

Agorà Network: al bando gli agenti

Il gruppo annuncia l'estromissione dei rappresentanti dalle trattative commerciali. La misura, in vigore dal 1° settembre, mira ad accelerare i rapporti con la Distribuzione. Ma penalizza le Pmi. La reazione di Fiacr Confesercenti. E il commento di Angelo Frigerio.



La lettera di un rappresentante

Riceviamo e pubblichiamo la lettera di un agente di commercio a commento della comunicazione di Agorà ai fornitori.

"Gentili Signori buongiorno, sono un agente di commercio da oltre 30 anni. Vi scrivo a seguito di una comunicazione francamente preoccupante e lesiva della dignità e della professionalità della categoria. Il gruppo Agorà Network ha inviato la comunicazione che vi allego [di estromissione degli agenti dalle trattative commerciali, ndr] a tutte le aziende fornitrici. Pare che sia la reazione ad alcuni episodi di corruzione (ma i sussurri nelle sale di attesa dicono di concussione) avvenuti presso alcuni soci del gruppo (Iperal e Poli). Capirete bene che chi, come il sottoscritto e tanti altri, ha sempre lavorato con professionalità e correttezza si vede privato della possibilità di lavorare in maniera unilaterale ed iniqua. Alcune aziende, terrorizzate di perdere il cliente, hanno già annunciato che toglieranno il mandato agli agenti che attualmente seguono Agorà e molte altre, purtroppo, immagino che le seguiranno. Mi permetto di fare alcune riflessioni, assolutamente personali, ma che credo abbiano qualche fondamento di verità. Durante il periodo di pandemia abbiamo subito un contraccolpo enorme dall'impossibilità di 'visitare' i clienti e non avendo, almeno il sottoscritto, parti fisse di retribuzione, con alcuni rallentamenti di



settore (per esempio nel cura casa) una perdita cospicua delle provvigioni. Da sempre le aziende mandanti si affidano agli agenti quando non hanno possibilità di avere una forza vendite diretta con costi fissi non sempre sostenibili e con la libertà di cambiare il venditore nel caso non fosse soddisfatta (cosa non sempre fattibile con dei diretti). Mi sembra che sia un tentativo di ribaltare l'evidente problema di controllo e gestione del personale interno sui 'cattivi agenti di commercio' che hanno come unico scopo e attività quello di traviare ingenui buyer. Immagino la reazione a una comunicazione, a parti invertite, dove le aziende fornitrici, a seguito di certi episodi, preferissero comunicare direttamente con i soci e non più attraverso un intermediario (come in fondo è Agorà). Spero possiate intervenire e sollecitare un passo indietro pubblico di Agorà anche perché ho paura che, visto il periodo estivo, il 1° settembre arrivi silenziosamente, fatalmente e velocemente. Inutile dire che, per esempio per il sottoscritto, la perdita di un cliente così strategico significherebbe mettere veramente in difficoltà il mio equilibrio finanziario e quello quindi della mia famiglia. Vi ringrazio.

Giovanni
P.S. Capirete bene che, per ovvie ragioni, quello usato è un nome di fantasia"

Agorà Network estromette gli agenti dalle proprie trattative commerciali. La decisione è stata comunicata direttamente dal gruppo con una lettera datata 21 luglio e sottoscritta dal direttore generale Massimo Ebelli. Poche e chiare direttive: "La informiamo che, a partire dal mese di settembre, è nostro obiettivo rendere più diretti ed efficaci gli incontri fra la nostra società e le aziende nostre fornitrici. Siamo pertanto a chiederLe di poter avere come interlocutore commerciale soltanto personale diretto della sua azienda".

La misura non coinvolge solamente il gruppo d'acquisto, ma anche le insegne che ne fanno parte: Sogegross e Basko, attive in Liguria e nelle regioni limitrofe, guidate dalla famiglia Gattiglia; Iperal, in mano ai Tirelli, presente in Valtellina, Brianza, Como e Milano; i punti vendita a marchio Poli, IperPoli, MiniPoli, Orvea, IperOrvea e Amort, il canale non alimentare a insegna Regina e il canale orientato al mondo dell'ingrosso con l'insegna C+C Italmarket, dislocati in Trentino e nell'alto Garda, tutti in mano alla famiglia Poli; Tigros, presente a Varese e dintorni, della famiglia Orrigoni; e i supermercati Rossetto, di proprietà dell'omonima famiglia. Non roba da poco insomma, considerando che, nel complesso, Agorà Network conta circa 501 punti vendita, per una superficie totale di oltre 611 mila mq.

I motivi di questa estrema decisione sarebbero da ricondursi a presunti episodi di malcostume avvenuti tra i corridoi di alcuni associati del gruppo. Ma ci sarebbero altre ragioni dietro l'estromissione degli agenti dalle trattative, come la volontà di snellire e accelerare gli accordi commerciali servendosi di persone che rispondano immediatamente alle richieste della Distribuzione. E non di intermediari.

Oltre al danno economico che un provvedimento del genere arrecherrebbe agli agenti di commercio, liberi professionisti che di provvigioni vivono, c'è poi da menzionare il grave danno in cui incapperebbero le Pmi che, nella grande maggioranza dei casi (94,4%), in base a un sondaggio realizzato in esclusiva da Alimentando, si affidano proprio a queste figure professionali. L'88,9% delle aziende li sceglie perché ritiene che conoscano bene i clienti del territorio, mentre il 27,8% per sopperire alla carenza di personale interno.

La posizione di Fiacr Confesercenti

"Per l'intermediazione commerciale è un momento complesso", commenta Fabio D'Onofrio, coordinatore nazionale di Fiacr (Federazione italiana agenti e rappresentanti di commercio), aderente a Confesercenti, interpellato sulla vicenda Agorà Network da Alimentando. "Dopo due anni di crisi pandemica, arriva una nuova fase difficile, tra inflazione record e rallentamento dei consumi. Uno scenario critico anche per le case mandanti. Siamo convinti, però, che 'tagliare' gli intermediari sia la strada sbagliata".

Secondo la Federazione il rischio è quello di danneggiare – anche dal punto di vista della previdenza integrativa

– una rete che invece porta valore aggiunto. Gli agenti, infatti, raccolgono e interpretano informazioni utili per rispondere alla domanda, aiutando le imprese ad affrontare le fluttuazioni di mercato.

Un giudizio condiviso, si legge, anche dalle case mandanti Confesercenti, che hanno ben presente il ruolo fondamentale che agenti e rappresentanti hanno nel modello economico italiano, caratterizzato da un'estesa presenza di Pmi. Realtà competitive, che però soffrono la progressiva concentrazione della Distribuzione, guidata dall'e-commerce, e che per questo fanno affidamento sui circa 200 mila agenti del nostro Paese per avere una forza vendita rapida, flessibile e sostenibile. "La disintermediazione di questa rete renderebbe più difficile, se non impossibile, l'accesso al mercato delle Pmi, che costituiscono il 90% del nostro tessuto produttivo", conclude il coordinatore nazionale di Fiacr.

Fiacr: a tutela degli agenti dal 1969

Fiacr (Federazione italiana di categoria degli agenti e rappresentanti di commercio) è un'associazione di categoria aderente alla Confesercenti nazionale. Il sindacato, tra i più rappresentativi degli agenti e rappresentanti di commercio, è presente con le sue sedi su tutto il territorio nazionale. Attualmente conta oltre 44 mila associati provenienti da innumerevoli settori diversi, dalla finanza fino all'alimentare. Fondata nel 1969, ha contribuito alla fondazione di Confesercenti nel 1971. È inoltre cofirmataria degli accordi economici collettivi, insieme di norme che regolano i rapporti tra le case mandanti e gli agenti.



IL COMMENTO

di Angelo Frigerio

Conosco bene il Gruppo Agorà. Con qualcuno di loro ho anche un rapporto di stima reciproca. Per questo mi permetto alcune osservazioni in merito alla loro iniziativa nei confronti dei fornitori. Non sono d'accordo. Innanzitutto colpisce il periodo. Siamo a fine luglio. Ad agosto scatta il mese in cui l'Italia è tradizionalmente in vacanza. Molte aziende si fermano oppure riducono le loro attività per concedere ai dipendenti il meritato (non sempre...) periodo di ferie. Per questo appare fuori luogo imporre una data, settembre, per un deciso cambiamento nella loro organizzazione commerciale. Se per alcuni la questione dell'eliminazione degli agenti non è un problema, per altri lo diventa. Penso soprattutto alle piccole e medie aziende che si avvalgono perlopiù di plurimandatari. Oggi come oggi è impensabile che si possano dotare di funzionari diretti. In un periodo difficile come questo, con aumenti delle materie prime e dell'energia insostenibili, un ulteriore aggravio dei costi fissi significherebbe la morte di quel piccolo e medio tessuto industriale che fa grande l'Italia. Ma andiamo a vedere le motivazioni che hanno portato a questa decisione.

Probabilmente alcuni recenti episodi di corruzione, scoperti in casa Iperal e Poli, hanno contribuito in maniera diretta. E qui permettetemi un'annotazione personale. Sono stato il primo e unico giornalista italiano che ha denunciato a chiare lettere il malcostume. Con gli articoli dal titolo 'Quando il buyer prende la mazzetta' ho scopercchiato un vaso di Pandora raccontando fatti e misfatti di un mondo borderline che vive alle spalle di aziende di distribuzione e fornitori. Ne so qualcosa dunque. Ma proprio per questo posso dire che la corruzione non si combatte eliminando gli agenti. In primo luogo bisogna pagare bene i buyer e poi attuare dei rigidi controlli nelle trattative. Pensare che il funzionario diretto dell'azienda non possa corrompere mi fa sorridere. Soprattutto quando penso che c'è ancora qualcuno, funzionario diretto, che regala i Rolex a Natale...

C'è poi un lato umano di cui bisogna tenere conto. Gli agenti vivono di provvigioni. Togliere loro clienti importanti come quelli aderenti ad Agorà Network significa incidere, a volte pesantemente, sui loro bilanci familiari. In un periodo come questo, con la recessione che sta montando pericolosamente, non mi sembra proprio il caso. La tanto sbandierata sostenibilità è anche questo, ossia tenere in considerazione le esigenze di tutto quel mondo che gira intorno alle aziende: l'ambiente, i consumatori, i dipendenti. Ma anche i fornitori e chi collabora con loro. Non sono carne da cannone ma persone. Appunto: persone oltre le cose.

www.botallaformaggi.com

ITALO, il bello del formaggio

L'Italia è un Paese ricco di bellezza, di creatività, di sapori eccezionali e di prodotti unici. Come Italo, il formaggio di Botalla che, grazie al sapore delicato e alla sua spiccata personalità, diventa simbolo del gusto che unisce, senza compromessi. Per la tavola di tutti gli italiani.



FORMAGGI DI FAMIGLIA