

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-



PIANETA AGENTI

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 contribuiscono 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.