

FONDAZIONE Enasarco Magazine⁰⁵

- ▶ **Fine mandato per il CdA
Quattro anni di risultati**
- ▶ **Viaggio a puntate
tra le prestazioni integrative**
- ▶ **Agenti di commercio donne:
una realtà in crescita?**



Quadrimestrale della Fondazione Enasarco

Numero 5 / Luglio 2011

Direzione, redazione, amministrazione
Via Antoniotto Usodimare, 31 - 00154 Roma

Direttore editoriale
Brunetto Boco

Direttore responsabile
Michele Alberti

Coordinamento editoriale
Annalisa Guidotti

Art director
Mario Peliti

Consulenza editoriale
Alessandro Mauro

Progetto grafico
Peliti Associati

Impaginazione
Fulvio Forleo

Hanno collaborato
Simona Buonomano
Simona Corsetti
Francesco D'Elia
Maurizio Gregori
Gianluca Morabito
Alessia Renzi
Barbara Ronchetti

Si ringraziano per i contributi
Ilaria De Santis, Rosa Di Nardo,
Marco Di Vito, Carolina Farina
Giovanni Manca, Gabriele Manu,
Michela Ramani, Andrea Ricci,
Sandro Tibaldeschi

Illustrazioni
Archivio Corbis

Stampa
Mediagraf SpA

Registrazione Tribunale di Roma
n. 3807 del 27.02.1954



Costruiamo, per aiutarvi a costruire

3 EDITORIALE

PRIMO PIANO

4 ▸ Gli anni passano, i risultati restano

6 ▸ Noi, in prima fila nel welfare

10 ▸ Social housing, un palco d'eccezione
per il Progetto Mercurio

SCENARIO

11 ▸ Previdenza complementare: da necessità a virtù

FOCUS

16 ▸ Tutto l'aiuto che c'è

PIANETA AGENTI

18 ▸ Vendere, con le carte in regola

21 ▸ Donna e agente, binomio crescente?

24 ▸ Chi ha business non aspetti tempo

TERZO MILLENNIO

26 ▸ Formidabili quei panni

28 **NOTIZIE**

29 **PIAZZA GRANDE**

31 **TEMPI SUPPLEMENTARI**

Come al solito, questo numero di *Fondazione Enasarco Magazine* parla di agenti di commercio. Ne parla riportando casi concreti, come quello della rete di vendita di una delle più importanti realtà del settore cartario, oppure fotografando il presente della categoria e il ruolo che le donne, per meriti conquistati sul campo (e chi conosce il mestiere sa che non potrebbe essere altrimenti), vanno rivestendo al suo interno. Ne parla anche – *si parva licet* – tentando di raccontare il quotidiano di tutti coloro che ogni giorno vanno 'là fuori' a incontrare i clienti e le loro esigenze e tentando di capire, per esempio, che importanza hanno nella vita di un agente di commercio aspetti solo in apparenza accessori come la puntualità o l'abbigliamento.

Insieme a tutto questo, e con rilievo di primo piano, abbiamo scelto di raccontare l'importante fase che la Fondazione sta attraversando, segnata dalla scadenza naturale di una Consiliatura che ha fatto di questi quattro anni una pietra angolare nella storia recente della Fondazione, innescando un fondamentale processo di modernizzazione che è tuttora in corso e che vede oggi una Cassa in salute, che ha improntato le proprie scelte a trasparenza e sostenibilità e che vuole costituire un punto di riferimento nel panorama previdenziale del nostro Paese.

È perfino ovvio che il traguardo costituito dalla fine della Consiliatura sia un momento di riflessione e in qualche misura di bilancio. Ciò che è importante tenere sempre presente è che quasi ogni traguardo presuppone nuove partenze, e che tirare le somme di quanto fatto fin qui trova il suo senso principale nel prepararsi all'azione futura.

Siamo perciò, di nuovo, al punto di partenza: voi. Perché un'altra cosa vorremmo che fosse chiara: parlare della Fondazione Enasarco, della sua stabilità e delle sue prospettive non è che un altro modo di occuparsi degli agenti di commercio, come sintetizza con efficacia, sempre nel numero che state sfogliando, il primo di una serie di articoli sulle prestazioni integrative che Enasarco mette a disposizione dei suoi iscritti.

La nostra forza si traduce nella sicurezza e nella serenità delle persone a cui forniamo i nostri servizi. Costruiamo, insomma, per aiutarvi a costruire, che è anche il senso dell'immagine che abbiamo scelto per la copertina.

Ciascuno dei contenuti che seguono è un modo diverso, ma ci auguriamo coerente, di testimoniarlo.

Gli anni passano, i risultati restano

AL TIMONE DA QUANDO, QUATTRO ANNI FA, PARTI SOCIALI E MINISTERI VIGILANTI GLI AFFIDARONO LE REDINI DELLA FONDAZIONE, L'ATTUALE CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE STA GIUNGENDO IN QUESTE SETTIMANE ALLA SCADENZA NATURALE DEL SUO MANDATO. ECCO UNA BREVE RICOGNIZIONE SU QUANTO FATTO NEL CORSO DI UNA CONSILIATURA CHE HA INAUGURATO, NEI FATTI, UN'IMPORTANTE STAGIONE DI CAMBIAMENTO



Sono, questi, giorni importanti per Enasarco: in queste settimane scade il mandato del Consiglio di Amministrazione della Fondazione, al quale quattro anni fa le Parti Sociali e i Ministeri vigilanti affidarono il delicato compito di riprendere le redini della Cassa, dopo la gestione commissariale. La fine di questa Consiliatura, in attesa dell'insediamento del nuovo CdA, è l'occasione di tracciare un breve bilancio del lavoro svolto in questi anni, che hanno visto progressivamente realizzarsi un progetto di modernizzazione che ha coinvolto ogni aspetto della vita di Enasarco, dal patrimonio immobiliare agli investimenti finanziari, dall'organizzazione interna alle spese di esercizio, con lo scopo di concentrarsi in misura sempre maggiore sul *core business* previdenziale, garantendo stabilità alla Fondazione e tutelando al meglio il patrimonio degli iscritti. Un percorso, che, seppure forse non ancora compiuto, certo è già iniziato con qualche buon risultato. Chiari e strategici gli obiettivi che sin dall'inizio si erano posti il Consiglio di

Amministrazione e il management della Fondazione: riequilibrio dei conti economici e stabilità a lungo termine; riassetto organizzativo e miglioramento quali-quantitativo dei servizi; riorganizzazione interna volta all'efficienza, all'economicità di gestione e alla valorizzazione del personale attraverso criteri trasparenti di meritocrazia. La stabilità a lungo termine sarà garantita, nonostante gli effetti della generale crisi economico-finanziaria si siano fatti sentire anche all'interno della Fondazione, dal nuovo Regolamento delle attività istituzionali che entrerà in vigore dal 2012 ed è attualmente all'approvazione dei Ministeri vigilanti. La riforma, concepita nell'ottica di un patto generazionale tra vecchi e nuovi iscritti, è finalizzata a garantire anche ai futuri pensionati prestazioni adeguate, assicurando nel contempo la sostenibilità del Bilancio ben oltre i 30 anni previsti dalla legge. I cambiamenti saranno progressivi e gradualmente entrerà totalmente a regime solo dal 2020.

In questi anni grandi passi in avanti so-

no stati fatti nei servizi agli iscritti, in particolare quelli on-line, che hanno contribuito a soddisfare le mutate esigenze degli agenti e delle aziende. Oggi, nelle aree riservate del sito www.enasarco.it, gli iscritti possono effettuare numerose operazioni e adempimenti, ed è possibile scaricare dal web la modulistica relativa a tutte le prestazioni. Il Fondo Indennità di Risoluzione del Rapporto (FIRR), grazie alla procedura on-line, viene ormai liquidato in tempo reale, e si sta lavorando per restringere i tempi di liquidazione di tutte le altre prestazioni, con



l'obiettivo di ridurli al minimo nei prossimi anni. È stata tra l'altro introdotta la nuova Polizza assicurativa per gli agenti, che allarga la già vasta gamma di coperture e rimborsi per venire incontro alle esigenze dell'intera categoria, estendendo la diaria in determinate circostanze. Grande attenzione, inoltre, è stata prestata alle politiche di comunicazione intese come strumento per dimostrare attenzione e cura verso gli iscritti, affinché possano conoscere e partecipare alle scelte aziendali. *Fondazione Enasarco Magazine* è ormai un punto di riferimento per tutti gli agenti e i pensionati che, con le loro osservazioni e i loro contributi, hanno mostrato di apprezzare molto questa rivista. Anche il Contact Center, istituito da qualche anno, ha contribuito a migliorare e fluidificare il rapporto con l'esterno e oggi può essere contattato

tato, oltre che al numero 199.30.30.33, anche gratuitamente tramite Skype. Innovazioni e miglioramenti sostanziali hanno poi interessato anche i processi interni di lavoro, con lo scopo di assicurare maggiore efficienza.

Inoltre, nell'ottica di tutelare al meglio il patrimonio degli iscritti, di fronte a uno scenario economico che presenta ancora incertezze, in questi anni è stato avviato un complessivo rinnovamento degli investimenti. La riqualificazione del portafoglio immobiliare della Fondazione passerà innanzitutto attraverso il Progetto di dismissione dell'intero patrimonio abitativo, entrato ormai nella fase operativa.

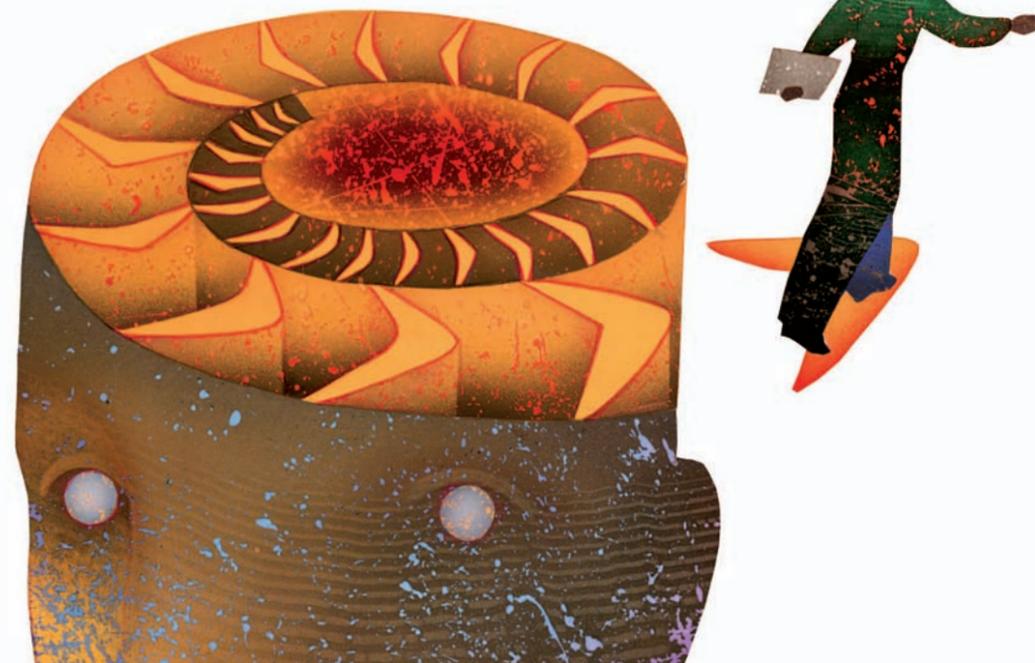
Il Piano è frutto di un Accordo con le Organizzazioni sindacali degli inquilini ed è estremamente innovativo rispetto ad analoghe operazioni effettuate da altri enti previdenziali in passato, grazie alle iniziative messe in campo per tenere insieme tutte le esigenze e gli interessi della molteplicità degli attori coinvolti in una così imponente e delicata iniziativa: la vendita diretta agli affittuari e le molteplici tutele sociali predisposte, il rigore procedurale, con l'individuazione di tutti i partner del progetto tramite gare europee, la trasparenza dell'operazione, grazie anche a una capillare campagna informativa a favore degli inquilini. I primi riscontri sono stati estremamente incoraggianti, con

punte di adesione all'acquisto che in alcuni degli immobili arrivano anche al 100%. Nelle scorse settimane è stata apposta la firma ufficiale sul contratto di compravendita del primo stabile, con una pressoché totale adesione degli affittuari.

Nel prossimo futuro Enasarco non uscirà dal mattone ma proseguirà sulla strada, già intrapresa, di investire in fondi immobiliari e di non effettuare gestione diretta, e procederà con investimenti prudenziali, guardando ai migliori rendimenti.

In quest'ottica è stata anche attuata una generale reimpostazione del comparto Finanza della Fondazione, con l'obiettivo di una professionalizzazione degli investimenti, che tuteli, anche in termini di controlli indipendenti (Enasarco è la prima tra tutte le Casse privatizzate ad aver varato una riorganizzazione che li preveda), gli iscritti all'insegna della prudenza e della trasparenza.

Dialogo e collaborazione, ma soprattutto attenzione, cura, e maggiori garanzie per agenti e aziende: questo, in estrema sintesi, il filo rosso che ha caratterizzato il percorso di rinnovamento di questi anni. Tante ancora le sfide nel futuro di Enasarco, e al futuro, certo, è orientato ogni sforzo, ma sulla base di risultati che fanno parte del presente della Fondazione e sono, senza alcun dubbio, il frutto di una stagione di cambiamento.



In alto, il Presidente della Fondazione Enasarco Brunetto Boco. Nella pagina accanto, il Direttore Generale Carlo Felice Maggi.



Noi, in prima fila nel welfare

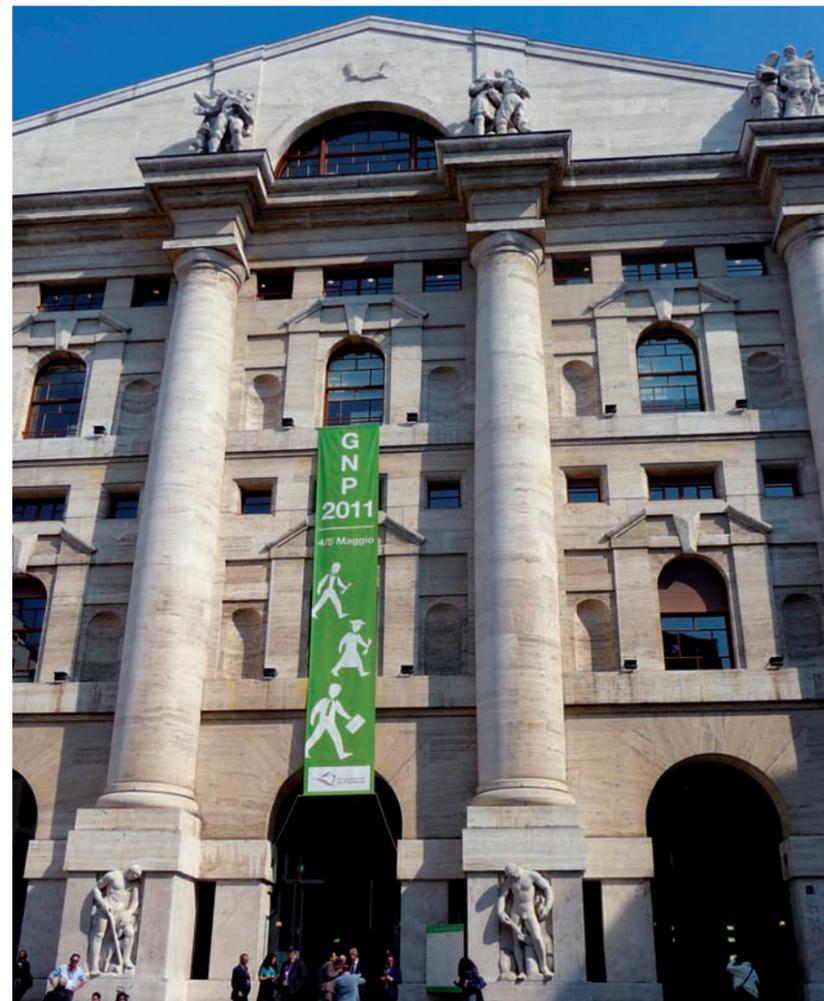
RUOLO DA PROTAGONISTA PER LA FONDAZIONE ALLA GIORNATA NAZIONALE DELLA PREVIDENZA, L'EVENTO TENUTOSI A MILANO CON L'OBIETTIVO DI DIFFONDERE CULTURA PREVIDENZIALE TRA AZIENDE, LAVORATORI E GIOVANI. PER ENASARCO, CHE HA ANCHE ORGANIZZATO UN CONVEGNO, UN'OCCASIONE DI CONDIVIDERE LE NUOVE SFIDE PER IL FUTURO E DI CONFRONTARSI A 360 GRADI CON GLI ISCRITTI E LE PARTI SOCIALI SU IMPORTANTI TEMATICHE DI INTERESSE COMUNE

L'evento è di quelli con la 'e' maiuscola. Tanto che, sebbene sia stata promossa, al singolare, come Giornata Nazionale della Previdenza, di giorni per il suo svolgimento – vista la quantità rilevante di temi da trattare – ce ne sono voluti due, e precisamente il 4 e 5 Maggio scorsi.

Il luogo, di qualche valore simbolico per un appuntamento che con l'economia ha legami evidenti, è Piazza Affari, a Milano, e l'obiettivo dichiarato è quello di diffondere la cultura previdenziale tra aziende e lavoratori, con un occhio particolare ai giovani. A loro, prima che a tutti gli altri, è parso infatti rivolgersi lo slogan *Conoscere per programmare il tuo futuro*, che ha accompagnato, racchiudendone il senso, una manifestazione che nella collaborazione con numerose realtà universitarie ha avuto uno dei suoi punti di forza. Obiettivo raggiunto, dicono i risultati, visti gli oltre 3.000 visitatori cui vanno aggiunte le almeno 10.000 presenze virtuali di coloro che si sono collegati in streaming per seguire on line incon-

tri e workshop. Al centro della due giorni – che ha visto la Fondazione Enasarco tra i protagonisti nonché la presenza di tutti i maggiori Istituti previdenziali del Paese – le tematiche relative alle problematiche e al futuro della previdenza italiana, che sempre più dovrà fare i conti non solo con le esigen-

ze di sostenibilità nel lungo periodo, ma anche con il bisogno di adeguatezza delle prestazioni, tanto che non pochi economisti insistono sull'utilità di rendere obbligatoria la previdenza complementare per tutte le categorie di lavoratori. In questo contesto la Fondazione Enasarco, unica previdenza com-



plementare obbligatoria per legge, può rappresentare un modello per il futuro. La presenza di Enasarco alla kermesse meneghina è stata, in ogni caso, anche 'fisica': la Fondazione si è infatti 'schierata in campo' con un proprio stand, dove numerosi visitatori, in particolare agenti, si sono fermati per chiedere informazioni, accedere ai servizi on line e prelevare i materiali informativi a disposizione del pubblico. Ma la Giornata Nazionale della Previdenza, oltre che 'piazza' da vivere per due giorni, vivace crocevia di persone e informazioni, è stata anche l'occasione per alcuni momenti di approfondimento, che di nuovo hanno visto Enasarco svolgere un ruolo di primo piano: nella Sala Blu della Borsa di Milano si è tenuto infat-

ti il convegno organizzato dalla Fondazione, intitolato *Costruiamo domani a partire da oggi*, che ha offerto l'opportunità di analizzare in dettaglio il contesto della previdenza in Italia, ma anche per presentare alle Parti Sociali, che rappresentano agenti e ditte mandanti, le novità che saranno introdotte dal nuovo Regolamento delle attività istituzionali a partire dal 2012.

In platea i quadri sindacali delle sigle rappresentate in Enasarco, oltre ai componenti del Consiglio di Amministrazione e gran parte del management della Fondazione.

Il Presidente Brunetto Boco ha aperto l'incontro, cogliendo l'occasione per tracciare un bilancio della Consiliatura giunta alla sua scadenza naturale.

“Non crediamo – ha affermato Boco – a un rinnovamento di immagine senza sostanza, e quindi abbiamo lavorato su cose concrete”. Il Presidente ha ripercorso i traguardi di questi anni, soffermandosi in particolare sul progetto di dismissione del patrimonio immobiliare, sulla riorganizzazione interna e sulla riforma del Regolamento delle attività istituzionali: “Sostenibilità nel lungo termine – ha poi spiegato – significa dare maggiori garanzie agli agenti. Ebbene, con l'approvazione del nuovo Regolamento abbiamo deciso di fare una riforma vera, piuttosto che, per dirla in parole povere, 'mettere la polvere sotto il tappeto'. Sono stati aumentati i contributi ma anche migliorate le prestazioni, a tutela soprattutto dei giova-

Noi, in prima fila nel welfare

ni. Abbiamo cercato di rafforzare il patto tra le generazioni. A oggi il Bilancio tecnico proietta la sostenibilità a 50 anni. Crediamo di avere svolto un buon lavoro, facendo cose che hanno trasformato, e in meglio, la Fondazione. Se abbiamo commesso errori, certo sono stati solo errori in buona fede".

È poi intervenuto il professor Alberto Brambilla, Presidente del Nucleo di Valutazione della Spesa Previdenziale presso il Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali, coordinatore di Itinerari Previdenziali, e tra gli organizzatori della manifestazione: "Questa due giorni - ha affermato - vuole far capire che il sistema pensionistico esiste e che non è fatto solo dallo Stato, che ormai da solo non ce la fa". Il professore ha poi sottolineato i nodi del passaggio dal sistema retributivo a quello contributivo e l'importanza della transizione demografica degli ultimi decenni. "Il sistema contributivo - ha spiegato



Brambilla - ha introdotto una diretta corrispondenza tra i contributi versati e le prestazioni.

Il messaggio è chiaro: non si sono ridotte le pensioni, ma ciascuno riceverà ciò che ha realmente versato negli anni di lavoro. Intendiamo da un lato far capire che non stiamo portando via nulla ai lavoratori, dall'altro puntiamo a far partecipare di più i giovani, a fare in modo che fin dall'inizio della loro carriera capiscano l'importanza del welfare e abbiano atteggiamenti virtuosi". A seguire, è intervenuto il professor Sergio Corbello, presidente di Assoprevidenza: "Questa Consiliatura ha segnato un punto importante: assicurare un futuro alla Fondazione" ha affermato, spiegando di aver avuto modo in più occasioni di "apprezzare la qualità professionale degli uffici Enasarco".

Il suo intervento si è poi arricchito di un approfondito excursus storico sulla previdenza, a partire da un passato lontano in cui "per secoli l'idea dominante è stata quella di affidare la sopravvivenza di anziani e invalidi alla carità pubblica".

Corbello ha ricordato che fu il cancelliere Bismarck a introdurre per primo l'idea di un welfare statale, un sistema che, in Europa, ha più o meno funzionato fino alla Seconda Guerra Mondiale. La feroce crisi economica seguita al conflitto determinò i primi scricchiolii dei sistemi di welfare e rese quindi necessaria la loro ridefinizione che, di fatto, è continuata fino ai giorni nostri. "Attualmente i cambiamenti demografici, con il progressivo invecchiamento della popolazione e la denatalità, hanno fatto sì - ha concluso Corbello - che i sistemi di welfare pubblico non reggano più da soli. Oggi è necessario garantire sia la sostenibilità sia l'adeguatezza delle prestazioni.

A questi problemi la previdenza complementare ha dato delle risposte. Ma



già si affacciano altre questioni per il futuro, come la tutela degli ultra-anziani, la cosiddetta *long-term care*: un territorio ancora tutto da esplorare". Secondo il professore l'esperienza della previdenza complementare nel nostro Paese è ancora modesta: "I giovani sono ancora lontani - ha spiegato - e il loro livello retributivo è basso. Bi-

sogna far capire che la previdenza vera si fa solo con contributi elevati, non al di sotto delle due cifre. La cosa importante è mettere in sicurezza il sistema, come ha fatto Enasarco. È inoltre necessario trovare le modalità per rendere obbligatoria anche per altre categorie la previdenza complementare".

È stata poi la volta del Direttore dell'Area Istituzionale della Fondazione Carlo Bravi, che è intervenuto con una breve presentazione della riforma del Regolamento delle attività istituzionali, in vigore a partire dal 2012. "Misure - ha detto Bravi - che servono a garantire la sostenibilità del sistema, ma anche ad assicurare trattamenti previdenziali più elevati; incremento dei contributi infatti significa incremento delle prestazioni. I cambiamenti saranno progressivi e gradualmente, e l'insieme entrerà a regime solo dal 2020".

A chiudere il convegno l'intervento del Direttore Generale Carlo Felice Maggi che, dopo aver ribadito come Enasarco rappresenti oggi un modello, in

quanto unico esempio di previdenza complementare obbligatoria per legge, ha tracciato il quadro degli obiettivi futuri: "Le nostre sfide consisteranno nel dedicare sempre più energie alle prestazioni istituzionali, e nel lavorare sugli investimenti finanziari per impiegare al meglio i soldi che arriveranno dalle dismissioni".

"Inoltre - ha aggiunto Maggi - vanno studiati modelli organizzativi per fare sì che si diventi e ci si concretizzi come un prestigioso investitore istituzionale. Ma un'altra sfida sarà dare un nuovo impulso alla cura degli iscritti, migliorando le prestazioni e la capacità di rispondere alle loro esigenze, con la garanzia di tempi certi. Sono già stati fatti enormi passi in avanti: basti pensare che oggi il FIRR è pagato in tempo reale.

Obiettivo futuro è portare anche altre prestazioni a quel livello di efficienza. Abbiamo costruito in questi ultimi anni le fondamenta; ora, con lo stesso entusiasmo, dobbiamo edificare i piani".



Social housing, un palco d'eccezione per il Progetto Mercurio

ENASARCO TRA I PROTAGONISTI DI EXPO ITALIA REAL ESTATE, IL SALONE MILANESE DEDICATO AL MONDO IMMOBILIARE, DOVE HA POTUTO ILLUSTRARE A UNA PLATEA DI PROFESSIONISTI IL PIANO DI DISMISSIONE DEL PROPRIO PATRIMONIO ABITATIVO, CHE RIDEFINISCE LE POLITICHE DELLA FONDAZIONE IN MATERIA DI HOUSING SOCIALE

Un palcoscenico internazionale quello di Expo Italia Real Estate (EIRE), salone dedicato al settore immobiliare che si è svolto a Milano lo scorso Giugno presso il polo fieristico di Rho: oltre cinquecento le imprese e istituzioni presenti e 14.000 gli operatori coinvolti, provenienti da 50 Paesi diversi. Enasarco non poteva mancare l'appuntamento, tanto più perché EIRE ha ospitato la seconda edizione della Social Housing Exhibition, il più grande salone europeo dedicato all'housing sociale, un'occasione per illustrare a una platea di professionisti del settore il Progetto di dismissione dell'intero patrimonio immobiliare.

Oltre a essere presente con un proprio



stand, dove è stato distribuito materiale informativo sul Progetto Mercurio, Enasarco ha partecipato da protagonista a due importanti eventi. Il Direttore Generale Carlo Felice Maggi è intervenuto alla tavola rotonda intitolata *Nel mezzo del cammin...: il social housing, a che punto siamo?*, uno degli eventi chiave di questa edizione. L'incontro, a cui hanno preso parte rappresentanti del mondo istituzionale, delle associazioni, degli investitori e dei costruttori, ha analizzato il tema dell'housing sociale in relazione al mutato contesto socio economico, all'evoluzione dei mercati finanziari, ma anche in rapporto alle politiche fiscali e alle tematiche ambientali.

Il Direttore Maggi ha illustrato il percorso che ha condotto Enasarco alla scelta di dismettere il patrimonio, spiegando come la Fondazione, nata per occuparsi di previdenza e assistenza degli agenti, abbia svolto nel corso degli anni un importante ruolo di supporto alle politiche sociali della casa, un ruolo però in parte forzoso e comunque mai riportato a un sistema organizzato: "Per 50 anni - ha spiegato Maggi - abbiamo fatto social housing in modo improprio. Come ente di previdenza sociale incassiamo i contributi, paghiamo le pensioni e gestiamo i FIRR, ma siamo anche un investitore col compito di tutelare al meglio il patrimonio degli iscritti". Maggi ha spiegato che il grande spartiacque per Enasarco è stata la trasformazione da Ente pubblico a Fondazione di diritto privato in grado di proiettarsi sul mercato in modo autonomo, e ha sottolineato come il Progetto Mercurio voglia indicare un mo-

do nuovo di contribuire alle politiche sociali sulla casa: "Vendendo tutti i nostri appartamenti in modo orientato completamente all'inquilino e attraverso il dialogo con i rappresentanti delle parti sociali, così stiamo facendo il nostro social housing", ha concluso il Direttore Generale.

Gli aspetti tecnici del Piano di dismissioni sono stati invece oggetto di una approfondita presentazione organizzata dalla Fondazione e dedicata interamente al Progetto Mercurio. L'architetto Sandro Tibaldeschi, responsabile del Servizio Dismissioni, ha illustrato genesi, caratteristiche e peculiarità del Piano, con tutti i dettagli relativi alle modalità di vendita e alle tutele per gli inquilini, partendo dal lungo lavoro preparatorio che ha preceduto l'avvio dell'operazione, fino a giungere ai primissimi risultati delle vendite, con adesioni degli inquilini in media superiori al 90% negli stabili dove sono già state inviate le lettere per esercitare il diritto di prelazione all'acquisto dell'appartamento.

Un cenno infine è stato fatto al futuro: Enasarco privilegerà investimenti in Fondi immobiliari che non prevedano la gestione diretta, ma non accantonerà il suo ruolo sociale, supportando progetti che, pur garantendo la giusta redditività, favoriscano le fasce sociali deboli con particolare attenzione alla categoria degli iscritti, come quello del Fondo Abitare - cui la Fondazione ha già aderito - istituito presso la Cassa depositi e prestiti con lo scopo di incrementare gli alloggi destinati a chi è in difficoltà economiche e ai giovani professionisti.

Previdenza complementare: da necessità a virtù

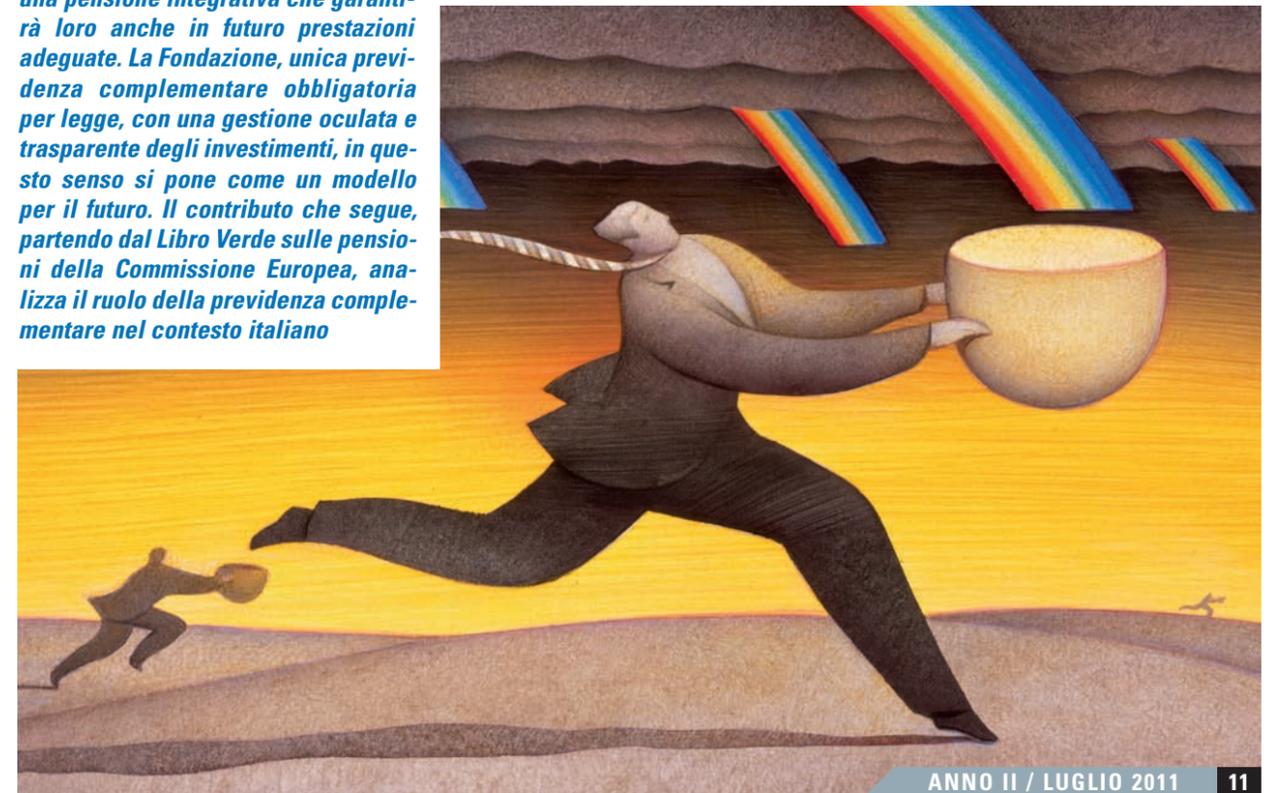
GARANTIRE PENSIONI ADEGUATE AI LAVORATORI È OGGI UNA SFIDA DI PRIMO PIANO PER MOLTI PAESI EUROPEI. L'UE, CHE NEL 2010 HA PUBBLICATO UN LIBRO VERDE SUL TEMA, STA LAVORANDO ALL'INDIVIDUAZIONE DI PROPOSTE PER DARE VITA A UN'AZIONE STRATEGICA COMUNE. ECCO UN'ANALISI DELLA SITUAZIONE ITALIANA

Gli attuali scenari economici e l'evoluzione del mercato del lavoro rendono sempre più evidente la necessità di diffondere il ricorso alla previdenza complementare, tanto che alcuni economisti sostengono l'opportunità di renderla obbligatoria per tutte le categorie di lavoratori. Gli agenti di commercio, come indicato dalle tabelle nella pagina seguente, hanno già a disposizione, grazie a Enasarco, una pensione integrativa che garantirà loro anche in futuro prestazioni adeguate. La Fondazione, unica previdenza complementare obbligatoria per legge, con una gestione oculata e trasparente degli investimenti, in questo senso si pone come un modello per il futuro. Il contributo che segue, partendo dal Libro Verde sulle pensioni della Commissione Europea, analizza il ruolo della previdenza complementare nel contesto italiano

La possibilità di assicurare a tutti i lavoratori appartenenti all'Unione Europea un reddito adeguato anche dopo il pensionamento costituisce, da anni, una delle sfide più importanti per i Paesi del Vecchio Continente. Proprio per questo motivo la Commissione Europea ha avviato sin dal Luglio del 2010 una nuova riflessione sui sistemi pensionistici degli Stati membri attraverso un *Green Paper*, o Libro Verde, dal titolo *Verso sistemi pensionistici adeguati, sostenibili e sicuri in Europa*. La Commissione, una volta raccolte tutte le proposte dei Paesi dell'Unione, proseguirà il suo programma strategico con la predisposizione di un Libro Bianco (atteso in questi mesi), vagliato dal Consiglio dell'Unione, dal Parlamento europeo e dalle parti sociali, con il fine di pianificare un'azione strategica comune a livello europeo.

Il Libro Verde sulle pensioni si colloca in un contesto particolarmente delicato perché aggravato dalla recente crisi finanziaria ed economica che ha acuito gli effetti del progressivo invecchiamento della popolazione, mettendo in luce le debolezze strutturali e l'interdipendenza tra i sistemi pensionistici e fattori quali l'aumento della disoccupazione e della flessibilità nei rapporti di lavoro, il rallentamento della crescita, l'espansione del debito pubblico e la volatilità dei mercati finanziari. Tutti questi elementi incidono sia sulla sostenibilità delle future pensioni che sull'adeguatezza delle stesse, con effetti diretti sull'accantonamento delle prestazioni pensionistiche dei lavoratori (soprattutto di quelli giovani e di chi deve ancora iniziare a lavorare).

Il problema dell'adeguatezza delle prestazioni nel contesto italiano comporta



Previdenza complementare: da necessità a virtù

anche una riflessione particolare in merito all'aumento dei rapporti di lavoro discontinui, iniziato con gli anni Novanta, a cui si accompagna la progressiva entrata a regime del sistema pensionistico introdotto dalla legge n. 335/1995 (riforma Dini) basato sul metodo contributivo. L'applicazione di tale sistema di calcolo ai lavoratori atipici e precari incide negativamente sulla possibilità di raggiungere in futuro una pensione in grado di garantire mezzi adeguati. Anche l'ultimo rappor-

to OCSE - *Pensions at a glance 2011* - ha confermato la preoccupazione che le attuali caratteristiche del mercato del lavoro, dove sempre più si assiste all'emergere di forme di precarietà, abbiano il potenziale di ridurre i trattamenti pensionistici futuri. A questo proposito è significativo che all'interno dell'indagine europea la Commissione dedichi ben nove domande su quattordici al rafforzamento del ruolo della previdenza complementare. Questa attenzione dimostra come

essa costituisca un elemento sistemico essenziale per mantenere prestazioni adeguate in un arco temporale in cui è prevedibile anche un ridimensionamento dei trattamenti offerti dal primo pilastro (previdenza obbligatoria), quale effetto stesso delle misure indirizzate alla sostenibilità finanziaria del sistema previdenziale. In Italia, nonostante i reiterati interventi legislativi, la diffusione della previdenza complementare è stata finora limitata e contenuta. Nella relazione an-

La Fondazione Enasarco, da più di 70 anni, provvede alla previdenza integrativa e all'assistenza degli agenti e dei rappresentanti di commercio. Sono oltre 250.000 gli agenti iscritti nel 2010 e 100.000 le ditte mandanti. Le tabelle riportano le cifre delle prestazioni erogate lo scorso anno: più di 112.000 pensioni e oltre 12.000 prestazioni assistenziali.

PENSIONI DI VECCHIAIA, INVALIDITÀ E SUPERSTITI

	Prestazioni al 31.12.2010			Variazione % 2009-2010			Variazione % 2004-2010		
	numero beneficiari	pensione media	spesa totale in mln	numero beneficiari	pensione media	spesa totale in mln	numero beneficiari	pensione media	spesa totale in mln
vecchiaia	69.139	€ 8.428	€ 583	-0,1%	0,7%	0,7%	-1,2%	10,7%	9,4%
invalidità/inabilità	5.146	€ 4.571	€ 23	1,3%	2,1%	4,3%	4,5%	25,5%	33,3%
superstiti	38.584	€ 4.822	€ 186	3,2%	0,3%	3,3%	13,7%	7,9%	22,4%
TOTALE	112.869	€ 7.019	€ 792	1,1%	0,3%	1,3%	3,7%	8,8%	12,8%

PRESTAZIONI ASSISTENZIALI

TIPOLOGIA DI PRESTAZIONE	Prestazioni integrative al 31.12.2010			Variazione % 2009-2010		
	numero beneficiari	costo medio	spesa in migliaia di euro	numero beneficiari	costo medio	spesa
borse di studio e assegni	1.661	€ 410,28	€ 681,48	-3,54%	4,61%	0,90%
erogazioni straordinarie	305	€ 776,39	€ 236,80	-18,67%	-61,77%	-68,91%
assegni funerari	2.324	€ 1.606,04	€ 3.732,43	2,24%	4,32%	6,66%
spese per soggiorni termali	5.218	€ 657,52	€ 3.430,96	-1,92%	0,79%	-1,14%
indennità di maternità	2.981	€ 498,52	€ 1.486,10	-14,19%	1,25%	-13,12%
assegni concorso spese pensioni e case di riposo	48	€ 2.427,17	€ 116,50	6,67%	-0,73%	5,89%
spese per colonie estive	128	€ 577,05	€ 73,86	9,40%	1,53%	11,07%
TOTALE	12.665	€ 770,48	€ 9.758,13	-4,96%	-0,59%	-5,52%



sità di acquisire piena consapevolezza di una eventuale esigenza di integrazione pensionistica. Da ciò consegue il bisogno di ricorrere a strumenti finanziari con finalità previdenziali che richiedono valutazioni ponderate sul quando, quanto e come investire.

Questo tipo di informazione appare ancora più importante se si considera che i lavoratori italiani dimostrano di avere ancora un'insufficiente percezione degli effetti delle

recenti riforme e di quelle degli anni Novanta sulle pensioni del primo pilastro. Permane cioè, nella maggior parte delle persone che lavorano, la convinzione che un certo livello di reddito previdenziale sarà in ogni caso garantito dallo Stato e, in questo contesto, soprattutto i più giovani non avvertono ancora la necessità di valutare piani di integrazione della pensione pubblica.

Un miglioramento della 'cultura della previdenza' può venire dall'inserimento di queste tematiche nei programmi scolastici di ogni livello. Ma un contributo decisivo può essere fornito dagli Enti di previdenza pubblici e privati, con un miglioramento delle comunicazioni periodiche in cui sono rendicontati l'entità degli accantonamenti effettuati dai lavoratori, il conseguente accumulo di risparmio previdenziale e le proiezioni sull'entità delle future prestazioni ottenibili con diverse ipotesi di scenari economici e di carriera contributiva.

Un altro spazio di intervento verso una maggiore trasparenza sui prodotti pensionistici potrebbe essere il rafforzamento delle prescrizioni minime di in-

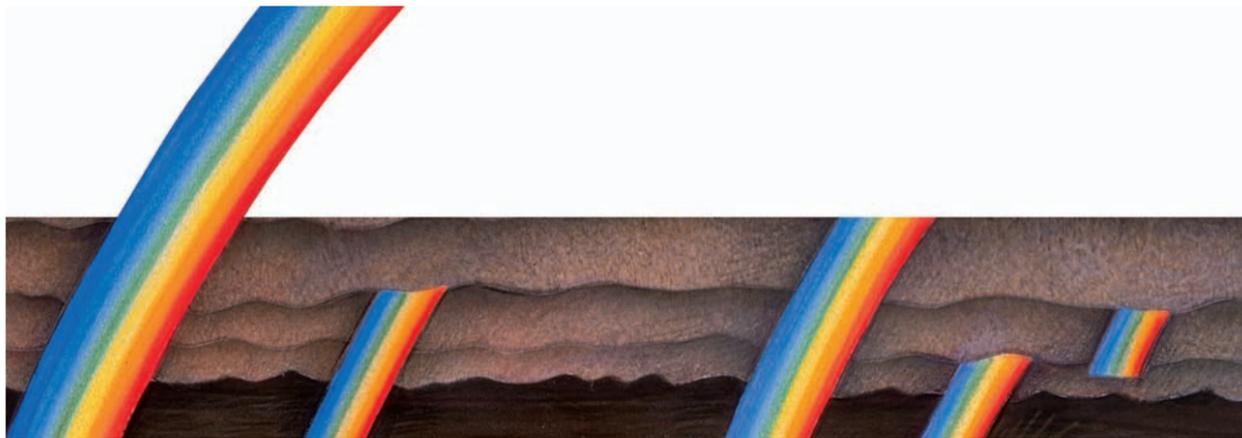
proposito, alcuni strumenti, in parte richiamati anche nelle domande del Libro Verde, potrebbero avere un ruolo non trascurabile di stimolo sia a livello italiano che europeo.

Cultura previdenziale e trasparenza

Il primo passo, per dare impulso allo sviluppo di forme di previdenza complementare, potrebbe essere la diffusione di una cultura previdenziale attraverso campagne informative e una maggiore trasparenza sui prodotti pensionistici a cui i lavoratori destinano parte degli accantonamenti contributivi. Campagne informative di carattere istituzionale per l'alfabetizzazione previdenziale e finanziaria, in cui venga dato un adeguato spazio alla previdenza obbligatoria e integrativa nel nostro paese, potrebbero certamente risultare utili. È, peraltro, importante tenere presente che la struttura del sistema pensionistico italiano è basata su due pilastri che richiedono sempre più l'assunzione di una responsabilità diretta da parte del risparmiatore: la progressiva riduzione della copertura assicurata dal sistema obbligatorio determina, infatti, la neces-

nale 2010, presentata gli ultimi giorni di Maggio 2011, la Covip ha confermato che a fine Dicembre 2010 gli iscritti a forme pensionistiche complementari ammontavano a poco più di 5,3 milioni, con un incremento rispetto al 2009, su base annua e al netto delle uscite, del 4,3%. Tra i lavoratori autonomi (incluso in tale definizione anche i liberi professionisti e i non occupati) solo 1,3 milioni risultano iscritti alla previdenza complementare. Alla luce del contesto socio economico attuale, caratterizzato da una crescita rallentata con salari mediamente bassi, cui si accompagnano una ripresa della disoccupazione e un aumentato numero di rapporti lavorativi discontinui, sorge l'interrogativo se sia possibile effettivamente dare maggiore impulso allo sviluppo e alla diffusione della previdenza complementare. A tale

Previdenza complementare: da necessità a virtù



formazione anche a livello europeo. Infatti, anche se nel panorama comunitario l'Italia è notevolmente avanti in materia di informazione (soprattutto con riferimento ai piani pensionistici complementari), con un' enfasi particolare sulla comparabilità e la standardizzazione dei prodotti pensionistici, è senz'altro auspicabile anche nel nostro Paese una comunicazione più chiara e trasparente di quella oggi garantita.

Revisione della Direttiva IORP per armonizzare i diritti pensionistici a livello europeo

A livello europeo un primo importante spazio di intervento potrebbe essere quello di una rivisitazione complessiva della Direttiva IORP, il provvedimento comunitario di maggiore peso adottato per armonizzare le regole dei Fondi di previdenza complementare e assicurare un coordinamento della portabilità dei diritti pensionistici, per evitare che questi ultimi siano ridotti nel caso di trasferimenti dei lavoratori da un Paese all'altro.

In attesa di una iniziativa europea di riordino della materia, al fine di rendere effettivamente omogeneo il quadro di riferimento per l'operatività dei Fondi pensione, potrebbero essere adottate alcune soluzioni intermedie, quali ad esempio l'elaborazione di linee

guida chiare ed esaustive da parte della Commissione Europea per uniformare gli standard minimi di tutela, oppure la costituzione di una regolamentazione per garantire diritti pensionistici omogenei all'interno dei sistemi privati integrativi. Tale regolamentazione, interamente costituita da norme comunitarie, opererebbe in parallelo alle normative nazionali e sarebbe, quindi, facoltativa per i datori di lavoro e i lavoratori. Scegliendo questo regime i lavoratori sarebbero soggetti in tutta Europa alle stesse disposizioni per quanto riguarda le prestazioni previdenziali aggiuntive.

Per quanto riguarda l'Italia, sarebbe importante che gli spazi d'intervento della Direttiva fossero ampliati anche a tipologie come i Piani individuali pensionistici (PIP), i Fondi aperti ad adesione individuale e le forme pensionistiche a rendimento garantito, tenendo in considerazione che il modello italiano adotta una disciplina il più possibile uniforme rispetto alle diverse tipologie di piani pensioni in essere, al fine di favorirne la comparabilità e consentire lo sviluppo di un mercato più ampio e competitivo dei servizi previdenziali.

Individuazione di strumenti che sappiano coniugare le aspettative di crescita e di redditività con il conteni-

mento dei rischi

Il tendenziale passaggio dai regimi a prestazioni definite a quelli con contribuzione definita a livello europeo pone a carico degli affiliati, che spesso non hanno le capacità adeguate di monitoraggio e di gestione, i rischi di investimento, d'inflazione e di longevità.

Un sistema di tutela efficace non può prescindere, dunque, dall'individuazione di strumenti che sappiano coniugare le aspettative di crescita e di redditività con un contenimento dei rischi, tenendo presente la necessità di distinguere tra investimenti finanziari e risparmio di natura previdenziale, che risponde a un bisogno sociale, prima ancora che a obiettivi di natura strettamente finanziaria.

In questo senso, la ricerca di adeguate modalità per mitigare tali rischi potrebbe senz'altro giovare, a livello europeo, di 'codici' di buone pratiche condivise, in relazione alle opzioni di investimento da offrire agli iscritti, come pure al controllo e alla gestione dei rischi di investimento. Al riguardo, tra gli strumenti che potrebbero aiutare a conseguire buoni risultati nel rapporto tra rendimento e rischi, sembra esservi una preferenza in favore dell'adozione da parte dei fondi di schemi di tipo *life-cycle*, che consentano agli iscritti di usufruire di una riallocazione automatica della loro posizione

previdenziale, col passaggio da investimenti azionari a impieghi più prudenti all'avvicinarsi del pensionamento. L'ipotesi è che tali schemi possano anche essere adottati come soluzione di *default*, in modo tale da fungere da punto di riferimento per gli iscritti, ferma restando peraltro la possibilità per gli stessi di compiere scelte diverse.

Il possibile miglioramento della governance dei fondi pensione

Un processo di regolamentazione degli strumenti di investimento dovrebbe essere completato da un consolidamento della fiducia nel mercato da parte degli assicurati, che potrebbe essere realizzato anche grazie a una complessiva revisione delle regole di *governance* delle gestioni finanziarie. Infatti adeguati meccanismi di *governance* producono effetti positivi sulla gestione dei risparmi previdenziali e in particolare sulle strategie di investimento, temperando le esigenze di rendimento con la minimizzazione dei profili di rischio per i beneficiari.

In merito, alcuni miglioramenti potrebbero essere realizzati negli assetti organizzativi dei fondi pensione italiani con particolare attenzione alla composizione dei *trade-off* tra professionalità e rappresentanza negli organi di amministrazione e controllo, alla mancanza di una chiara definizione dei compiti e delle responsabilità attribuiti agli stessi, e all'insufficienza di appropriati meccanismi per la gestione dei conflitti d'interesse.

Alessia Renzi

Direzione Generale per le Politiche Previdenziali – Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali

Enasarco rinnova le attività finanziarie

Ecco come la Fondazione sta riorganizzando il settore Finanza per tutelare al meglio il patrimonio degli iscritti

Negli ultimi anni, lo tsunami finanziario e l'estrema volatilità e instabilità dei mercati hanno avuto conseguenze sugli investimenti delle Casse privatizzate, sollevando anche qualche polemica e sfiducia tra gli iscritti. La Fondazione Enasarco, grazie a una oculata gestione finanziaria, non ha subito perdite patrimoniali ed è riuscita a ottenere risultati positivi, tutelando i risparmi degli agenti. Nel 2010 la gestione finanziaria evidenzia un saldo ordinario positivo di 35 milioni di euro (25 milioni nel 2009), e il portafoglio ha fatto registrare un rendimento netto complessivo del 4,2%, nonostante i tassi si siano mantenuti nel corso dell'anno ancora bassi.

Il criterio di conciliare la tutela del patrimonio degli iscritti con la massima redditività, sempre all'insegna della trasparenza, guiderà anche la gestione finanziaria futura.

Per questa ragione Enasarco, che da sempre ritiene prioritarie le garanzie di stabilità e sostenibilità a lungo termine, dopo essere stata la prima Cassa privatizzata a dotarsi di un controllo interno indipendente, ha varato un piano per il riassetto strategico della Finanza, con il duplice obiettivo di migliorare la qualità della *governance* dei processi di investimento e di rendere più efficiente l'organizzazione.

La prima, sostanziale, innovazione è l'introduzione dell'*asset liability management*, un piano di gestione degli attivi finanziari, integrato con i vincoli posti dalle passività della Cassa. Con il supporto di proiezioni statistiche, vengono infatti definiti precisi 'binari' di gestione dell'attivo finanziario, che tengano conto del debito e degli impegni futuri della Fondazione in termini di prestazioni e obblighi verso gli iscritti. La seconda, decisiva novità è la costituzione di una funzione di *risk management*, interna ma indipendente, volta a verificare il rispetto dei vincoli e dei profili di rischio-rendimento stabiliti dal Consiglio di Amministrazione, sia prima di effettuare i singoli investimenti sia in fase di monitoraggio degli stessi. Inoltre, è stato avviato un programma di *Fiduciary management*, mutuato dalle esperienze dei Fondi pensione nord-europei, che permetterà di gestire e supervisionare tutte le fasi del processo di investimento. Il *Fiduciary manager* selezionato è Polaris SGR, che affiancherà la Fondazione in tutte le fasi, in un contesto di condivisione di responsabilità.

Infine, a tutto questo si affiancherà il processo, già avviato, di riqualificazione dell'intero portafoglio, mobiliare e immobiliare. La Fondazione sta inoltre partendo con un'operazione finalizzata a ridurre il peso dei titoli strutturati sul patrimonio complessivo e procederà nel prossimo futuro con investimenti prudenti, guardando ai migliori rendimenti, ma non abbandonerà il mercato immobiliare, proseguendo per la strada, già intrapresa, di investire in fondi e di non effettuare gestione diretta.

Tutto l'aiuto che c'è

ESSERE ISCRITTI A ENASARCO NON SIGNIFICA SOLTANTO POTER GODERE DI UNA PENSIONE INTEGRATIVA DOPO IL LAVORO. INIZIA QUI – A PARTIRE DA NASCITE E TERZA ETÀ – UN VIAGGIO A PUNTATE TRA LE PRESTAZIONI INTEGRATIVE CHE LA FONDAZIONE METTE A DISPOSIZIONE DEGLI AGENTI DI COMMERCIO

Gli iscritti alla Fondazione, oltre a poter disporre di una pensione integrativa grazie al Fondo Previdenza, possono ogni anno, in presenza di determinati requisiti, usufruire di una vasta gamma di prestazioni integrative. Tanto i pensionati quanto gli agenti attivi che operano come persone fisiche hanno infatti a disposizione presso Enasarco anche un Fondo Assistenza, alimentato dai contributi versati dalle ditte mandanti che si avvalgono di agenti operanti in forma di Società di capitali. Alcune delle prestazioni assistenziali, come i soggiorni climatici e termali a condizioni agevolate, sono ben conosciute e molto popolari tra gli iscritti, altre invece sono forse meno note ma altrettanto importanti, in quanto destinate a venire incontro alle necessità che si presentano in particolari e delicate fasi della vita (come il contributo maternità, il soggiorno in case di riposo, l'assegno per l'assistenza in casi di inabilità permanente), o che riguardano i figli (soggiorni estivi per bambini, borse di studio e premi tesi di laurea) o ancora che si manifestano in particolari situazioni di bisogno (erogazioni straordinarie). Iniziamo qui un breve viaggio a puntate per

esaminare di volta in volta alcune di queste prestazioni, ricordando che tutti i dettagli e la normativa di riferimento sono consultabili nell'apposito Regolamento (Programma dei criteri e delle procedure relativi alle prestazioni integrative di previdenza anno 2011) disponibile sul sito della Fondazione.

Assegni di nascita e adozione

La nascita di un figlio è un momento certamente felice nella vita di chiunque, ma anche un onere economico agiuntivo per una famiglia. E questo vale, ovviamente, anche per i genitori che fanno una scelta diversa ma altrettanto coraggiosa, come l'adozione.

Per andare incontro alle accresciute necessità di spesa dei neo-genitori la Fondazione mette a disposizione dei propri iscritti un contributo per ogni figlio nato o adottato. L'importo ammonta a 420 euro per il primo figlio, a 550 per il secondo e a 700 per il terzo e per ogni figlio ulteriore.

Per accedere alla prestazione occorre essere un agente in attività con un conto previdenziale incrementato esclusivamente da contributi obbligatori che, al 31 Dicembre 2009, presentino un saldo attivo non inferiore a 1.750 euro e un'anzianità contributiva di almeno due anni consecutivi, oppure, in alternativa, essere titolare di una pensione diretta Enasarco. Nel caso in cui entrambi i genitori siano iscritti alla



Fondazione, verrà erogata una sola prestazione.

DOMANDA

La domanda può essere scaricata dal sito www.enasarco.it o ritirata presso gli uffici della Fondazione e va corredata di una autocertificazione da cui risulti la composizione del nucleo familiare. È importante segnalare che la richiesta deve essere inoltrata entro un anno dall'evento. La documentazione va inviata tramite raccomandata con ricevuta di ritorno a: Fondazione Enasarco – Servizio prestazioni/PI – Via A. Usodimare, 31 – 00154 Roma. La somma verrà messa a disposizione presso Banca Nazionale del Lavoro: l'iscritto verrà avvisato tramite una lettera inviata dalla Fondazione presso l'indirizzo di domicilio, e potrà recarsi presso qualsiasi sportello Banca Nazionale del Lavoro per riscuotere l'importo.

QUANTO SPETTA

REQUISITI

Il nuovo contributo maternità

Da quest'anno, con il preciso obiettivo di assistere l'agente donna che si trovi ad affrontare una diminuzione di reddito e un incremento degli oneri derivanti dalla gravidanza, è stata introdotta un'ulteriore prestazione, il 'contributo maternità'.

Anche in questo caso il diritto alla prestazione decade se la richiesta non viene effettuata entro un anno dall'evento. Requisiti e modalità per presentare la domanda sono gli stessi previsti per l'assegno di nascita o adozione, con la differenza che il primo può essere richiesto sia dagli uomini che dalle donne, mentre il contributo maternità è destinato solo alle agenti neomamme, in aggiunta al normale assegno nascita.

L'importo erogato dalla Fondazione ammonta a 1.000 euro per il primo figlio, 1.250 per il secondo e 1.500 per il terzo e per ogni figlio ulteriore.

Assegni ai pensionati Enasarco ospitati in case di riposo

Affrontare la spesa per il soggiorno in case di riposo qualificate può rappresentare un gravoso impegno economico per i pensionati e le loro famiglie.

Per alleggerire questo onere e fare in modo che i pensionati, spesso molto anziani, che vivono in questi istituti non debbano rinunciare alla qualità dei servizi, Enasarco annualmente bandisce un concorso per la concessione di trenta assegni dell'ammontare di 5.200 euro ciascuno, corrisposti in due rate semestrali, come contributo alle spese per l'intero anno solare. Per i soggiorni iniziati o conclusi in corso d'anno, indipendentemente dalla causa, l'importo verrà proporzionalmente ridotto. Il contributo della Fondazione non potrà superare la spesa totale, realmente sostenuta e documentata. Nel caso invece

in cui la retta fosse già rimborsata da altri Enti assistenziali o previdenziali, Enasarco pagherà la differenza tra l'assegno stesso e il concorso spese erogato dagli altri Enti.

REQUISITI

Possono fare richiesta i pensionati ospitati permanentemente in case di riposo italiane qualificate e riconosciute, che siano in possesso dei seguenti requisiti: aver superato il 65° anno di età; essere titolari di una pensione Enasarco (vecchiaia – invalidità permanente parziale – inabilità – pensione ai superstiti); non svolgere alcuna attività lavorativa; avere un reddito individuale complessivo annuo lordo fino a euro 16.000. In caso di posti vacanti potranno presentare domanda anche le vedove e i vedovi dei pensionati.

DOMANDA

La domanda può essere scaricata dal sito www.enasarco.it o ritirata presso gli uffici della Fondazione e va inviata tramite raccomandata entro la fine di Aprile di ogni anno. Sarà necessario allegare una dichiarazione della casa di riposo, dalla quale risulti la disponibilità di un posto destinato al pensionato che presenta richiesta e l'ammontare della retta, insieme a una dichiarazione sostitutiva di atto notorio che attesti l'età, la composizione del nucleo familiare, il reddito lordo dell'anno precedente e l'eventuale rimborso parziale o totale ottenuto da altri Enti. La graduatoria sarà determinata in base al reddito e all'età. A parità di punteggio saranno favoriti i pensionati più anziani. La Fondazione invierà una comunicazione scritta ai beneficiari che dovranno, alla scadenza di ciascun semestre, presentare una dichiarazione rilasciata dalla casa di riposo che attesti l'effettivo godimento del periodo di ospitalità.

QUANTO SPETTA

Vendere, con le 'carte' in regola

OLTRE 200.000 TONNELLATE DI CARTA COMMERCIALIZZATE OGNI ANNO E CIRCA 5.000 DIFFERENTI ARTICOLI: SONO ALCUNI DEI NUMERI DI POLYEDRA, LEADER NAZIONALE NELLA DISTRIBUZIONE DI SUPPORTI PER LA COMUNICAZIONE E PRODOTTI PER UFFICIO E IMBALLAGGIO. INTERVISTA A PATRIZIO MINELLI, DIRETTORE VENDITE DELLA DIVISIONE PRINT PER IL CENTRO-SUD, CHE DESCRIVE UNA MACCHINA COMMERCIALE CHE COINVOLGE OLTRE 150 VENDITORI ED È FATTA DI CAPILLARITÀ, COMPETENZA E GRANDE VICINANZA AL CLIENTE

Dici carta e non sai cosa dici. O perlomeno non del tutto. Probabilmente, in effetti, a sentir parlare di "azienda leader del mercato cartario" c'è chi si figura, o semplicemente sa, che il mercato in questione si estende a un bel po' di prodotti. Ma alzi la mano chi non resta stupito scoprendo che l'intera gamma ammonta alla bellezza di 5.000 items, come li chiamano qui. L'azienda in questione, parte integrante del gruppo multinazionale PaperlinX, si chiama Polyedra SpA – un nome che allude di suo a una certa varietà – ed è specializzata nella distribuzione di carte da stampa e, appunto, di un sacco di altre cose, dai prodotti per l'ufficio a quelli per il packaging.

Inevitabile che a tanta complessità corrisponda una struttura definita con una certa precisione; l'azienda a oggi è organizzata in 16 filiali con magazzini distribuite su tutto il territorio nazionale ed è strutturata in quattro unità di business con altrettante reti di

vendita dedicate. La prima si chiama *Print*, con quartier generale a Milano, ed è specializzata nella fornitura di carte da stampa di alta qualità per grafici, stampatori, cartotecniche e scatolifici. La logistica si avvale di due magazzini centrali situati a Bologna e Roma che riforniscono in pratica mezza Italia ciascuno, di 14 filiali periferiche e un centro di taglio ubicato a Parma per la conversione della bobina in foglio.

Le altre unità sono *Office*, che tratta un vasto assortimento di carte, prodotti e accessori per ufficio destinati sia a rivenditori e cartolerie sia a utenti finali, *Caledonia*, con direzione a Bologna, che tratta un ampio assortimento di supporti sintetici per la stampa e la comunicazione visiva oltre a una gamma di soluzioni LED e materiali per insegne luminose, e infine *Branopac*, leader nella distribuzione di prodotti per l'imballaggio tecnico e 'anticorrosivo', che a questi imballi più specifici affianca inoltre prodotti per il packaging di uso quotidiano.

In totale Polyedra, che si avvale anche di un importante supporto di marketing per tutti i servizi al cliente, distribuisce oltre 212.000 tonnellate di carta l'anno per un fatturato che nel 2010 è stato di 257 milioni di euro. Volumi impressionanti, che presuppongono una rete di vendita capillare e molto ben organizzata. Ne chiediamo di più a Patrizio Minelli, direttore Vendite per l'area Centro-Sud, cui spetta il compito di raccontarci come funziona una realtà che commercializza una consistente percentuale della carta che circola in Italia. Perciò, forse, anche quella su state leggendo queste righe.

Chi sono i vostri clienti?

I nostri clienti – oltre 15.000 in tutta Italia – sono tutti gli operatori del settore grafico e del settore ufficio, ma anche grandi e medie aziende che operano nel pubblico e nel privato.

E voi in azienda quanti siete? E com'è strutturata la vostra rete di vendita?

Polyedra si avvale in totale di 374 collaboratori.

La divisione *Print* annovera 90 agenti di vendita, 11 responsabili di filiale e due direttori vendite: Valentino Ferri per il Nord e il sottoscritto per Centro-Sud Italia.

Office si avvale invece di 45 agenti plurimandatari, *Caledonia* di 16 agenti e 6 sales manager e *Branopac* di 3 agenti.

Una grande rete commerciale, che però non si occupa direttamente di produzione...

Esatto. Polyedra è l'interfaccia delle



cartiere. Molte, infatti, non hanno la distribuzione, e si affiancano a realtà come la nostra per vendere la propria produzione. Dal punto di vista distributivo siamo la realtà leader in Italia.

Sentir parlare di tutto questo fa venire in mente quegli enormi rotoli di carta che normalmente si trovano nelle tipografie.

Sì, le enormi bobine da cui si ricavano i fogli che vengono forniti agli stampatori offset. In effetti, la carta per la stampa corrisponde a gran parte dell'intero business di Polyedra. È la priorità interna assoluta. Però poi, a dispetto delle percentuali, va considerato che questo è solo un segmento di tutto quello che commercializziamo. Polyedra va sul mercato con un enorme range di articoli cartari (*i 5.000 che dicevamo in apertura ndr*) che sono principalmente fogli in formato stampa ma an-

che bobine: queste carte vengono poi trasformate dai nostri clienti in libri, quaderni, manifesti, ma anche ricevute per ristoranti, cartoncini colorati per le lettere, targhette dei vestiti con il prezzo e la taglia, scatole di cartone e un sacco di altre cose.

L'andamento del mercato è omogeneo nel corso dell'anno o ci sono momenti di particolare picco?

Ci sono eccome. L'andamento è tutt'altro che omogeneo; anzi, è fortemente connesso con i passaggi stagionali. Uno molto importante è quello legato alla scuola, e ha come mesi chiave Marzo e Aprile, quando vengono stampati i libri per l'anno scolastico successivo. Di contro, per esempio, il terzo trimestre dell'anno fa registrare una flessione perché in Italia ad Agosto ci sono almeno due settimane di fermo, se non tre, quindi si lavora di meno. Poi il periodo che segue è di nuovo forte, per il semplice fatto che prelude alle festività natalizie, con tutto quello che comportano in termini di biglietti d'auguri, calendari, agende. Per non parlare delle confezioni per i panettoni. Oppure delle scatole per le scarpe, che in inverno si vendono decisamente di più.

Uno dice carta e si apre un mondo...

Proprio così. Spesso non ce ne rendiamo conto, ma quasi dovunque siamo – per esempio in ufficio – basta alzare la testa e si vedono carta e cartone, in migliaia di oggetti diversi.

Dev'essere difficile anche per chi deve proporla, tutta questa varietà...

Ovviamente l'attività di vendita è suddi-

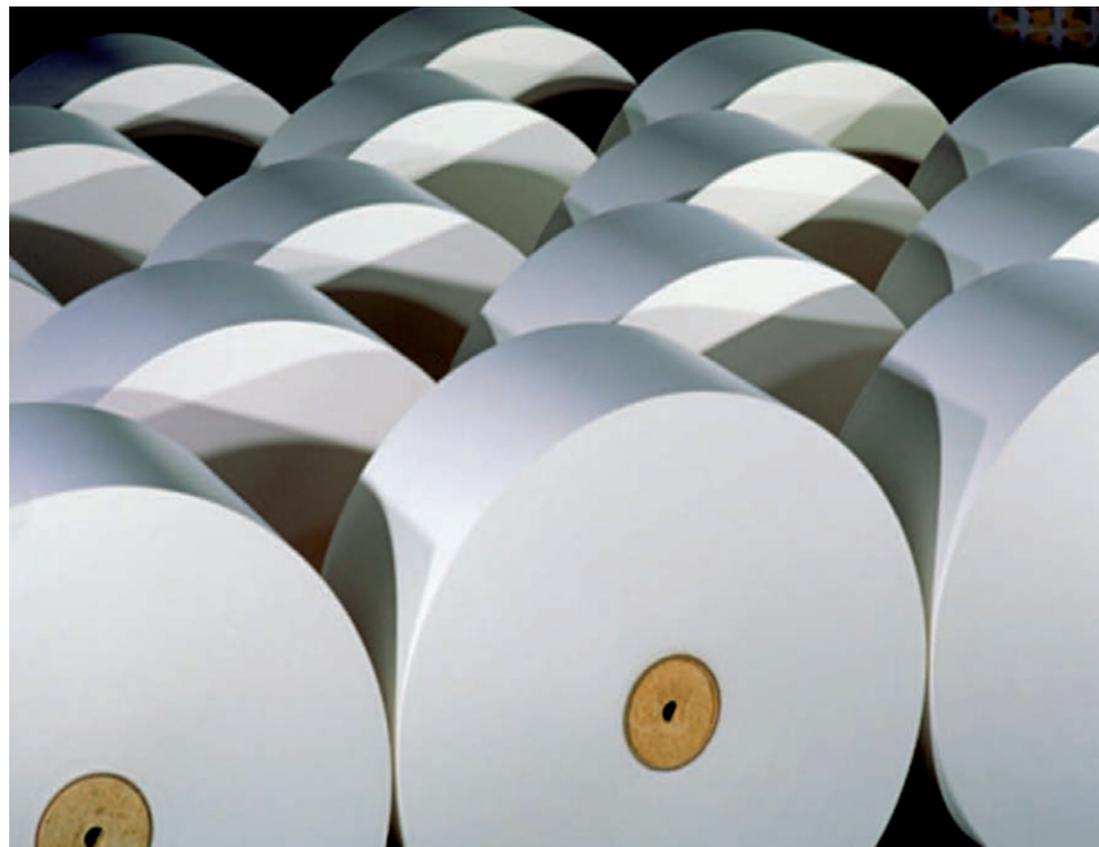
visa per segmenti; si tratta di mercati limitrofi ma completamente specialistici. Il nostro agente di commercio deve essere anzitutto un tecnico, uno in grado di fare proposte. Non è più qualcuno che si limita ad andare lì e prendere l'ordine. Oggi si va dal cliente per fare un progetto. Ovviamente l'attitudine alla vendita resta: l'obiettivo rimane comunque quello di chiudere i contratti e l'ordine è sempre benvenuto, ma questi signori sono prima e soprattutto consulenti. L'azienda sta lavorando proprio in questa direzione.

Come siete organizzati a livello di presenza sul territorio?

Al primo posto c'è la suddivisione geografica della rete vendita, in cui il manager è in pratica il responsabile della filiale. Il mercato è fatto di regionalità, e chi vuole lavorare sull'ampiezza di gamma deve stare sul posto. Si tratta di gestire agenti, promotori e customer service, ma anche acquisire tutte le informazioni dal mercato per introdurre novità e stare sempre vicino al cliente. Non bisogna mai dimenticare che oltre ai prodotti, Polyedra offre consulenza qualificata e servizi d'eccellenza.

Insomma, una rete di vendita capillare è fondamentale per il successo?

Per raggiungere buoni risultati ci sono cinque punti che consideriamo fissi: il venditore in primo luogo deve proporre l'azienda e, contemporaneamente, anche se stesso, in termini di professionalità e serietà. Al secondo punto mettiamo il servizio, la capacità di dire al cliente: "Io ci sono". Il terzo punto è l'ampiezza della gamma dell'of-



Vendere, con le 'carte' in regola



ferta. Io ti offro tutto quello che il mercato chiede, ma anche quello che non chiede, anche la novità. Al quarto posto c'è il prodotto, inteso come continuità della fornitura. In altre parole è come dire "ce l'ho oggi, ma anche domani o tra un anno". In questo settore c'è una ripetitività di cui occorre tenere conto. Infine c'è il prezzo, che come è ovvio in una dinamica di vendita ha un impatto relevantissimo. Anche se è un valore da mediare con tutti i valori che offriamo, a cominciare dall'ampiezza di gamma.

Polyedra fa parte di un grande gruppo internazionale. Questo incide in qualche modo sulla vostra attività?

Senza dubbio sì. Il gruppo multinazionale PaperlinX è uno dei principali al mondo nella distribuzione di carte da stampa e supporti per la comunicazione. PaperlinX è attiva in 27 paesi dei 5 continenti, si avvale di oltre 6.500 collaboratori e distribuisce oltre 2,9 milioni di tonnellate di carta ogni anno. Solo in Europa serve 80.000 clienti. Far parte del gruppo PaperlinX per Polyedra significa riuscire a fornire ai clienti che lo richiedono soluzioni di respiro internazionale, anticipare le tendenze del mercato e la concorrenza grazie all'osservatorio privilegiato sul mercato globale che una realtà così vasta garantisce. In più, per dirla con una sola parola, essere parte di un gruppo simile significa 'garanzia', per ciascuno dei nostri interlocutori.

In ogni caso voi siete una realtà squisitamente italiana...

Sì, Polyedra distribuisce da sempre i

suoi prodotti in tutta Italia. Oggi, grazie ad un nuovo network logistico, studiato per rendere l'organizzazione più agile, capillare e competitiva, Polyedra si prepara alla distribuzione dei suoi prodotti anche in Svizzera e in alcuni paesi della penisola Balcanica.

Dire che la vostra attività è 'poliedrica' è un gioco di parole fin troppo facile. Che caratteristiche deve avere un vostro venditore?

Innanzitutto grande conoscenza e padronanza del mercato; deve sapersi muovere, deve sapere dove vuole arrivare. Oggi qualsiasi visita è costruzione di futuro, è la costruzione di quello che venderai domani, tra tre giorni o tra tre anni.

Andare da un cliente non vuol dire soltanto recarsi lì per vendere, ma anche e soprattutto acquisire tutti i suoi bisogni e le sue problematiche, in modo da poter sempre andare incontro alle sue esigenze e offrirgli le soluzioni più adeguate. Con tutti questi prodotti in gamma poi sarò io stesso, se sono un venditore capace, a trovare la strada. Avere la padronanza del mercato è in primo luogo sapere ciò che serve al cliente, e in qualche caso capirlo in anticipo. Poi sarà lo stesso venditore a trovare il prodotto da proporre.

Una persona che comincia quanto ci mette per acquisire questo tipo di professionalità?

Ci vogliono minimo 4-5 anni. Il ricambio generazionale nel mondo cartario è molto lento: di solito chi entra in questo mondo ci rimane per molto tempo, anche a causa della grande competenza

necessaria per muoversi: qualcosa che arriva solo con l'esperienza. E che a volte neanche basta. Oltre ad avere padronanza del mercato l'agente deve essere una persona molto predisposta al cambiamento, uno capace di dire a se stesso: "Quello che mi sono inventato oggi, domani è già vecchio".

Poi deve essere una persona con un'etica forte, deve offrire credibilità. Oggi il cliente vuole l'affidabilità dell'azienda e del personaggio. Si tratta, in qualche modo, di essere anche un po' psicologi, di lavorare sulle 'problematiche' del cliente, sui suoi bisogni. Le tecnologie oggi permettono di trovare la merce il giorno dopo, ma non è quello il punto. Il concetto fondamentale adesso è dire al cliente "io ci sono, e se c'è un problema te lo risolvo". Questo, sì, può fare la differenza.



Donna e agente, binomio crescente?

C'È DAVVERO UN FUTURO 'ROSA' PER IL MONDO DELLE VENDITE? I NUMERI SEMBREREBBERO SUGGERIRE DI SÌ: LA PERCENTUALE DI DONNE CHE SCELGONO DI DEDICARSI AL SETTORE DELLA VENDITA È IN LEGGERA ASCESA. UN DATO DI GRANDE INTERESSE, E DI NOTEVOLI POTENZIALITÀ, CHE PORTA CON SÉ UN DIVERSO MODO DI VIVERE LA PROFESSIONE

Lesistenza di un numero crescente di donne che intraprendono il mestiere di agente di commercio è un dato che, sebbene relativo a una porzione ancora largamente minoritaria rispetto al numero complessivo dei soggetti attivi in questo ambito, fotografa l'esistenza di un fenomeno interessante per comprendere l'evoluzione della professione in rapporto a quella della società e del mercato.

Secondo i dati più recenti, relativi al numero di iscritti attivi nel 2010 (agenti cui risulta il versamento di almeno un contributo nell'anno in questione), il numero delle donne è pari a 29.921, ossia l'11,7% del totale. Confrontando questi dati con quelli del quinquennio 2004-2008, emerge la tendenza generale di maggiore partecipazione delle donne rispetto al passato, che trova conferma se guardiamo ai nuovi iscritti nel 2010: su un totale di 16.913, ben 3.507 sono donne, ossia il 20,7%.

Si tratta di un dato da non sottovalutare, tanto più in termini potenziali, a cui è importante guardare con il giusto interesse: appare oggi necessario chiedersi, infatti, se siamo in presenza di una nuova figura professionale che, con il passare del tempo, si sta facendo strada

e sta diventando sempre più presente, ritagliandosi un ruolo in quello che è stato a lungo ritenuto un mondo lavorativo tipicamente maschile. Se poi, come è probabile, la figura della donna agente di commercio assumerà in futuro un peso sempre maggiore, diventa utile domandarsi se e come cambia il modo di vivere e intendere la professione dal punto di vista di una donna, quali sono i punti di forza e quali le problematiche a cui va incontro il mondo delle vendite 'in rosa'.

Quando si parla di lavoro femminile spesso ci si riferisce, purtroppo, a un contesto di svalutazione e difficoltà generale: l'esistenza stessa di un Ministero per le Pari Opportunità nel nostro Paese testimonia la situazione ancora problematica in cui versa la condizione della donna in molti settori della vita sociale, tra cui, appunto, quello occupazionale.

L'ultimo rapporto Istat, relativo all'anno 2010, presenta un quadro sconcertante in merito: con un tasso di occupazione femminile del 46,1%, l'Italia si posiziona al di sotto della media europea di ben 12 punti percentuali; peggiora inoltre la qualità del lavoro e cresce il part time involontario, mentre sono 800 mila le donne che perdono il posto in seguito alla gravidanza.

Insieme a maggiori difficoltà di ingresso nel mercato del lavoro, la donna può incontrare tendenzialmente molti ostacoli se sceglie di intraprendere un percorso di carriera, oltre alle ben note discriminazioni retributive rispetto ai colleghi uomini. Bisogna riconoscere inoltre che alcune occupazioni presentano forti caratterizzazioni di genere, ormai

entrate a far parte dell'immaginario comune, per cui è più facile che a ricoprire il ruolo di segretaria sia una donna, e che gli uomini vengano ritenuti più idonei per le professioni di carattere tecnico o commerciale. Cosa, quest'ultima, smentita dal crescente interesse dimostrato dalle donne verso il settore delle vendite. Che succede, quindi, nel mondo degli agenti di commercio?

"La situazione è certamente diversa a seconda del settore preso in considerazione. Per quanto mi riguarda, quello dell'immobiliare è un mondo prevalentemente maschile, ma il maggior successo lo hanno le donne; siamo più furbe negli affari". Secondo Sista Carandini, che lavora presso l'agenzia RE/MAX Team, gli uomini sono stati a lungo considerati più inclini a questo genere di professione per la loro predisposizione a trattare gli aspetti tecnici del-



Donna e agente, binomio crescente?



la vendita. “Per essere realmente competitive, anche rispetto ai nostri colleghi maschi, noi donne dobbiamo rafforzare le nostre competenze in merito alle caratteristiche prettamente tecniche del nostro lavoro. È un aspetto che inizialmente ci è meno congeniale, ma impariamo in fretta. Al cliente non interessa che a trattare con lui sia un uomo o una donna, una volta che il venditore dimostra di avere capacità ed esperienza”. Precisione, pazienza e capacità riflessiva sono solo alcune delle doti che una donna può apportare alla professione:

una spiccata capacità dialettica, unita al particolare gusto nel presentare e consigliare al cliente alcuni tipi di prodotti, sono infatti qualità molto apprezzate nella professione di venditore. A queste si aggiunge un'innata predisposizione al lavoro di squadra, derivante alla donna dal particolare modo di vivere la famiglia come ‘gruppo’, riconosciuta da molti come uno dei principali contributi da lei apportati all'azienda, rispetto al più spiccato individualismo maschile. “Nel corso della mia attività di formatrice, ho notato che l'uomo, a differenza della

donna, deve essere educato, tra le altre cose, a lavorare in gruppo con i suoi pari e con il cliente. È importante, affinché la vendita si risolva con un esito positivo, che ognuno abbia la sensazione di essere parte di una squadra che lavora per il raggiungimento di un interesse comune”.

Sul posto di lavoro la donna non sembra quindi essere vittima, almeno in questo particolare settore, di discriminazioni di genere. Spesso, invece, è l'età uno dei fattori che possono portare il cliente o i colleghi a non prendere sul serio un venditore più giovane, ma questo può accadere indifferentemente a uomini e donne.

Sono ben altri i problemi che una donna può incontrare in seguito alla decisione di dedicarsi a questa professione. Ma perché proprio questa scelta? I motivi sono diversi, tra cui la possibilità di decidere quanto guadagnare in relazione all'impegno preso, ottenendo alti ricavi dalle percentuali delle vendite e, non da ultimo, la flessibilità degli orari lavorativi che permetterebbe di gestire il tempo e gli impegni a seconda delle personali necessità, ricavando nei limiti del possibile uno spazio da dedicare alla famiglia.

Purtroppo non sempre queste aspettative trovano conferma nella realtà dei fatti. Il ritmo con cui si svolge il lavoro di vendita è dinamico e spesso molto serrato, consentendo raramente una facile gestione del tempo al di fuori degli impegni lavorativi. Una buona capacità di pianificazione è indispensabile, ma spesso non sufficiente, soprattutto quando si ha una famiglia a carico e non si può contare sull'aiuto di amici o

parenti, mentre la maternità in queste condizioni rischia di diventare motivo di ansia ed essere sentita come un insormontabile ostacolo alla carriera.

Per molte donne, quindi, ancora oggi sembra impossibile riuscire a conciliare lavoro e famiglia: secondo il rapporto pubblicato da Manageritalia, nel nostro Paese oltre un quarto delle donne occupate abbandona il lavoro dopo il primo figlio. Nel caso delle agenti di commercio, è vero che orari flessibili o soluzioni part-time che permettono di lavorare anche da casa possono essere d'aiuto, ma bisogna avere la fortuna di trovare colleghi disposti a fare gioco di squadra e venire incontro alle esigenze di una madre di famiglia. Chi non può permettersi di farlo, si trova spesso nella situazione di dover scegliere tra diventare madre o mantenere il lavoro. Molti direbbero che il raggiungimento dell'emancipazione comporta la parità di trattamento tra uomo e donna, ma è davvero giusto non riconoscere a una madre la necessità di essere sostenuta nel tentativo di conciliare lavoro e famiglia?

Tuttavia è proprio all'interno dell'ambiente familiare, più che in quello lavorativo, che nascono spesso le maggiori difficoltà per quanto riguarda la decisione di intraprendere una carriera. Portare uno stipendio alto a casa può non essere sempre visto positivamente, se a farlo è una donna. “Forse non si direbbe – spiega Carandini – ma spesso il marito entra in crisi se il guadagno della moglie supera il suo. La prima volta che la donna ottiene un'alta percentuale su una vendita è una festa, ma a lungo andare il compagno può divenire sem-



pre più insicuro. Invece di ammetterlo, inizierà a far pesare alla donna il tempo che non dedica alla casa o ai figli, portandola ad avere sensi di colpa e in alcuni casi alla decisione di abbandonare il lavoro. Con i figli il discorso è completamente diverso: se porti a casa i soldi ti stimano, perché contribuisce a dare sicurezza alla famiglia e compensi il tempo che non ci sei con l'orgoglio che hanno di te. Se hai una figlia femmina, le dimostri che con un po' di organizzazione si può essere brave nel lavoro e costruire una famiglia, mentre al figlio

maschio fornisci un buon esempio per il tipo di compagna che andrà a cercare per il futuro”. Paradossalmente, invece di chiederci in termini generali se ‘la società’ sia davvero pronta ad accettare questa nuova figura di donna manager, dobbiamo forse domandarci se lo siano i partner. La sfera privata sembra infatti incidere sullo sviluppo delle professionalità femminili non meno di quanto lo faccia il quadro normativo. Cultura e orientamenti di una società, in effetti, cominciano in qualche misura proprio da lì.

Chi ha business non aspetti tempo

OROLOGI SVIZZERI O RITARDATARI INCALLITI? LA PUNTUALITÀ, OLTRE CHE LA VIRTÙ DEI RE, PUÒ ESSERE L'ANIMA DEL COMMERCIO. E LA GESTIONE DEL TEMPO – CHE È GIÀ FREQUENTE SENTIR CHIAMARE *TIME MANAGEMENT* – È UN'ARTE CHE SI PUÒ IMPARARE. CON POCHE SEMPLICI REGOLE, FOCUS E OBIETTIVI CHIARI

Ritardatari cronici come il ragionier Ugo Fantozzi, che per onorare il cartellino ogni mattina affronta un tragico risveglio “tutto calcolato sul filo dei secondi” ma scandito da “tragici imprevisti”? O iper-organizzati come George Clooney, tagliatore di teste di *Tra le nuvole* che non perde un solo secondo prezioso tra un volo e l'altro riuscendo a far entrare tutta la sua vita in un piccolo bagaglio a mano a prova di security? Due modalità estreme mirate a centrare un unico obiettivo: arrivare puntuali all'appuntamento con il lavoro. Un'esigenza comune a chi ogni giorno deve gestire al meglio il proprio tempo per rispettare un'agenda fitta di appuntamenti e ottenere profitti. Arrivare in ritardo può far perdere delle opportunità, minare il giro di affari e certamente fa fare quasi sempre una brutta figura perché la puntualità è la cortesia dei re, parola di Luigi XVIII. Alcune semplici regole di gestione del tempo indicate dagli esperti di *time management*, una vera disciplina con tanto di corsi e metodi ad hoc, possono venire incontro ai più ritardatari ma anche a chi vuole sfruttare al meglio il tempo dedicato al business. Come Augusto De Matteo, titolare di un'agenzia di rappresentanza con sede a Napoli, che afferma: “Oggi

abbiamo a disposizione numerosi strumenti tecnologici per la pianificazione di tempi, calendari e attività, e si ha la possibilità di frequentare dei corsi mirati al miglioramento della gestione del proprio tempo lavorativo e di quello dei collaboratori. Tuttavia credo sia importante la capacità di adattare questi strumenti alle proprie esigenze coniugandoli con l'esperienza maturata sul campo, altrimenti si rischia di perdere il controllo del proprio lavoro e di quello degli altri”. Saper gestire i tempi nella professione dell'agente di commercio – un mestiere in cui riuscire a essere puntuali fa la differenza – è fondamentale, al pari di competenza, fiuto per gli affari e buona dialettica. La puntualità tuttavia deve fare i conti non solo con immancabili imprevisti e tempi morti ma anche con usi, costumi e, almeno qui da noi, con la variabile traffico, spesso tipica del territorio in cui si opera. “Nel nostro lavoro – conferma De Matteo – essere puntuali è molto importante: è un elemento di professionalità, non l'unico, che spesso distingue gli uni dagli altri. A Napoli, ad esempio, è sicuramente più complicato essere puntuali rispetto ad altre zone d'Italia. Il rapporto che c'è con i clienti non ti consente di congedarti senza esserti concesso a una specie di rituale: l'offerta del caffè e i preliminari in cui si fanno due chiacchiere che servono a mostrare interesse alla situazione personale e generale del cliente, ma che spesso portano a una dilazione non del tutto prevedibile dei tempi. Questo ovviamente riguarda anche i colleghi presenti prima di te a un appuntamento, ma talvolta crea un ritardo tale che pesa sull'agenda pianificata per il resto della giornata”. E se è vero che ‘perdere tempo’ gustando l'espresso più famoso del mondo può essere una vera fortuna, nonché un obbligo di cortesia verso il cliente, anche nelle altre città non mancano sapori e rituali altrettanto interessanti, conditi da un'immancabile incognita comune: il traffico. Tra i pos-



sibili mezzi di trasporto per i viaggi di lavoro protagonista è sempre l'automobile, usata dal 69,3% dei lavoratori italiani, come conferma l'Istat. E i tempi sono lunghi e stressanti: di media si sta al volante almeno 30 minuti. Il traffico è quindi una variabile (ma spesso anche una comoda scusa per i ritardatari cronici) che va inclusa nella pianificazione del tempo e rientra solo in parte nella propria 'sfera di influenza', concetto chiave del *time management*: l'insieme di tutto quello su cui si ha un potere diretto, che si può influenzare con i propri comportamenti e scelte.

Una regola fondamentale per diventare buoni gestori del proprio tempo consiste nel separare fin da subito, fissandoli in una semplice lista su due colonne, i fattori e gli eventi che si possono cambiare con una buona pianificazione da quelli sui quali non si può proprio intervenire: contrattempi, o imprevisti, o tempi morti che non si possono prevenire né prevenire. Anche questi ultimi però possono essere ottimizzati, usati a proprio vantaggio. Soste inattese o appuntamenti annullati all'ultimo momento possono diventare infatti tempi da dedicare alla lettura di documenti, all'aggiornamento sul web con il palmare, alla ridefinizione di strategie e piani di azione, a contatti telefonici rimandati da tempo. Ma anche l'occasione per buttare giù una lista dei perché si è arrivati in ritardo in alcune occasioni. Mettere a fuoco i motivi della propria disorganizzazione, delle aspettative mancate e dei risultati non raggiunti è un ottimo inizio per evitarli la prossima volta. Perché un buon gestore del tempo è chi riesce a riconvertire il tempo

perso in tempo guadagnato. È tuttavia proprio sulla 'sfera di influenza' che si ha il massimo potere, è lì che bisogna agire al meglio, dalle piccole alle grandi cose: organizzare abiti e valigetta la sera prima, andare a letto presto, pianificare bene gli appuntamenti, imparare a dire di no quando serve e scrivere liste di cose da fare su carta o software per svuotare debitamente il cervello e permettere alla concentrazione di focalizzarsi sugli obiettivi, uno per volta e secondo la giusta priorità. Un buon esercizio indicato dagli esperti è quello di cronometrare per una settimana le attività di routine: quanto tempo si impiega a svolgere determinate attività quotidiane. I più ritardatari potranno così scoprire che tendono a sottostimare i propri tempi. Per essere più puntuali – e far pace con le lancette – sarà sufficiente capire quanto tempo occorre per ogni cosa da fare. Perché non basta essere nel posto giusto; occorre esserci anche al momento giusto: “Gli anni di lavoro – spiega De Matteo – sono costellati da una serie di esempi in cui il tempo ha giocato un ruolo decisivo! In particolar modo sul prodotto indifferenziato (lì dove la tecnologia ha un peso inferiore) e per ordini medio piccoli, arrivare primi è fondamentale, il cliente tende a chiudere immediatamente le commesse dove l'interesse è inferiore”. Ma non sempre è così. “Su commesse importanti – conclude – l'interesse del cliente a chiudere alle migliori condizioni è tale da non dare troppo peso a ritardi, e in questo caso, può addirittura risultare particolarmente importante essere gli ultimi a vedere il cliente in questione”.

Formidabili quei panni

AMMETTIAMOLO: L'ABITO FA IL MONACO, ALMENO UN PO'. E ALMENO PER CHI, COME GLI AGENTI DI COMMERCIO, INCONTRA QUOTIDIANAMENTE PERSONE A CUI DEVE VENDERE QUALCOSA. PAROLA D'ORDINE: EMPATIA. COME A DIRE CHE NON CONTA VESTIRSI 'ALLA MODA', MA STABILIRE UN CONTATTO. E CHE ALCUNI CAPI CLASSICI CONTINUANO A 'FUNZIONARE'

La prima volta, per molti, è stata in occasione dell'esame di maturità. Una camicia più stirata del solito, i capelli ravviati con inedito ordine, addirittura – in qualche caso – i mocassini, soltanto tolti i quali, dopo l'esame, cominciava di fatto l'estate.

Insomma, ci sono delle circostanze, nella vita di quasi tutti, in cui l'abito fa il monaco anche più del normale, perché dal modo di vestirsi – parte integrante, e significativa, del modo di porsi – sembrano dipendere il successo o l'insuccesso, almeno in quella misura difficilmente calcolabile rappresentata dall'impressione che diamo di noi.

Non è questione di moda, di essere all'avanguardia, di pura e semplice seduzione – tutte questioni che ieri cominciavano da ragazzi e oggi, per conclamato trionfo del marketing, da ragazzini. Si tratta invece di quell'approccio al vestire per dare 'una certa idea di sé', rigorosamente adulta, che passa appunto per la maturità, si può estendere indifferentemente a esami universitari e colloqui di lavoro e diventa, in alcune attività, pane quotidiano.

Ne sanno qualcosa gli agenti di com-

mercio, che per mestiere propongono se stessi prima ancora del loro prodotto, e alla qualità di ciò che offrono, all'ampiezza di gamma, alla leva del prezzo e via sciorinando variabili competitive affiancano, e talvolta addirittura antepongono, la propria immagine.

L'abito fa il monaco dunque, o almeno il venditore, ma ciò non deve far credere che nel rito mattutino della vestizione di un agente di commercio, uomo o donna che sia, risiedano chissà quali strategie.

Non c'è dubbio, insomma, che una certa attenzione alla cura della persona faccia parte del bagaglio di chi quotidianamente va in giro a incontrare altra gente cui proporre qualcosa in vendita, ma sbaglierebbe chi pensasse che l'eleganza formale sia la strada obbligatoria da percorrere.

“Ricordo ancora – racconta divertito Stefano, giovane ma già con una carriera ultradecennale di rappresentante per beni di larghissimo consumo, per vendere i quali incontra ogni giorno decine di dettaglianti – il mio primo giorno di lavoro. Era Settembre e faceva ancora parecchio caldo. Ero giovanissimo, e mi presentai all'appuntamento col responsabile di area, oltretutto in una zona di mare ancora affollata per le vacanze, in giacca e cravatta, che in precedenza avevo utilizzato per una festa di liceo e un paio di matrimoni. La prima cosa che mi disse fu di togliermele. La mia vita di agente di commercio, si può dire, è cominciata così”.

Dunque? Tonnellate di preconetti sui codici d'abbigliamento spazzati via in un mattino di fine estate? Non è detto, perché mentre il *body language*



applicato al lavoro è diventato poco meno che una scienza, con tanto di esperti e libri di riferimento (come il recente *Hai le scarpe giuste per chiedere un aumento?* dell'inglese Judi James, pubblicato da poco anche in Italia), un po' di pratica quotidiana e qualche scambio di vedute con chi ogni giorno va in strada con il campionario sotto braccio dicono con una certa chiarezza che la parola chiave – se ce n'è una – è 'empatia'.

“Chi va in giro a parlare coi negozianti che vendono alimentari – spiega Stefano, ovviamente in maniche di camicia – non ha nessun bisogno di indossare giacca e cravatta. D'altra parte, è chiaro che se invece uno si incontra col *buyer* della grande distribuzione, oppure se vende macchine per ufficio e deve parlare col responsabile acquisti di un'azienda, il discor-

sione, almeno fiducia.

Si tratta dunque, almeno nella maggior parte dei casi, di tagliare gli eccessi, affidandosi in larga misura a capi pressoché infallibili: una camicia bianca, un blazer portato con semplicità, persino i jeans, purché senza strappi e altri echi post punk oggi molto di moda, sono i sempreverdi al maschile che fanno da 'empatico' apripista alla relazione commerciale.

E per le donne? Cambiano gli abiti, evidentemente, ma la musica di fondo è grosso modo la stessa, magari – questione di sensibilità femminile – con qualche consapevolezza in più: “Qualsiasi sia il segmento di attività – spiega Paola, una lunga esperienza di agente di commercio in un settore con forti implicazioni tecniche – la vendita presuppone l'impatto con un pubblico, che può andare dai commessi di un negozio al direttore vendite di una società”.

Se quindi c'è un pubblico, è normale che ci sia un palcoscenico, e perciò anche – spingendo un po' avanti la similitudine – dei costumi. “I primi minuti di un incontro tra venditore e cliente – Paola lo dice chiaro – sono sempre piuttosto vaghi, un po' per rompere il ghiaccio, un po' per dare al cliente il tempo di guardarti, e magari di inquadrarti”. Proprio così: chi pensava che l'aspetto non conta è servito. Attenzione però, perché specie nel caso delle donne l'attenzione all'estetica è terreno di fraintendimenti spesso madornali. “È chiaro che tacchi, scollatura e gonna sopra al ginocchio sono il modo migliore per far passare in secondo piano la preparazione, che invece, anche a prescindere

da ciò che si vende, deve sempre essere il punto chiave”. Bocciatura uguale e contraria anche per sandali e 'gonnelloni' zingareschi: il no, insomma, coinvolge tutto ciò che è esageratamente connotato, e se si chiede a Paola quale sia l'abito per eccellenza, risponderà senza esitazioni “il tailleur, caposimbolo di un abbigliamento che può essere sobrio ma non triste, che fa il verso ai canoni maschili senza rinunciare alla femminilità”.

Il principio base insomma, per le donne come per gli uomini – tanto più che spesso non si conoscono età, sesso, inclinazioni e gusti dell'interlocutore – è quello di un abbigliamento curato ma non invadente, magari spigliato ma in fondo rassicurante.

Discorso a parte, com'è ovvio, per chi nel campo dell'abbigliamento ci lavora in prima persona: lì non è infrequente che il venditore si faccia egli stesso ambasciatore di ciò che propone, proprio come di lì a poco, specie nei casi migliori, farà il negoziante per la sua clientela. Ce ne sarebbe da dire – per esempio sul fatto che le scarpe contano, o che avere un buon odore è un'ottima cosa, mentre riempire l'aria di profumo assolutamente no – ma la chiudiamo qui, consapevoli della frivolezza di un tema che se pure è di qualche importanza, certamente si piazza almeno un paio di gradini sotto un nocciolo fatto di capacità, preparazione, prodotto.

Se poi siete così bravi da far sembrare meraviglioso l'invisibile, come ne *I vestiti nuovi dell'imperatore*, meglio per voi. In buona parte degli altri casi, pare che una bella camicia o un tailleurino possano aiutare.

Dismissioni, conclusa la vendita del primo stabile

I primi inquilini Enasarco sono diventati proprietari delle case in cui abitano: nell'ambito del Progetto Mercurio di dismissione dell'intero patrimonio immobiliare, la Fondazione ha infatti perfezionato, in anticipo sulla scadenza prevista, la vendita del primo stabile. Si tratta di un fabbricato situato nella zona di Dragoncello, quartiere periferico e popolare della capitale, dove si è tra l'altro registrata la pressoché totale adesione all'acquisto degli aventi diritto, con una percentuale del 97%. Per di più l'atto di compravendita è stato perfezionato con un mese di anticipo rispetto ai tempi previsti nell'Accordo sottoscritto con le Organizzazioni sindacali degli inquilini. Notevole anche la percentuale di adesione alla convenzione BNL per i mutui: l'89% degli acquirenti ne ha usufruito, a testimonianza della validità delle condizioni offerte. La Fondazione sta continuando ad inviare con cadenza regolare le varie tranches di lettere agli inquilini: l'elenco degli stabili interessati di volta in volta dalle vendite è pubblicato in tempo reale sul sito www.enasarco.it. Fino ad oggi, negli stabili dove sono già scaduti i termini per l'esercizio del diritto di prelazione, le percentuali di risposte positive sono state in media superiori al 90%.

Cessione del quinto per i pensionati della Fondazione

Il Consiglio di Amministrazione della Fondazione ha approvato una Convenzione tipo in cui sono fissati, a tutela dei pensionati, i tassi di interesse massimi applicabili sui prestiti che prevedano la Cessione del quinto. Quest'ultima, com'è noto, è un tipo di prestito personale richiesto a un intermediario finanziario, che può essere estinto con la cessione di quote di stipendio o di pensione (come nel caso degli iscritti alla Fondazione), che non possono superare un quinto dell'importo che si percepisce mensilmente. I pensionati Enasarco possono usufruire della Cessione del quinto esclusivamente per i prestiti erogati da intermediari finanziari che risultino iscritti nell'elenco generale previsto dalla legge (art. 106 D. Lgs 385/1993) e il cui oggetto sociale preveda tra le attività anche quella di concessione di finanziamenti. I pensionati potranno richiedere alla Fondazione la certificazione che attesta la quota massima cedibile della loro pensione. Il modulo per la domanda può essere scaricato dal sito www.enasarco.it. La Fondazione provvederà a divulgare, nelle forme più opportune, l'elenco degli Istituti Finanziari che sottoscriveranno la Convenzione, formando una apposita graduatoria. Gli istituti che non aderiscono alla Convenzione dovranno comunque presentare una richiesta di accreditamento presso Enasarco. Per ulteriori informazioni è possibile scrivere all'indirizzo e-mail cessionedelquinto@enasarco.it oppure chiamare l'199.30.30.33.

Conguagli fiscali sulle pensioni

Nel bimestre Agosto-Settembre, come ogni anno, sulle pensioni erogate dalla Fondazione verranno effettuati i conguagli fiscali secondo le disposizioni di legge. Perciò coloro che percepiscono più trattamenti pensionistici diretti o indiretti potrebbero ricevere per il prossimo bimestre una pensione di importo inferiore o superiore a quella abitualmente accreditata, a seconda che abbiano un debito o un credito fiscale. Ma come mai viene effettuato un conguaglio nel corso dell'anno? Nei primi mesi di ogni anno, Enasarco, come gli altri enti previdenziali, è obbligata per legge a comunicare al Casellario centrale dei pensionati, gestito presso l'Inps, il reddito imponibile definitivo erogato nell'anno precedente a ciascun pensionato e anche il reddito stimato per l'anno in corso. Il Casellario calcola la tassazione dovuta da ciascun pensionato, sulla base di tutti i trattamenti pensionistici che ciascuno riceve, ad esempio sommando la pensione Inps a quella Enasarco. Dall'imposta lorda vengono sottratte le eventuali detrazioni fiscali spettanti. L'imposta netta viene poi suddivisa tra gli enti previdenziali che erogano i singoli trattamenti, in proporzione alle pensioni erogate. L'imposta netta da applicare viene comunicata dal Casellario principalmente (ma non esclusivamente) nel mese di Luglio e, conseguentemente, Enasarco è tenuta a ricalcolare la tassazione, applicando la corretta imposta.

Se il pensionato è in credito, cioè ha pagato più tasse del dovuto, la somma gli sarà restituita in un'unica soluzione con il pagamento della pensione di Agosto-Settembre. Se viene invece riscontrato un debito, la cifra da pagare al fisco sarà detratta dalla pensione, ma verrà rateizzata e suddivisa nei tre successivi bimestri. In ogni caso tutti gli interessati riceveranno dalla Fondazione una comunicazione dettagliata, con l'indicazione degli importi e delle modalità con cui verrà effettuato il conguaglio. Per ulteriori informazioni è possibile chiamare il numero 199.30.30.33 oppure inviare una e-mail all'indirizzo help.agenti@enasarco.it.

DOMANDA E RISPOSTA

Delega RID per le ditte mandanti

SALVE, LA MIA DITTA È REGOLARMENTE REGISTRATA ALL'AREA RISERVATA DEL SITO WWW.ENASARCO.IT. HO INSERITO LE COORDINATE BANCARIE PER ATTIVARE LA DELEGA RID, IN MODO DA ADDEBITARE DIRETTAMENTE I VERSAMENTI CONTRIBUTIVI SUL CONTO CORRENTE AZIENDALE, MA LA DELEGA NON È STATA ANCORA ABILITATA. COME SI FA AD ATTIVARE DEFINITIVAMENTE IL RID?

Marco F. - Torino

Per l'attivazione è necessario completare la procedura. Dopo aver inserito le coordinate bancarie della ditta mandante nell'area riservata, deve stampare il modello precompilato di delega RID e consegnarlo alla sua banca. Quando presenterà il modello RID, l'impiegato della banca inserirà i dati della sua autorizzazione nel sistema informativo bancario. Per completare l'operazione e attivare definitivamente il RID, questi dati devono arrivare alla Fondazione Enasarco attraverso un messaggio elettronico interbancario. Si tratta di una procedura bancaria totalmente automatizzata detta 'allineamento archivi' che può ri-

chiedere dai 15 ai 30 giorni lavorativi dal momento della presentazione del modello RID. Le ricordiamo infine che nell'area riservata del sito della Fondazione ogni ditta mandante può verificare in qualsiasi momento lo stato della delega RID.

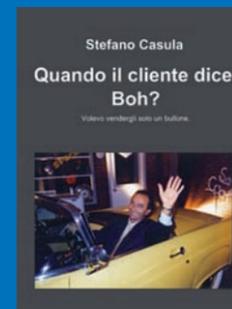


Viaggio al centro della vendita

Quando il cliente dice, Boh? È il titolo stesso del libro di Stefano Casula a introdurci – con soluzione schietta e divertente – alle domande che assillano quotidianamente ogni venditore: Cosa vuol dire vendere? Come si fa? Esiste una ricetta della vendita perfetta?

La risposta a queste e ad altre questioni arriva al lettore in modo semplice e diretto: non ci troviamo davanti al consueto manuale del perfetto venditore, che pretende di fornire il giusto decalogo di regole per arrivare al successo. Attraverso le riflessioni del protagonista, Leopoldo Stucchi, l'autore – che agente di commercio lo è davvero e che dunque in queste pagine mette anche la sua esperienza – ci accompagna alla scoperta del mondo della vendita ripercorrendo con noi la sua esperienza sul campo: episodi di vita vissuta si intrecciano a citazioni di autori classici e contemporanei, che si sono interrogati, come fa l'autore in questo libro, sulla natura dell'animo umano e su ciò che motiva le sue azioni.

«Sono sempre stato uno che adora intrattenersi a parlare del più e del meno con conoscenti e amici. È il mio stile di



vita. Questo stile di vita me lo sono portato dietro nel mio lavoro di vendita». Lealtà, ottimismo, umiltà, intelligenza e spirito di squadra sono alcune delle caratteristiche che, di capitolo in capitolo, Leopoldo indica come indispensabili per l'agente di commercio, impegnato oggi a confrontarsi con una realtà in continuo mutamento che sembra lasciare sempre meno spazio alle certezze di un tempo.

Di fronte al mercato che cambia, con l'ingresso sempre più massiccio della tecnologia e di internet che sembra ormai inevitabilmente condizionare la natura dei rapporti umani, qual è il destino del venditore? Continuerà a essere indispensabile al cliente, o dovrà necessariamente modificare il suo ruolo? In queste pagine l'autore cerca la sua risposta considerando la figura del venditore a tutto tondo, anche oltre la sfera prettamente lavorativa, invitandoci a guardare a ciò che nel corso degli anni non è cambiato, alle motivazioni e alle emozioni. Riscopriamo così il fascino di questa professione e il suo valore, prima di tutto umano, in quello che si delinea, andando avanti nella lettura, come un vero e proprio manuale di vita.

L'arte di vendere, di scrivere, di vivere

Un po' di nostalgia per il lavoro, ma anche tanta voglia di rimettersi in gioco con la scrittura: Adriano Tagliapietra, agente in pensione di Verona, nel tempo libero scrive e pubblica racconti e poesie in dialetto e in lingua italiana. Oggi ultraottantenne, Adriano ha lasciato l'attività a 70 anni e, ogni tanto, gli capita di perdersi nei ricordi e di rimpiangere il mestiere di venditore, che per un'intera vita ha svolto con la massima dedizione. Quella che ci ha inviato non è propriamente una poesia, ma un pensiero accorato e sincero, in cui Adriano ha espresso gli stati d'animo, le emozioni, ma anche le incertezze di chi, con 'l'arte del vendere' per tanti anni si è guadagnato da vivere, spesso tra molte difficoltà. Il componimento è, sin dal titolo, una risposta, immaginaria e simbolica, a un preavviso di esonero per raggiunti limiti di età, che, improvvisamente, trasforma un agente in ex agente. La scrittura diventa qui uno sfogo ma anche una dichiarazione d'amore per un lavoro che l'autore ha profondamente amato. Pubblichiamo i suoi versi, augurandogli di trovare nell'arte di scrivere una nuova giovinezza, perché non è certo 'vecchio' chi ancora si emoziona ed è capace di suscitare emozioni.

IN POSSESSO DELLA PREG/VS/*

*Nella mente, è rimasta soltanto
l'immagine marmorea
del soffrire.*

*Non mi resta null'altro
che una patetica nostalgia
per quella felicità virtuale
senza certezze,
nella quale ero immerso
con l'incoscienza dell'avventuriero.
Così: giorno per giorno. Ora per ora,
alla ricerca di una sicurezza
irraggiungibile, impossibile...*

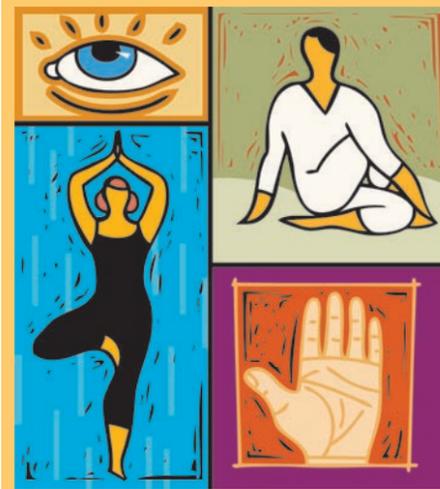
*...e poi: correre,
parlare, viaggiare, sognare forse,
misurare la strada, le distanze,
gli affetti, cento, mille volte...
Ed ancora: conversare, convincere
persone ossessionate, paranoiche,
chiuse in un guscio di edonismo
con una perenne ansietà nell'anima
e nella mente,
come coloro che temono
di perdere l'amante
in una calda notte di luna piena.
Non avevo più frecce nella mia faretra.
Ero come un guerriero
che sfonda la porta del castello
non con la potenza di un ariete, ma
solo con la forza della convinzione...
e non ricordo più quante volte ho pianto...
.....
distinti saluti.....*

Soggiorni termali e climatici: dite la vostra

Fondazione Enasarco Magazine pubblica una volta all'anno (era sul numero scorso) uno 'Speciale Convenzioni' interamente dedicato agli iscritti, con l'elenco completo di tutte le località termali o climatiche, e di tutti gli alberghi, in cui è possibile soggiornare per una o più settimane a condizioni particolarmente vantaggiose.

Mandateci il vostro resoconto su come è andata: raccontateci le caratteristiche, i pregi e le eventuali criticità della località e della struttura che hanno ospitato il vostro soggiorno.

Scrivete a Fondazione Enasarco Magazine, via Antoniotto Usodimare 31, 00154 Roma. Ci aiuterete a organizzare un'offerta di soggiorni sempre più gradevoli, salutari e rilassanti per voi e per i vostri colleghi.



FILM Paul

di Greg Mottola
con Nick Frost,
Simon Pegg, Seth Rogen



Sono ormai anni che il cinema 'per ragazzi', in primo luogo d'animazione, strizza entrambi gli occhi al pubblico adulto, per esempio con battute e citazioni del tutto incomprensibili ai più piccini, in base - si suppone - alla valutazione di marketing secondo cui sono i genitori (o chi ne fa le veci) ad accompagnare in sala i primi, o ad affittare per loro i dvd. *Paul* è, in pratica, l'altra faccia della medaglia, perché turpiloquio, riferimenti sessuali espliciti, ruzza generica e persino qualche oncia di blasfemia (o almeno di feroce irrisione del fanatismo religioso) ne fanno a tutti gli effetti un film 'per grandi', ma se avrete l'ardire di portarci dei ragazzini è probabile che - anche per i motivi sopra elencati - li vedrete piegarsi dalle risate. La trama è semplice: due bambini ultratrentenni appassionati di alieni incontrano 'l'alieno' - Paul, in pratica il nipote scafato di *ET* - e insieme a lui scappano dai cattivi in un *road movie* che interPELLA oltre quarant'anni di cinema americano (da *Easy Rider* a *Incontri ravvicinati*, per dire il minimo) rimodellando su gusti e costumi da terzo millennio la buona vecchia idea di 'film per tutti'.

LIBRI Libertà

Jonathan Franzen

Sarà il tempo, che in questi casi è giudice inappellabile, a stabilire se *Libertà* è un romanzo cui spetta - come qualcuno sostiene sin d'ora - un posto ai piani alti nella storia della letteratura. Di certo la prosa di Franzen - passata, va detto, per la traduzione da applausi di Silvia Pareschi - esprime una finezza, una cura, in cui pare di scorgere il senso dei nove anni trascorsi dal precedente, acclamato *Le correzioni*.

Non aspettatevi ardite soluzioni di scrittura: Franzen non attua rivoluzioni e pratica l'innovazione linguistica con accorta parsimonia. Il segno della sua grandezza sembra anzi risiedere in un'ampiezza di respiro che potrebbe dirsi classica, e che è il tratto - superfluo far nomi - di un paio di secoli di grandi narrazioni familiari. Dietro la mirabile architettura romanzesca, che senza trascurare il contesto storico abbraccia la gioventù dei padri e quella dei figli, ci sono dunque - per classicità e ampiezza - né più né meno che le umane cose: amicizia e amore anzitutto, e famiglia, desiderio, colpa, fragilità. Senza contare la libertà che fa da titolo al tutto, parola perno di una storia che guarda al dentro delle persone e allo 'spirito dei tempi' con uguale, luminosa esattezza.



MOSTRA Made in Italy

Roma, Gagolian Gallery
Fino al 29 Luglio

Che l'Italia eserciti da tempo grande fascino e attrazione sulle élite culturali europee (e poi anche americane) è un dato di fatto che pesca nella classicità, transita per il Rinascimento e ha trovato storica concretizzazione nella pratica del Grand Tour, il viaggio di formazione dei giovani aristocratici - molto in voga nel Settecento - che



aveva il Bel Paese come meta per eccellenza. Incuriosisce però, e perfino inorgogliesce un po', constatare quanto la penisola e la sua arte occupino un posto di primissimo piano anche nell'immaginario più recente. Succede visitando *Made in Italy*, la bella mostra che intonandosi con originalità al nostro centocinquantesimo, annovera in 'sole' 37 opere, ma di impressionante livello medio, nomi come Duchamp, Warhol, Lichtenstein, Giacometti, Rauschenberg, Serra, Twombly, Basquiat, Sherman, Hirst - per dirne solo qualcuno - alle prese con suggestioni italiane di genere così vario che 'scoprire' caso per caso il nesso con l'Italia, ora esplicito ora più riposto, può essere un giocoso piacere aggiuntivo nel godere di questa piccola, intensa collezione di bellezza dedicata ad altra bellezza.

IL CINEMA RACCONTA I VENDITORI

Uno, due, tre!

(1961)
di Billy Wilder
con James Cagney,
Horst Buchholz, Pamela Tiffin

Sebbene non sia tecnicamente un agente di commercio (il suo mandato è quello di dirigere la sede berlinese della Coca-Cola), l'obiettivo dichiarato di vendere la bevanda a stelle e strisce ai Sovietici fa dell'americanissimo C.R. McNamara - James Cagney, straripante - una specie di 'supervenditore'. In piena guerra fredda, periodo che fa da cornice a questa meraviglia wilderiana di cinquant'anni fa, l'obiettivo di vendita suonava infatti poco meno sfidante dei classicissimi ghiaccioli agli Esquimesi.

Accade però che una sceneggiatura che va avanti come una fila di fuochi d'artificio lunga quanto il film decreti che Berlino debba anche essere la meta delle vacanze di Rossella, giovane figlia del grande capo di Atlanta, che pensa bene di innamorarsi di un ardente giovanotto dell'Est. Distratto a forza dall'obiettivo di vendere la bibita yankee ai comunisti, l'energico direttore si ritrova perciò a 'vendere' - in veste di genere - un comunista agli americani, mandando a pie-ni giri il motore di una commedia che mischia zucchero e vetriolo, e un senso del ritmo che forse nessuno ha raggiunto più.



Aiutaci a creare valore aggiunto OFFRIAMO SOLIDARIETÀ



www.focsiv.it



Alberto Acquistapace
Premio del Volontariato Internazionale FOCSIV 2010
ad Haiti, tra emergenza e sviluppo

Aiuta FOCSIV a inviare nuovi volontari nei progetti di sviluppo nei Sud del mondo

Alberto è uno degli oltre 1000 volontari FOCSIV attualmente in servizio.

Uomini e donne pronti a spendere la propria vita in favore di intere comunità che necessitano non solo di un supporto materiale ma anche e soprattutto di un **sostegno umano** e del **contatto fraterno**. Vedono il sogno di un **mondo più giusto** e sostenibile prendere forma attraverso interventi umani e professionali.

Come Alberto, non si tirano indietro, erano sul terreno ieri, ci sono oggi, in prima linea di fronte all'emergenza e ci saranno domani per costruire il futuro.

Puoi fare una donazione tramite:

- **bonifico bancario** presso Banca Popolare Etica, IBAN IT 35 D 05018 03200 000000 510010;
- **conto corrente postale** n. 47405006, intestato a FOCSIV Via S. Francesco di Sales, 18 Roma;
- **oppure visita il sito** www.focsiv.it per effettuare una donazione tramite carta di credito

 **focsiv**
Volontari nel mondo.