

ENASARCO MAGAZINE

contratti d'agenzia: attualità, welfare e storie

web | iOS | Android

n. 17

gennaio 2015

www.enasarco.it/magazine

Storie

Attraverso l'Europa

Luigi Cervesato risponde la prima volta mentre è in viaggio tra le campagne francesi. Qualche giorno dopo lo ritroviamo in aeroporto a Bruxelles, che rientra da Oslo. Lo intervistiamo quando è finalmente nella sua casa di Milano. In pochi giorni ha percorso circa sei mila chilometri. Inizia così la nostra conoscenza con un agente a tutti gli effetti "europeo".

Quanto le piace viaggiare?

La mia vera passione sono le lingue: l'inglese, il tedesco, il francese. È bello viaggiare, anche se dopo tanti anni diventa pesante. I clienti sono sempre negli stessi posti e non puoi andare in giro per visite, una volta terminato il lavoro. A me piace conoscere persone di altri paesi e ho capito che non basta esprimersi nella lingua franca, per esempio parlare in inglese a un tedesco. Ho dovuto imparare la stessa lingua dei miei clienti. Solo così, dopo un po', sono riuscito a catturare delle impressioni importanti per sviluppare ogni trattativa.

Da dove nasce questa sua attitudine per le lingue e i paesi stranieri?

Vado all'estero da quando avevo 11 anni e devo ringraziare i miei genitori che mi dettero un aiuto concreto. A 18 anni ero in Inghilterra, ma scaduto il visto turistico di tre mesi non potei rinnovarlo. Trovai una possibilità in Germania, tramite un amico di mio padre. Lì ho vissuto, studiato e cominciai a lavorare per una società della quale sono stato poi rappresentante fino all'anno scorso. Avevo vissuto a casa fino ad allora, mangiato e stirato dalla mamma come si suol dire. Poi ho affrontato le complicazioni di un'epoca in cui bisognava sapersi arrangiare.

In quanti paesi ha lavorato?

Più o meno in tutti i paesi dell'Europa occidentale, dal Portogallo alla Grecia, passando per i paesi scandinavi e il nord Europa. Abbiamo lavorato molto anche con gli Stati Uniti e il Canada.

Ha specificato Europa occidentale.

Quando ho cominciato c'era la Cortina di ferro e i paesi dell'Est erano impossibili da contattare. Io e mia moglie negli anni Settanta avevamo iniziato a studiare il russo, per due anni, perché ci piacciono le lingue e avremmo voluto contattare qualcuno in quelle zone. Scrivemmo qualche lettera, ma non ricevemmo mai alcun feedback. Con la Guerra fredda era impossibile introdursi in quei mercati.

La caduta del muro ha rappresentato un'occasione?

No, perché sono poi cambiate le politiche commerciali e la nostra zona s'è un po' ristretta. Ci siamo concentrati sui paesi di lingua tedesca, sulla Francia e sui paesi scandinavi.

Qual era la sua tecnica per conquistare nuovi clienti?

Chiedevo alle camere di commercio i nominativi delle società inerenti l'articolo che rappresentavo e poi iniziava la corrispondenza. Allora c'era solo il telex: una macchina da scrivere con una banda perforata, che permetteva di scambiare comunicazioni a distanza in tempo reale. Chiaramente si contattavano queste aziende e se rispondevano in maniera positiva si continuava la trattativa, poi si andava a trovarle, si invitavano a visitare lo stabilimento in Italia e la cosa



Il TEKADE f5200, un modello di Telex molto diffuso in Europa (foto di W. Stief)

ENASARCO MAGAZINE

contratti d'agenzia: attualità, welfare e storie

web | iOS | Android

n. 17

gennaio 2015

www.enasarco.it/magazine

proseguiva. Oggi basta entrare su internet ed è più facile scoprire ditte di un settore specifico. I contatti con le mail sono più rapidi, non si aspetta più una risposta per una settimana.

Quante volte incontra i clienti?

Incontro 6 o 7 volte all'anno quelli dei paesi di lingua tedesca, parto appena trovo un cliente nuovo poi c'è la consuetudine di incontrarsi alle fiere. Siamo stati anche espositori quando le società che rappresentavamo avevano un loro stand: abbiamo esperienza di cosa vuol dire montarne o smontarne uno, oppure organizzare le attività che attirano i visitatori, possibili futuri clienti. Si rimaneva lì dai 4 ai 5 giorni, aspettando che qualcuno passasse a chiedere informazioni.

Quanti clienti può portare un bravo agente alla sua ditta?

Il ruolo dell'agente è molto importante. Uno pensa che vada a bussare di porta in porta per cercare di vendere qualcosa. Questa è la vecchia figura che si pensa esista ancora. Invece tutto è cambiato. Oltre a svolgere il lavoro principale che è quello di presentare e vendere i prodotti della ditta che rappresenta, oggi l'agente deve fare un po' di marketing, essere informato sulle situazioni di mercato e sulle materie prime. Proprio perché è continuamente in contatto con il territorio deve saper dare un notevole numero di informazioni all'azienda, affinché questa possa prevedere gli sviluppi futuri e organizzarsi di conseguenza. È un personaggio che ha altre qualità: sa controllare che le ditte siano solvibili e alle volte deve improvvisare tutta una serie di cose che le aziende chiedono.

Le ditte seguono i consigli dei loro agenti?

Absolutamente sì. Certo, se la ditta è una multinazionale o una grossa società questo potrebbe non accadere. La peculiarità italiana è di avere una miriade di piccole e medie aziende che hanno la necessità – e non i mezzi – di fare ricerche di marketing all'estero. Hanno bisogno di gente che conosca bene il mercato straniero per avere la possibilità di incrementare le vendite.

Qual è stata la sua prima ditta?

Ci ho lavorato fino allo scorso anno. Era la società per la quale iniziai a lavorare durante il mio primo viaggio in Germania. Ancora oggi produce valvole speciali per l'industria chimica e petrolchimica. Prodotti molto particolari, che si vedono molto meno perché in Europa non vengono più costruiti impianti chimici per problemi di costi, di siti produttivi e di *pollution*. Ormai queste grosse aziende chimiche sono in medio ed estremo oriente. Ma fino agli anni Ottanta c'era una buona possibilità anche qui, prima che il comparto della chimica andasse distrutto completamente.



Luigi Cervesato e la moglie al recente Forum Agenti di Milano (foto di Agent321)

Ha visto qualche sua ditta trasferirsi all'estero?

Sì, c'è ne una che oltre ad avere due stabilimenti in Italia e uno in Canada, che serviva anche il mercato statunitense, attualmente sta impiantando uno stabilimento in Serbia. Le motivazioni le può immaginare: la corrente costa meno della metà che qui, il lavoro costa meno e chi investe in questi paesi ha per un certo numero di anni delle agevolazioni fiscali. Fino agli anni Settanta l'imballaggio era un settore in mano agli italiani e ai tedeschi, negli ultimi anni la Cina e Taiwan sono diventati concorrenti fortissimi, a prezzi molto competitivi, anche se la qualità non è la stessa. Non le racconto nulla di nuovo, ma le faccio la storia del prodotto. Ecco perché se uno vuole reggere la concorrenza, soprattutto per prodotti standard o di basso costo, deve produrre all'estero. Di conseguenza chi rimane in Europa deve puntare sulla qualità.

Ci racconta qualcosa del suo prodotto?

Parliamo di nastri adesivi per chiudere cartoni e nastri speciali per imbianchini, carrozzieri o nastri bi-adesivi. E poi il film estensibile, che è quella pellicola trasparente molto fine con cui si avvolgono i pallet per

ENASARCO MAGAZINE

contratti d'agenzia: attualità, welfare e storie

web | iOS | Android

n. 17

gennaio 2015

www.enasarco.it/magazine

Storie

evitare che il contenuto cada, l'imballaggio primario. Ogni ditta consuma imballaggio perché qualsiasi prodotto in qualche modo va imballato con il cordino, con un nastro adesivo, con un film estensibile. E poi una volta utilizzato butti via tutto.

L'impatto ambientale sembrerebbe molto alto...

C'è stata una grande attenzione all'aspetto ecologico. All'inizio degli anni Settanta come nastro adesivo esisteva un solo prodotto, il policloruro di vinile (PVC), successivamente si è sviluppato il polipropilene (PP), che è sicuramente più ecologico perché, rispetto al PVC quando viene bruciato non crea diossina. In questo campo ci sono stati enormi sviluppi: la qualità è aumentata, gli spessori sono scesi, la tecnologia anche in questo settore ha fatto passi da gigante. Una volta esisteva un solo tipo di collante, adesso ce ne sono tre o quattro.

Cosa suggerisce a chi volesse seguire le sue orme?

Il mio unico consiglio è avere una buona conoscenza almeno di una lingua, partendo dall'inglese. E poi è importante avere una base anche di tedesco, oppure di russo o cinese, lingue di paesi commercialmente sempre più importanti. Chi vuole imparare una lingua può frequentare i corsi estivi, trasferirsi per un periodo all'estero e fare qualche lavoretto per pagarsi le spese.

Altri consigli?

Imparare, imparare, imparare.

Lei è un agente autodidatta?

Sì, dopo la mia esperienza di lavoratore dipendente in Germania tornai a Milano e non sapevo che di lì a poco sarei diventato un agente di commercio. Fu casuale: all'epoca la richiesta delle ditte era molto ampia. Io fui contattato da una piccola società toscana di imballaggio che cercava una persona che se la cavasse bene con le lingue e cominciai subito a lavorare.

A chi può rivolgersi un agente di commercio che voglia capire come cominciare la vendita all'estero?

Ci sono alcune opportunità: le agenzie specializzate, come ad esempio Agent321, conducono una continua attività di ricerca e studio dei trend di questo settore e sono capaci di fornire informazioni chiave per avvicinarsi a un certo mercato. I forum sono l'occasione in cui ditte e agenti possono incontrarsi fisicamente. E ovviamente ci sono le associazioni degli agenti di commercio che fanno un grande lavoro, ad esempio mia moglie Maria Simonetta organizza alcuni corsi sia per diventare agente che di aggiornamento professionale.

Sua moglie è agente e lavorate insieme, è così che è riuscito a conciliare casa e lavoro?

La fortuna è che io e mia moglie condividiamo la stessa passione per le lingue. Ricordo sempre volentieri il nostro viaggio di nozze. Fu l'occasione per incontri di lavoro, peraltro molto belli, perché trovavamo mazzi di fiori in albergo con auguri affettuosissimi. Ancora oggi ho alcuni clienti che incontrai allora. Questo mi fa davvero molto piacere.

Siete una famiglia di agenti?

Solo io e mia moglie, i nostri due figli hanno intrapreso un'altra carriera, sono ottimi professionisti.

In questi casi un agente a chi lascia tutte le sue conoscenze ed esperienze?

La verità è che se lei non ha dei figli che vogliono seguire l'attività, allora tutto finisce quando l'agente va in pensione o se gli succede qualcosa. Purtroppo è così. Certo, alle nostre ditte lasciamo un numero importante di clienti che chiaramente verranno continuamente forniti e serviti da altri rappresentanti.

Bisognerebbe quindi conservare l'esperienza in un libro?

Sicuramente. Il solo fatto di raccontare delle esperienze può alle volte accendere un barlume, una lucina e far dire: "Ah però, se quello ha fatto così potrei anche io inserirmi, fare, brigare, eccetera". Perché a volte la tecnica ha una sua validità, ma l'esperienza ne ha altrettanta per cui bisogna provare a mescolare le due cose assieme per cercare di avere idee migliori e seguire la soluzione ideale per i propri clienti.

L'abbiamo tenuta al telefono per oltre un'ora. Dopo aver parlato tanto di lavoro vorremmo concludere con un cenno sulle sue vacanze. Cosa sceglie, lei che viaggia così tanto?

La devo interrompere subito, sa? Noi le vacanze le abbiamo fatte quando i figli erano piccoli, perché faceva bene a loro. Ma adesso non le facciamo più, ci piace il lavoro che facciamo e lo interrompiamo solo di rado e per periodi brevi. Quando sarò in pensione mi piacerebbe visitare qualche Paese d'oltreoceano.

Stefano Stravato



Raccontateci la vostra storia all'indirizzo:
redazione@enasarco.it

ENASARCO
MAGAZINE

contratti d'agenzia: attualità, welfare e storie

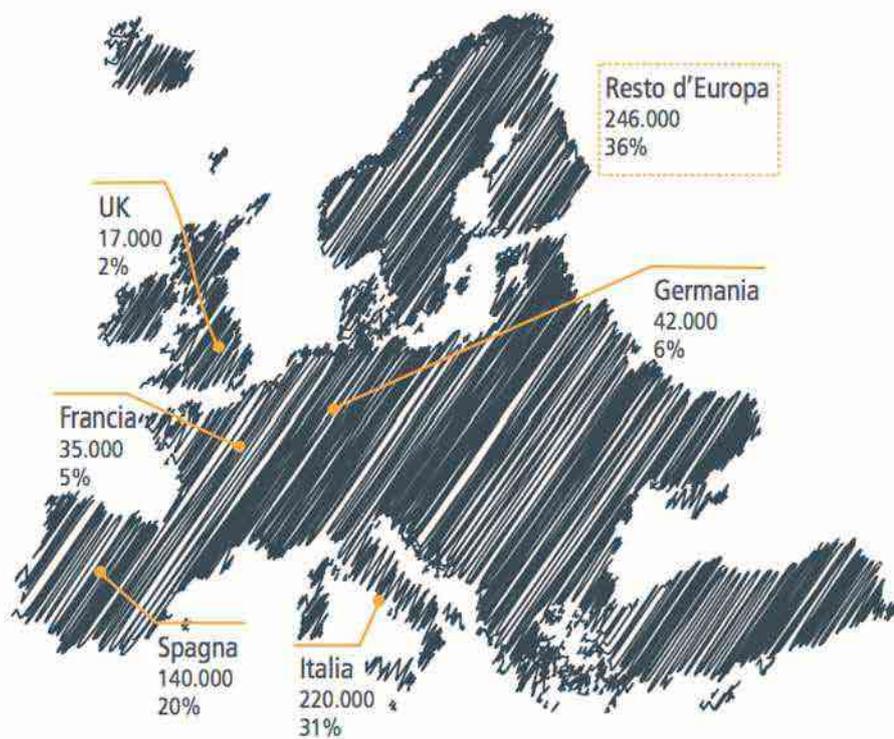
web | iOS | Android

n. 17

gennaio 2015

www.enasarco.it/magazine

Agenti senza frontiere



Quanti sono gli agenti di commercio in Europa? Qual è il Paese che ne ha di più? Perché un'azienda dovrebbe avvalersi di un agente di commercio per espandersi sul mercato europeo? **Una ricerca di Agent321.com** fornisce alcune risposte che aiutano a scoprire le prospettive di una professione pronta ad assumere una dimensione internazionale e a ridisegnare i confini geografici e culturali.

	filiale diretta	distributore esclusivo	agente di commercio
pro	Scelta da valutare quando l'azienda ha già sviluppato un fatturato importante e ha esperienza nel Paese straniero.	Il distributore è un venditore diretto del prodotto, un imprenditore autonomo con una struttura indipendente rispetto al fornitore.	Sulla base di un rapporto fiduciario, non compra né rivende, ma riceve ordini di acquisto e li trasmette all'azienda esportatrice. Trova i soggetti più affidabili per la distribuzione. Dà consulenza sia per la ditta mandante che per i clienti finali.
contro	Una filiale o succursale è un investimento economico impegnativo e rischioso.	L'azienda non esercita alcun controllo sulla distribuzione del prodotto e non può coordinare e indirizzare le attività della vendita. Il distributore può sostituire l'azienda con una sua concorrente.	Un agente di commercio potrebbe non essere l'unico interlocutore esclusivo di un'azienda per quanto riguarda i rapporti commerciali con l'estero, anche se è la figura che comporta meno costi.