

Fnaarc: "50mila professionisti senza lavoro". E intanto la federazione si prepara alle elezioni Enasarco 2020 difficile per gli agenti di commercio

POTENZA - «Il nuovo anno si preannuncia impegnativo per i circa 1.200 agenti di commercio lucani e in un mondo in trasformazione il sindacato ha il compito di gestire i cambiamenti per tutelare la categoria e non di subirli passivamente». A sostenerlo è il presidente provinciale di Fnaarc (federazione agenti e rappresentanti di commercio aderente a Confcommercio) Angelo Lovallo sottolineando che circa 50.000 agenti hanno perso il proprio lavoro in questi ultimi 10 anni, a causa della disintermediazione commerciale e l'affermarsi dell'e-commerce. «Parliamo - aggiunge - di una categoria composta da circa 220.000 operatori del settore che intermedia qualcosa come poco meno del 70% del Pil italiano, svariando da campi diversi tra loro come edilizia, abbigliamento, alimentare, merceologia, editoria». L'agente di commercio da puro venditore è diventato uomo di marketing ed è atteso, specie per l'e-commerce, da altre prove professionali per passare, attraverso lo svolgimento di attività ri-

chieste dalle aziende, che spazieranno dal "presidio commerciale", alle informazioni relative a clientela e prodotti della concorrenza, all'assistenza pre e post vendita. «La nostra è una categoria poco conosciuta al grande pubblico, ma - afferma Angelo Lovallo - di grande importanza perché contribuisce a far girare l'economia: 5mila contatti con negozianti, clienti, aziende, società ed enti in Basilicata per un fatturato tra i 120 e i 150 milioni sempre in regione. La nostra categoria pesa un calo medio degli ordinativi del 25-30% e una riduzione annua del numero di agenti. Il rinnovo dell'accordo economico collettivo è una delle priorità del 2020: occorre un cambio di passo che adegui la nostra attività alle nuove realtà. Qui si riallaccia il tema dell'e-commerce, che va regolamentato affinché possa concorrere allo sviluppo dei settori in cui noi operiamo e alla crescita del nostro Paese». «Questa nuova modalità di vendita - sottolinea Alberto Petranzan, presidente nazionale Fnaarc - è un mare magnum: per rego-

lare situazioni molto diverse tra loro è necessario un costruttivo confronto tra colleghi, per poter raggiungere la più ampia sintesi da inserire nel nuovo Aec. Altro tema fondamentale è l'aggiornare il concetto di "promozione alle vendite", per renderlo più adeguato ad un mercato cambiato negli ultimi anni. In un periodo di incertezza politica, il sindacato - sottolineano i dirigenti della Fnaarc - rimane l'unico solido riferimento per la categoria, come solide e concrete sono le nostre richieste alle istituzioni per l'abbattimento del massimale di deduzione per le auto, la detrazione totale delle spese di viaggio, l'abolizione dell'Irap e la difesa e l'ampliamento del regime forfetario, specie per i colleghi più giovani. Su queste battaglie Fnaarc non abbasserà la guardia. Ad aprile si svolgeranno le elezioni di Enasarco. Fnaarc si assume le sue responsabilità partecipando ad una coalizione, "Enasarco del Futuro", con Confcommercio, Confindustria, Concooperative e Cna».

