

FONDAZIONE Enasarco Magazine¹²

- ▶ **Una "nuova Enasarco":
l'azione di rinnovamento e le prospettive**
- ▶ **Polizza agenti 2013-2014:
rimborsi più veloci**
- ▶ **Storie di agenti: i racconti di
Alberto D'Alberto e Fabrizio Giancesella**



postatarget
magazine

GIPA/C/CONV/006/2010

Posteitaliane

FONDAZIONE
ENASARCO



Una professione che capitalizza il cambiamento

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI TERAMO E USARCI HANNO PRESENTATO IL NUOVO PERCORSO FORMATIVO DI LAUREA TRIENNALE IN SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE E INTERMEDIAZIONE COMMERCIALE. UN CORSO PENSATO E REALIZZATO PER GLI AGENTI DI COMMERCIO, MA NON SOLO

L'Università di Teramo, lo scorso 14 ottobre, ha organizzato e ospitato il convegno *Professione, formazione e certificazione di qualità dell'agente di commercio*. L'evento è stato dedicato alla presentazione del nuovo percorso di laurea triennale in Scienze della comunicazione e intermediazione commerciale, nato dalla collaborazione tra l'ateneo abruzzese e Usarci Teramo, con l'obiettivo di incentivare la riqualificazione e sviluppare l'alta formazione professionale degli agenti di commercio. Questo corso di studi rappresenta un *unicum* nel panorama nazionale, è attivo già per l'anno accademico 2013-2014 (è possibile iscriversi fino al 31 dicembre) e già conta oltre 50 partecipanti da tutta Italia. Grazie al supporto di una piattaforma internet dedicata, gli studenti – che non hanno obbligo di

frequenza – possono accedere a risorse multimediali come video, questionari per l'auto-valutazione, podcast, che indubbiamente agevolano l'apprendimento a distanza.

Nel corso dell'incontro è stata presa in esame la figura dell'agente attraverso un *excursus* storico, per giungere all'attualità e poi gettare uno sguardo sui possibili scenari futuri. Come è emerso a più riprese, si va verso una nuova definizione del ruolo assegnato all'intermediario commerciale che – è stato detto – è anche e soprattutto un imprenditore di se stesso e pertanto necessita di un bagaglio di conoscenze e competenze adeguati: in estrema sintesi, le parole chiave del dibattito sono state «cambiamento» e «alta formazione».

L'offerta didattica si pone l'ambizioso fine di affiancare i giovani – i giovani agenti di commercio in particolare – per accompagnarli verso quelle innovazioni già in atto, e che peraltro sono inarrestabili ed ineludibili, attraverso un aggiornamento continuo, una certificazione di qualità e un percorso di alta formazione. L'assunto di partenza è presto detto: un agente preparato rappresenta anche una risorsa e un supporto per le aziende che operano sul

territorio. Da semplice venditore assume un ruolo sempre più di 'consulente' nei confronti del cliente e rappresenta anche una garanzia per i consumatori. Questa è la sfida, affascinante e difficile al tempo stesso, che sembra prospettarsi alla categoria e che può essere affrontata, e vinta, con un'adeguata preparazione professionale e attraverso continui aggiornamenti.

Ciò è ancor più vero se messo in relazione al contesto economico che stiamo vivendo nel nostro Paese ma anche a livello internazionale. Nonostante il perdurare dell'attuale periodo di crisi, in Italia la categoria degli agenti di commercio è quella che cresce maggiormente per numero di nuovi iscritti. Secondo i dati elaborati da InfoCamerre, infatti, al 30 settembre dello scorso anno erano ben 14.360 coloro i quali hanno intrapreso per la prima volta l'attività; alla stessa data del 2013 il numero era salito del 78,51% con 25.634 nuovi iscritti. Questi pochi ma significativi dati sono indicativi e sintomatici di una tendenza non trascurabile che riguarda una delle professioni con maggiori sbocchi lavorativi, soprattutto se contraddistinta da un'adeguata preparazione.

Del resto proprio l'alta formazione e la formazione continua possono rappresentare le migliori risposte a un sistema economico che ha bisogno di una scossa, di un'inversione di rotta, al fine di concentrarsi su ciò che è ad "alto valore aggiunto" ma che, in quanto tale, presuppone elevati standard qualitativi e di conseguenza formativi. L'iniziativa realizzata dall'ateneo teramano punta dritta e decisa in questa direzione.



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI TERAMO

Figure strategiche del tessuto economico italiano, attraverso gli intermediari commerciali passa ancora il 70% del Pil e il numero di agenti attivi sul territorio nazionale è di gran lunga superiore a quello di altri grandi Paesi dell'Unione Europea, come ad esempio la Germania e la Francia. Un dato, quest'ultimo, determinato dalla presenza e resistenza, in Italia, degli artigiani: piccole e medio/piccole imprese che producono oggetti di grande valore, ma che non possono dotarsi di strutture dirigenziali o esperti di marketing e hanno quindi bisogno dell'agente per la promozione dei propri prodotti.

Dagli interventi dei relatori al seminario di presentazione del corso è emerso inoltre che quella dei mandatari è una grande categoria, che rappresenta una realtà occupazionale e imprenditoriale consolidata nel panorama nazionale, che ha percepito il mutare dei tempi e si è evoluta, abituandosi al monitoraggio costante dell'ambiente di lavoro e comprendendo che non è più sufficiente limitarsi a raccogliere gli ordinativi. I professionisti di oggi devono saper leggere e padroneggiare l'insieme di variabili che concernono la psicologia e la sociologia, saper gestire interessi sia contrapposti sia comuni, conoscere le caratteristiche tecniche dei prodotti delle imprese proponenti e della concorrenza. L'agente è un imprenditore, quindi, ma anche un prezioso consulente per le aziende.

La citazione di Charles Darwin, teorico dell'evoluzione della specie, è apparsa quanto mai pertinente e di estrema attualità, seppur ovviamente contestualizzata all'ambito del convegno («Non



è la specie più forte a sopravvivere, né la più intelligente, ma quella più pronta al cambiamento»), per sintetizzare la necessità di considerare i cambiamenti come opportunità da cogliere e non ostacoli di fronte ai quali arrestarsi. L'esigenza di formazione continua e di aggiornamento delle proprie competenze è oggi una garanzia imprescindibile di qualità e nessuna professione può ritenersi esonerata dal procedere in questa direzione.

Rischiano seriamente di restare indietro coloro i quali non comprendano la necessità di farsi trovare pronti a capitalizzare i sempre più rapidi mutamenti, che rappresentano ormai una costante permanente e non un'emergenza dell'ultimo periodo: «Gli agenti di commercio – una delle riflessioni più interessanti emerse dal dibattito – sono nati per gestire il cambiamento, a patto però di essere capaci prima di tutto a cambiare se stessi e la loro attività, per puntare ad avere un servizio eccellente

per un'offerta eccellente».

Andrea Ricci, dirigente del servizio prestazioni della Fondazione, ha condiviso l'entusiasmo del tavolo dei relatori e ha inoltre sottolineato come «anche Enasarco ritenga che la formazione sia uno dei pilastri su cui deve poggiare l'intera attività dell'agente di commercio. Quest'ultimo, per essere iscritto come tale, deve possedere requisiti precisi: un titolo di studio con conoscenze commerciali, quindi un diploma di scuola superiore con indirizzo commerciale o una laurea con indirizzo commerciale o giuridico, oppure deve avere svolto l'attività sul campo per almeno due anni. L'assenza di questi due requisiti porta obbligatoriamente a svolgere un corso di formazione. Formazione che dunque è fondamentale, sia per entrare nel mondo degli agenti di commercio sia soprattutto per rimanerci».