



**F.N.A.A.R.C.**

*Federazione Nazionale  
Associazioni Agenti e Rappresentanti di Commercio*

E' indirizzata agli agenti e rappresentanti di commercio associati  
la ricerca realizzata dalla Federazione con Format Research

## **Fnaarc: conoscere l'e-commerce per affrontare l'evoluzione del mercato**

**Alberto Petranzan**, presidente **Fnaarc**: aggiornamento professionale  
per gli agenti e riconoscimento del ruolo svolto nelle vendite online

*Milano, 10 luglio 2019 - L'e-commerce sta modificando in profondità lo scenario economico: **Fnaarc**, la Federazione degli agenti e rappresentanti di commercio aderente a Confcommercio, ha realizzato con Format Research (sponsor Randstad) una ricerca (distribuita capillarmente agli associati attraverso i sindacati **Fnaarc** territoriali) per conoscere a fondo questo fenomeno e saper efficacemente integrare le opportunità che può offrire nel rapporto tra azienda mandante e agente. "Guardarlo – scrive nell'introduzione alla ricerca il presidente di Fnaarc **Alberto Petranzan** – in un'ottica positiva" perché "può aprirci a nuove e importanti strade".*

*L'obiettivo della ricerca è chiaro, prosegue il presidente di Fnaarc: consentire agli agenti di commercio di approcciare l'e-commerce. "La premessa rimane tuttavia altrettanto cristallina: **Fnaarc** è convinta che nessun nuovo protagonista possa competere senza osservare regole, per questo parlare di digitale non significa dimenticare che, in regime di libera concorrenza, ci battiamo ogni giorno per regolamentare l'e-commerce affinché possa concorrere in maniera positiva alla crescita collettiva dei settori in cui va ad inserirsi e più in generale del nostro Paese". Insomma, sottolinea **Petranzan**: "a pari tasse, pari obblighi".*

*La ricerca Fnaarc-Format analizza l'e-commerce, ma fa innanzitutto una fotografia degli agenti di commercio. "Occorre guardare alle criticità per affrontare le sfide e tenere il passo con i tempi" afferma **Petranzan** e la ricerca evidenzia certamente alcuni dati critici: in Italia gli agenti di commercio sono oltre 231 mila, in calo del 13,3% dal 2009. Categoria, inoltre, con un'età media elevata: più di 48 anni.*

*Dall'analisi dell'e-commerce che emerge dalla ricerca risulta in particolare un tasso di penetrazione degli acquisti online in costante crescita nel nostro Paese: 22 milioni di acquirenti, + 10% rispetto al precedente anno (dato 2017). E in meno di*

DIREZIONE GENERALE

Corso Venezia, 51 - 20121 Milano Tel.: 02 764519.1 - Fax: 02 76008493  
e-mail: [info@fnaarc.it](mailto:info@fnaarc.it) - Sito Internet: <http://www.fnaarc.it>

10 anni il numero degli “users”, cioè chi effettua almeno un acquisto online durante l’ultimo anno, è quasi raddoppiato tra la popolazione italiana: + 83,3%.

In questo scenario in progressiva evoluzione quali scelte devono compiere gli agenti e rappresentanti di commercio? *“Ci sono alcuni elementi molto importanti – rileva **Petranzan** – che la ricerca individua”*.

La velocità: nell’era di Internet è un valore decisivo. Il cliente si aspetta di ricevere subito una risposta o di essere contattato entro pochissimo. Da questo punto di vista i clienti sono sempre più esigenti nei confronti degli agenti e pretendono tempi di reattività minimi.

Servizio di pre e post vendita: è necessario offrire una costante ed affidabile consulenza ai clienti. Dalle informazioni e le soluzioni sui prodotti al fornire, ove si renda necessario, un’assistenza tecnica di primo livello nella fase di post-vendita. Ma occorre anche saper fornire consulenza ai clienti sul mercato di riferimento: tendenze, innovazione e sviluppi tecnologici, politiche della concorrenza e un aggiornato quadro normativo. *“Il know how – sintetizza **Petranzan** – è un valore aggiunto: altrimenti si combatte solo sul prezzo con il concreto rischio di soccombere”*.

Disponibilità: l’agente di commercio deve anche sapersi distinguere per la sua reperibilità. Telefonicamente ed utilizzando i vari canali che oggi il web mette a disposizione (email, Whatsapp, Facebook ecc.).

*“Come Fnaarc un nostro compito fondamentale – afferma **Petranzan** – è favorire, attraverso la formazione, il cambiamento della professione di agente. E il ruolo che l’agente di commercio ha nelle vendite online di un’azienda rappresentata deve entrare a pieno titolo negli Accordi economici collettivi”*.

La ricerca documenta la valutazione degli agenti di commercio sul ruolo svolto nelle vendite online delle proprie aziende mandanti: il 46,5% degli agenti ritiene di averlo e solo al 35,3% questo ruolo viene riconosciuto economicamente.

*“Fnaarc – conclude **Petranzan** – punta a certificare questo ruolo”*.