

Confcommercio, allarme mobilità «È necessario calmierare i costi»

«L' unica ripresa sarebbe quella dei costi» secondo il presidente nazionale della Fnaarc (la Federazione agenti di commercio) aderente a Confcommercio. Gli fa eco il presidente regionale della Basilicata, Angelo Lovallo, il quale lamenta un incremento delle spese del trenta per cento, soprattutto del carburante, con il contestuale aumento dei ricavi che è dovuto, in realtà, solo all'inflazione. La richiesta della Federazione è, dunque, quella di calmierare i costi legati alla mobilità (intervenedo anche sulle accise relativamente al carburante) e di adeguare i parametri fiscali di deducibilità dell'acquisto dell'auto, perché il tetto attuale non consentirebbe «adeguatamente di rispondere a pieno alle esigenze: dalla maggior sicurezza dell'autovettura, alle nuove tecnologie green». Lovallo chiarisce che quella degli agenti di commercio, pur essendo una categoria poco conosciuta al grande pubblico, riveste una grande importanza, perché contribuisce a far girare l'economia ed è una "pedina" fondamentale per la ripresa. Secondo i numeri nel periodo pre pandemia, si raggiungevano cinquemila contatti in media l'anno con negozianti, clienti, aziende, società ed enti in Basilicata, per un fatturato tra i 120 e i 150 milioni. Un

esempio è dato dal comparto delle costruzioni, che è quello più attivo e alla necessità di effettuare ordini per materiale indispensabile nei cantieri. Il presidente regionale di Fnaarc spiega anche l'evoluzione della figura dell'agente di commercio, che «da puro venditore è diventato uomo di marketing ed è atteso, specie per l'impatto dell'e-commerce, da altre prove professionali per passare attraverso lo svolgimento di attività specifiche, sempre più richieste dalle aziende, che spaziano dal "presidio commerciale" del territorio, alle informazioni relative a clientela e prodotti della concorrenza, all'assistenza pre e post vendita». In sostanza, Lovallo dice che è cambiato il rapporto con il cliente: «È difficile per un venditore non vendere a tutti i costi, ma se oggi consigliamo bene il nostro cliente, domani sarà lui a premiarci con ordini ripetuti. E la stessa cosa vale per il rapporto che il venditore ha con le aziende che rappresenta: oggi l'agente di Commercio, se ascoltato, è la più efficace ricerca di mercato esistente. Quindi, deve preoccuparsi principalmente che il prodotto che sta vendendo a un suo cliente sia effettivamente il prodotto giusto per lui. Deve educarlo, consigliarlo e, se necessario, dissuaderlo dall'acquisto di un prodotto che non fa al caso suo».

Dora Attubato



ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 3015



Superficie 18 %