia commerciale, la
5 certificazione di professionalità e l'impatto sulla
6 categoria della new economy sono stati i temi centrali
7 affrontati nel corso del convegno "L'Euroagente
8 intermediario del nuovo millennio", organizzato dalla
9 Camera di Commercio di Mantova, dalla sezione locale
10 dell'Unione Sindacati Agenti Rappresentanti di Commercio
11 Italiani e dalla rivista dell'ente camerale "Universitas
12 Mercatorum Mantuae", svoltosi sabato 10 novembre
13 all'Auditorium della Banca Agricola Mantovana. Nell'ambito
14 dell'iniziativa sono intervenuti il segretario della
15 Camera di Commercio Enrico Marocchi, il presidente Usarci
16 di Mantova Giancarlo Bonamenti, il presidente nazionale di
17 Usarci Ciano Donadon, il presidente dell'Unione Artigiani
18 di Mantova Claudio Calanca, il presidente
19 dell'Associazione Industriali Giulio Freddi, il presidente
20 dell'Unione del Commercio Marco Sartorello e il presidente
21 dell'Associazione Piccole Industrie Sergio Villa.

22 Dopo i saluti di Giancarlo Bonamenti e del direttore
23 generale della Banca Agricola Mantovana dottor Giuseppe
24 Menzi, il segretario generale della Camera di Commercio di
25 Mantova ha introdotto il tema del convegno. "Gli agenti di
26 commercio - ha dichiarato il dottor Enrico Marocchi - sono
27 **l'anello di collegamento** tra le imprese ed il mercato e
28 rivestono un ruolo fondamentale per la commercializzazione
29 di beni e servizi. In seguito alla globalizzazione dei
30 mercati, la figura dell'agente deve assumere un'identità
31 più strutturata sia sotto il profilo delle competenze che
32 dell'organizzazione: si fa strada l'idea di una evoluzione
33 della professione da **agente ad agenzia**, quale struttura
34 più complessa in grado di supportare le aziende nelle
35 diverse fasi di offerta e promozione dei loro prodotti o
36 servizi".

37 "L'evoluzione tecnologica - ha proseguito il
38 segretario generale della Camera di Commercio - ha aperto
39 una strada innovativa per il futuro della distribuzione,
40 ponendo agli agenti di commercio la necessità di adeguarsi
41 al cambiamento attraverso una idonea **formazione**, su cui
42 occorrerà insistere: stiamo studiando forme adeguate per
43 attuare questa attività a distanza ed in questa direzione

12 NOVEMBRE 2001

COMUNICATO STAMPA

1 deve essere vista l'imminente entrata in vigore della
2 cosiddetta **smart-card** e, quindi, della **firma digitale**".

3 "In pochi anni è cambiato il mondo e con esso le
4 regole - ha detto il dottor Ciano Donadon - Abbiamo
5 sbagliato nel credere che Internet avrebbe sconvolto a
6 ritmi geometrici il mondo: è stata una delusione per i
7 mercati finanziari e un quasi fallimento economico. Non si
8 è imposto, almeno finora, quel modello ipotizzato che
9 avrebbe dovuto spersonalizzare e disumanizzare il
10 commercio, cancellando ogni passaggio intermedio, fra cui,
11 per primi, gli agenti di commercio. In altre parole,
12 l'entropia politica ed economica è oggi la regola e deve
13 essere accettata e digerita soprattutto dalle piccole
14 realtà produttive ed economiche. Proprio la capacità di
15 adattamento, la versatilità, la **conoscenza del mercato**, la
16 caratteristica di saper mediare esigenze contrapposte, la
17 velocità nel saper cogliere le opportunità sono state e
18 saranno anche in futuro le chiavi del successo
19 dell'agenzia commerciale in un mercato in cui ad essere
20 comprato è sempre meno il prodotto e sempre più il
21 servizio".

22 "Un'indagine del Centro Studi Usarci su di un campione di
23 piccole, medie e grandi aziende - ha continuato Donadon -
24 ha evidenziato la costante necessità delle imprese di non
25 abbandonare la capacità di relazionare con la propria
26 clientela. Gli agenti hanno compreso che la capacità di
27 resistere sul mercato è sempre più legata alla quantità ed
28 alla **qualità di servizi** che si è in grado di rendere al
29 cliente: perché ciò diventi possibile è necessario pensare
30 sempre più a strutture di intermediazione complesse ed
31 integrabili con le esigenze aziendali".

32 "Le **associazioni** - ha aggiunto Claudio Calanca -
33 devono essere un punto di equilibrio nel mercato e
34 svolgere il ruolo di garanti dei servizi, inventando
35 strumenti nuovi in grado di costituire un punto di
36 incontro tra domanda ed offerta per dare un valore
37 aggiunto all'economia mantovana".

38 "Esisterà un futuro per questa categoria solo se si
39 assisterà ad un trapasso generazionale e ad uno **sforzo**
40 **formativo** - ha precisato Giulio Freddi - Con l'imminente
41 allargamento del mercato a tutta l'Europa, per gli agenti
42 sarà fondamentale essere in grado di interloquire nella
43 cosiddetta lingua universale (l'inglese), conoscere le

12 NOVEMBRE 2001

COMUNICATO STAMPA

1 nuove tecnologie (Internet) e dotarsi di efficaci
2 strumentazioni di tipo organizzativo".

3 Sottolineando il ruolo di importante cerniera
4 nell'innalzamento della qualità del commercio, il
5 presidente dell'Unione del Commercio di Mantova Marco
6 Sartorello ha denunciato il grave problema della carenza
7 di infrastrutture adeguate a Mantova "che si ripercuote
8 direttamente sul lavoro degli agenti".

9 "Serve l'impegno congiunto delle imprese e degli
10 agenti di commercio per creare nuove prospettive - ha
11 detto Sergio Villa - Ben vengano strumenti in grado di
12 semplificare il lavoro, ma occorre diffidare dei facili
13 entusiasmi suscitati dalla new economy , perché l'**elemento**
14 **umano** non sarà mai soppiantato. Relativamente alle nuove
15 tecnologie, compito delle associazioni sarà anche quello
16 di creare filtri adeguati nell'utilizzo di Internet per
17 rendere più accessibili e dirette le informazioni
18 reperibili sulla rete telematica".
19