

INDICE

- 1.NOVA_N - 14/04/2023 10.28.23 - Imprese: a Fibre Net premio "Industria Felix" per performance finanziarie e gestionali
- 2.NOVA_N - 14/04/2023 10.28.24 - Imprese: a Fibre Net premio "Industria Felix" per performance finanziarie e gestionali (2)
- 3.DIRE - 14/04/2023 12.44.46 - IMPRESE. A FIBRE NET IL PREMIO 'INDUSTRIA FELIX'
- 4.ADNK - 14/04/2023 17.01.23 - IMPRESE: A FIBRE NET IL PREMIO 'INDUSTRIA FELIX' PER PERFORMANCE FINANZIARIE E GESTIONALI =
- 5.DIRE - 17/04/2023 10.01.19 - COMMERCIO. UNIVENDITA: SU PIATTAFORME UE CONSIDERI NOSTRE PECULIARITA'
- 6.DIRE - 17/04/2023 10.02.30 - COMMERCIO. UNIVENDITA: SU PIATTAFORME UE CONSIDERI NOSTRE PECULIARITA'
- 7.NOVC - 17/04/2023 10.05.58 - COMMERCIO, UNIVENDITA: SU PIATTAFORME UE CONSIDERI NOSTRE PECULIARITA'
- 8.TMN - 17/04/2023 10.15.14 - Commercio, Univendita: su piattaforme Ue consideri nostre peculiarità
- 9.NOVA_N - 17/04/2023 13.25.16 - Commercio: Univendita (Confcommercio), su piattaforme Ue consideri nostre peculiarita'
- 10.NOVA - 17/04/2023 13.25.12 - Commercio: Univendita (Confcommercio), su piattaforme Ue consideri nostre peculiarita'
- 11.ADNK - 17/04/2023 13.09.24 - UE: UNIVENDITA, SU PIATTAFORME COMMERCIO CONSIDERI NOSTRE PECULIARITA' =
- 12.LAP - 17/04/2023 12.06.34 - Commercio: Univendita, su piattaforme Ue consideri nostre peculiarità-2-
- 13.LAP - 17/04/2023 12.06.33 - Commercio: Univendita, su piattaforme Ue consideri nostre peculiarità
- 14.NOVC - 17/04/2023 10.41.17 - COMMERCIO, UNIVENDITA (CONFCOMMERCIO): SU PIATTAFORME UE CONSIDERI NOSTRE PECULIARITA'

Imprese: a Fibre Net premio "Industria Felix" per performance finanziarie e gestionali

NOVA0095 3 ECO 1 NOV INT

Imprese: a Fibre Net premio "Industria Felix" per performance finanziarie e gestionali

Roma, 14 apr - (Nova) - Il gruppo friulano Fibre Net, specializzato nella progettazione e produzione di sistemi per rinforzo strutturale e consolidamento antisismico, oltre che per applicazioni nel settore industriale, e' stato insignito dell'Alta Onorificenza di Bilancio durante il 48mo evento del premio 'Industria Felix', promosso dall'omonimo Centro studi che edita il periodico di economia e finanza in edicola con il Sole24Ore. Il riconoscimento riguarda l'intero territorio del Nord Est e Emilia Romagna e premia Fibre Net in quanto azienda che sposa affidabilita' finanziaria e solidi risultati di bilancio con efficaci politiche Esg, a partire dal benessere professionale dei dipendenti. Le Alte Onorificenze, infatti, vengono riservate alle migliori performance gestionali di imprese ritenute solvibili o sicure rispetto al Cerved Group Score Impact. Lo scopo del premio e' poi quello di mettere in rete le imprese virtuose con sede legale in Italia e valorizzarle in ambito globale attraverso un'apposita premialita' dedicata alla vocazione internazionale. (segue) (Rin)

NNNN

Imprese: a Fibre Net premio "Industria Felix" per performance finanziarie e gestionali (2)

NOVA0096 3 ECO 1 NOV INT

Imprese: a Fibre Net premio "Industria Felix" per performance finanziarie e gestionali (2)

Roma, 14 apr - (Nova) - "La sostenibilita' finanziaria che ci viene riconosciuta ci consente di essere affidabili, accanto a committenza e clienti, anche rispetto a commesse di grande rilievo - commenta Cecilia Zampa, Ad e direttore commerciale di Fibre Net -. Penso, ad esempio, alle opere di adeguamento infrastrutturale o agli interventi strategici del Pnrr che richiedono partnership con realta' industriali organizzate, solide e stabili finanziariamente, con una visione aperta al mondo e ai mercati internazionali". Si tratta di "un riconoscimento importante perche', come sempre, dietro i numeri ci sono le persone - chiosa Andrea Zampa, Ad e direttore tecnico del gruppo -. I nostri fondamentali di impresa derivano da una grande attenzione alla formazione e alla ricerca e sviluppo, da una scommessa forte sulla sostenibilita' e dal valore che riconosciamo al welfare aziendale e al benessere organizzativo. Crescere in modo sostenibile significa mantenere sempre gli impegni presi e garantire il massimo sostegno innanzitutto ai nostri collaboratori". (Rin)

NNNN

IMPRESE. A FIBRE NET IL PREMIO 'INDUSTRIA FELIX'

DIR1383 3 POL 0 RR1 N/POL / DIR /TXT

IMPRESE. A FIBRE NET IL PREMIO 'INDUSTRIA FELIX'

(DIRE) Roma, 14 apr. - Il gruppo friulano Fibre Net, specializzato nella progettazione e produzione di sistemi per rinforzo strutturale e consolidamento antisismico, oltre che per applicazioni nel settore industriale, è stato insignito dell'Alta Onorificenza di Bilancio durante il 48esimo evento del Premio 'Industria Felix', promosso dall'omonimo Centro studi che edita il periodico di economia e finanza in edicola con il Sole24Ore.

Il riconoscimento riguarda l'intero territorio del Nord Est e Emilia Romagna e premia Fibre Net in quanto azienda che sposa affidabilità finanziaria e solidi risultati di bilancio con efficaci politiche Esg, a partire dal benessere professionale dei dipendenti. Le Alte Onorificenze, infatti, vengono riservate alle migliori performance gestionali di imprese ritenute solvibili o sicure rispetto al Cerved Group Score Impact. Lo scopo del premio è poi quello di mettere in rete le imprese virtuose con sede legale in Italia e valorizzarle in ambito globale attraverso un'apposita premialità dedicata alla vocazione internazionale.

"La sostenibilità finanziaria che ci viene riconosciuta ci consente di essere affidabili, accanto a committenza e clienti, anche rispetto a commesse di grande rilievo - commenta Cecilia Zampa, Ceo e direttore commerciale di Fibre Net - Penso, ad esempio, alle opere di adeguamento infrastrutturale o agli interventi strategici del PNRR che richiedono partnership con realtà industriali organizzate, solide e stabili finanziariamente, con una visione aperta al mondo e ai mercati internazionali".

"Si tratta di un riconoscimento importante perché, come sempre, dietro i numeri ci sono le persone- chiosa Andrea Zampa, Ceo e direttore tecnico del gruppo- I nostri fondamentali di impresa derivano da una grande attenzione alla formazione e alla ricerca e sviluppo, da una scommessa forte sulla sostenibilità e dal valore che riconosciamo al welfare aziendale e al benessere organizzativo. Crescere in modo sostenibile significa mantenere sempre gli impegni presi e garantire il massimo sostegno innanzitutto ai nostri collaboratori".

(Com/Tar/Dire)

12:43 14-04-23

NNNN

IMPRESE: A FIBRE NET IL PREMIO 'INDUSTRIA FELIX' PER PERFORMANCE FINANZIARIE E GESTIONALI =

ADN1093 7 ECO 0 ADN ECO NAZ

IMPRESE: A FIBRE NET IL PREMIO 'INDUSTRIA FELIX' PER PERFORMANCE FINANZIARIE E GESTIONALI =

Roma, 14 apr. (Adnkronos/Labitalia) - Il gruppo friulano Fibre Net, specializzato nella progettazione e produzione di sistemi per rinforzo strutturale e consolidamento antisismico, oltre che per applicazioni nel settore industriale, è stato insignito dell'Alta Onorificenza di Bilancio durante il 48esimo evento del Premio 'Industria Felix', promosso dall'omonimo centro studi che edita il periodico di economia e finanza in edicola con il Sole24Ore.

Il riconoscimento riguarda l'intero territorio del Nord Est e Emilia Romagna e premia Fibre Net in quanto azienda che sposa affidabilità finanziaria e solidi risultati di bilancio con efficaci politiche Esg, a partire dal benessere professionale dei dipendenti. Le alte onorificenze, infatti, vengono riservate alle migliori performance gestionali di imprese ritenute solvibili o sicure rispetto al Cerved Group Score Impact. Lo scopo del premio è poi quello di mettere in rete le imprese virtuose con sede legale in Italia e valorizzarle in ambito globale attraverso un'apposita premialità dedicata alla vocazione internazionale. "La sostenibilità finanziaria che ci viene riconosciuta ci consente di essere affidabili, accanto a committenza e clienti, anche rispetto a commesse di grande rilievo", commenta Cecilia Zampa, Ceo e direttore commerciale di Fibre Net. "Penso, ad esempio, alle opere di adeguamento infrastrutturale o agli interventi strategici del Pnrr che richiedono partnership con realtà industriali organizzate, solide e stabili finanziariamente, con una visione aperta al mondo e ai mercati internazionali", spiega ancora.

"Si tratta di un riconoscimento importante perché, come sempre, dietro i numeri ci sono le persone", chiosa Andrea Zampa, ceo e direttore tecnico del gruppo. "I nostri fondamentali di impresa derivano da una grande attenzione alla formazione e alla ricerca e sviluppo, da una scommessa forte sulla sostenibilità e dal valore che riconosciamo al welfare aziendale e al benessere organizzativo. Crescere in modo sostenibile significa mantenere sempre gli impegni presi e garantire il massimo sostegno innanzitutto ai nostri collaboratori", conclude.

(Lab-Pal/Adnkronos)

14-APR-23 17:00

NNNN

COMMERCIO. UNIVENDITA: SU PIATTAFORME UE CONSIDERI NOSTRE PECULIARITA'

DIR0451 3 POL 0 RR1 N/POL / DIR /TXT

COMMERCIO. UNIVENDITA: SU PIATTAFORME UE CONSIDERI NOSTRE PECULIARITA'

(DIRE) Roma, 17 apr. - "La tecnologia è utile per supportare la relazione tra le persone, ma non deve mai sostituirla. In questo principio affonda la natura stessa e il valore culturale della vendita diretta che fa del rapporto di fiducia tra incaricato o agente di commercio e cliente, ma anche tra venditore e azienda il proprio punto di forza. Speriamo che anche l'Unione europea lo capisca in sede di legiferazione sul rapporto tra lavoratori e piattaforme digitali". È il commento di Ciro Sinatra, presidente di Univendita, la maggiore associazione del comparto della vendita diretta a domicilio, aderente a Confcommercio, in merito ai contenuti di una proposta di direttiva dell'Europarlamento (Platform work directive) che, nata per dare maggiori tutele ai rider, si è man mano estesa fino a includere potenzialmente nel proprio ambito di azione anche figure professionali ampiamente regolate dalla legislazione italiana.

In un confronto ampio con le aziende e le associazioni di settore sulla riforma della legge del 2005 che regola la vendita diretta, Sinatra ha rincarato: "Una cosa è il coordinamento tra azienda e incaricato attraverso uno strumento telematico di comunicazione. Totalmente altra è eterodirigere il lavoratore o sottometterlo rigidamente a un algoritmo. Bisogna distinguere tra tecnologie informatiche a supporto dello svolgimento delle attività di vendita e piattaforme digitali che organizzano rigidamente e controllano le attività dei lavoratori. Se la vendita diretta fosse inclusa nella direttiva, rischieremmo la conversione automatica dei nostri collaboratori in dipendenti a tempo indeterminato e il settore andrebbe al collasso, oltre al fatto che si vedrebbe alterata la natura del nostro comparto che è fatto di autonomia e flessibilità organizzativa".

"L'omnicanalità è una valida strategia per l'addetto alla vendita diretta: l'uso di strumenti digitali moltiplica i punti di contatto con il cliente, migliora la sua esperienza di prova e di acquisto del prodotto. E migliora anche la qualificazione dell'addetto. Ma l'utilizzo sempre maggiore di questi strumenti non può e non deve farci dimenticare che la gestione del rapporto

in presenza è l'elemento che caratterizza il nostro comparto e non potrà mai essere eliminato. Per noi, alla centralità del cliente corrisponde quella dell'incaricato. Si tratta di un valore assoluto - conclude Sinatra - sul quale si fonda la nostra stessa esistenza".

(Com/Red/ Dire)

10:00 17-04-23

NNNN

COMMERCIO. UNIVENDITA: SU PIATTAFORME UE CONSIDERI NOSTRE PECULIARITA'

DIR0452 3 POL 0 RR1 N/ECO / DIR /TXT

COMMERCIO. UNIVENDITA: SU PIATTAFORME UE CONSIDERI NOSTRE PECULIARITA'

(DIRE) Roma, 17 apr. - "La tecnologia è utile per supportare la relazione tra le persone, ma non deve mai sostituirla. In questo principio affonda la natura stessa e il valore culturale della vendita diretta che fa del rapporto di fiducia tra incaricato o agente di commercio e cliente, ma anche tra venditore e azienda il proprio punto di forza. Speriamo che anche l'Unione europea lo capisca in sede di legiferazione sul rapporto tra lavoratori e piattaforme digitali". È il commento di Ciro Sinatra, presidente di Univendita, la maggiore associazione del comparto della vendita diretta a domicilio, aderente a Confcommercio, in merito ai contenuti di una proposta di direttiva dell'Europarlamento (Platform work directive) che, nata per dare maggiori tutele ai rider, si è man mano estesa fino a includere potenzialmente nel proprio ambito di azione anche figure professionali ampiamente regolate dalla legislazione italiana.

In un confronto ampio con le aziende e le associazioni di settore sulla riforma della legge del 2005 che regola la vendita diretta, Sinatra ha rincarato: "Una cosa è il coordinamento tra azienda e incaricato attraverso uno strumento telematico di comunicazione. Totalmente altra è eterodirigere il lavoratore o sottometterlo rigidamente a un algoritmo. Bisogna distinguere tra tecnologie informatiche a supporto dello svolgimento delle attività di vendita e piattaforme digitali che organizzano rigidamente e controllano le attività dei lavoratori. Se la vendita diretta fosse inclusa nella direttiva, rischieremmo la conversione automatica dei nostri collaboratori in dipendenti a tempo indeterminato e il settore andrebbe al collasso, oltre al fatto che si vedrebbe alterata la natura del nostro comparto che è fatto di autonomia e flessibilità organizzativa".

"L'omnicanalità è una valida strategia per l'addetto alla vendita diretta: l'uso di strumenti digitali moltiplica i punti di contatto con il cliente, migliora la sua esperienza di prova e di acquisto del prodotto. E migliora anche la qualificazione dell'addetto. Ma l'utilizzo sempre maggiore di questi strumenti non può e non deve farci dimenticare che la gestione del rapporto

in presenza è l'elemento che caratterizza il nostro comparto e non potrà mai essere eliminato. Per noi, alla centralità del cliente corrisponde quella dell'incaricato. Si tratta di un valore assoluto - conclude Sinatra - sul quale si fonda la nostra stessa esistenza".

(Com/Red/ Dire)

10:00 17-04-23

NNNN

COMMERCIO, UNIVENDITA: SU PIATTAFORME UE CONSIDERI NOSTRE PECULIARITA'

9CO1385168 4 ECO ITA R01

COMMERCIO, UNIVENDITA: SU PIATTAFORME UE CONSIDERI NOSTRE PECULIARITA' (9Colonne) Roma, 17 apr - "La tecnologia è utile per supportare la relazione tra le persone, ma non deve mai sostituirla. In questo principio affonda la natura stessa e il valore culturale della vendita diretta che fa del rapporto di fiducia tra incaricato o agente di commercio e cliente, ma anche tra venditore e azienda il proprio punto di forza. Speriamo che anche l'Unione europea lo capisca in sede di legiferazione sul rapporto tra lavoratori e piattaforme digitali". È il commento di **Ciro Sinatra**, presidente di Univendita, la maggiore associazione del comparto della vendita diretta a domicilio, aderente a Confcommercio, in merito ai contenuti di una proposta di direttiva dell'Europarlamento (Platform work directive) che, nata per dare maggiori tutele ai rider, si è man mano estesa fino a includere potenzialmente nel proprio ambito di azione anche figure professionali ampiamente regolate dalla legislazione italiana. In un confronto ampio con le aziende e le associazioni di settore sulla riforma della legge del 2005 che regola la vendita diretta, Sinatra ha rincarato: "Una cosa è il coordinamento tra azienda e incaricato attraverso uno strumento telematico di comunicazione. Totalmente altra è eterodirigere il lavoratore o sottometterlo rigidamente a un algoritmo. Bisogna distinguere tra tecnologie informatiche a supporto dello svolgimento delle attività di vendita e piattaforme digitali che organizzano rigidamente e controllano le attività dei lavoratori. Se la vendita diretta fosse inclusa nella direttiva, rischieremmo la conversione automatica dei nostri collaboratori in dipendenti a tempo indeterminato e il settore andrebbe al collasso, oltre al fatto che si vedrebbe alterata la natura del nostro comparto che è fatto di autonomia e flessibilità organizzativa".

"L'omnicanalità è una valida strategia per l'addetto alla vendita diretta: l'uso di strumenti digitali moltiplica i punti di contatto con il cliente, migliora la sua esperienza di prova e di acquisto del prodotto. E migliora anche la qualificazione dell'addetto. Ma l'utilizzo sempre maggiore di questi strumenti non può e non deve farci dimenticare che la gestione del rapporto in presenza è l'elemento che caratterizza il nostro comparto e non potrà mai essere eliminato. Per noi, alla centralità del cliente corrisponde quella dell'incaricato. Si tratta di un valore assoluto - conclude Sinatra - sul quale si fonda la nostra stessa esistenza".

(redm)

171005 APR 23

Commercio, Univendita: su piattaforme Ue consideri nostre peculiarità

Commercio, Univendita: su piattaforme Ue consideri nostre peculiarità
Commercio, Univendita: su piattaforme Ue consideri nostre peculiarità

Roma, 17 apr. (askanews) - "La tecnologia è utile per supportare la relazione tra le persone, ma non deve mai sostituirla. In questo principio affonda la natura stessa e il valore culturale della vendita diretta che fa del rapporto di fiducia tra incaricato o agente di commercio e cliente, ma anche tra venditore e azienda il proprio punto di forza. Speriamo che anche l'Unione europea lo capisca in sede di legiferazione sul rapporto tra lavoratori e piattaforme digitali". È il commento di **Ciro Sinatra**, presidente di Univendita, la maggiore associazione del comparto della vendita diretta a domicilio, aderente a Confcommercio, in merito ai contenuti di una proposta di direttiva dell'Europarlamento (Platform work directive) che, nata per dare maggiori tutele ai rider, si è man mano estesa fino a includere potenzialmente nel proprio ambito di azione anche figure professionali ampiamente regolate dalla legislazione italiana.

In un confronto ampio con le aziende e le associazioni di settore sulla riforma della legge del 2005 che regola la vendita diretta, Sinatra ha rincarato: "Una cosa è il coordinamento tra azienda e incaricato attraverso uno strumento telematico di comunicazione. Totalmente altra è eterodirigere il lavoratore o sottometterlo rigidamente a un algoritmo. Bisogna distinguere tra tecnologie informatiche a supporto dello svolgimento delle attività di vendita e piattaforme digitali che organizzano rigidamente e controllano le attività dei lavoratori. Se la vendita diretta fosse inclusa nella direttiva, rischieremmo la conversione automatica dei nostri collaboratori in dipendenti a tempo indeterminato e il settore andrebbe al collasso, oltre al fatto che si vedrebbe alterata la natura del nostro comparto che è fatto di autonomia e flessibilità organizzativa".

"L'omnicanalità è una valida strategia per l'addetto alla vendita diretta: l'uso di strumenti digitali moltiplica i punti di contatto con il cliente, migliora la sua esperienza di prova e di acquisto del prodotto. E migliora anche la qualificazione

dell'addetto. Ma l'utilizzo sempre maggiore di questi strumenti non può e non deve farci dimenticare che la gestione del rapporto in presenza è l'elemento che caratterizza il nostro comparto e non potrà mai essere eliminato. Per noi, alla centralità del cliente corrisponde quella dell'incaricato. Si tratta di un valore assoluto - conclude Sinatra - sul quale si fonda la nostra stessa esistenza".

Red 20230417T101408Z

Commercio: Univendita (Confcommercio), su piattaforme Ue consideri nostre peculiarita'

NOVA0201 3 EST 1 NOV ECO INT

Commercio: Univendita (Confcommercio), su piattaforme Ue consideri nostre peculiarita'

Roma, 17 apr - (Nova) - "La tecnologia e' utile per supportare la relazione tra le persone, ma non deve mai sostituirla. In questo principio affonda la natura stessa e il valore culturale della vendita diretta che fa del rapporto di fiducia tra incaricato o agente di commercio e cliente, ma anche tra venditore e azienda il proprio punto di forza. Speriamo che anche l'Unione europea lo capisca in sede di legiferazione sul rapporto tra lavoratori e piattaforme digitali". E' il commento di **Ciro Sinatra**, presidente di Univendita, la maggiore associazione del comparto della vendita diretta a domicilio, aderente a Confcommercio, in merito ai contenuti di una proposta di direttiva dell'Europarlamento (Platform work directive) che, nata per dare maggiori tutele ai rider, si e' man mano estesa fino a includere potenzialmente nel proprio ambito di azione anche figure professionali ampiamente regolate dalla legislazione italiana. In un confronto ampio con le aziende e le associazioni di settore sulla riforma della legge del 2005 che regola la vendita diretta, Sinatra ha rincarato: "Una cosa e' il coordinamento tra azienda e incaricato attraverso uno strumento telematico di comunicazione. Totalmente altra e' eterodirigere il lavoratore o sottometterlo rigidamente a un algoritmo. Bisogna distinguere tra tecnologie informatiche a supporto dello svolgimento delle attivita' di vendita e piattaforme digitali che organizzano rigidamente e controllano le attivita' dei lavoratori. Se la vendita diretta fosse inclusa nella direttiva, rischieremmo la conversione automatica dei nostri collaboratori in dipendenti a tempo indeterminato e il settore andrebbe al collasso, oltre al fatto che si vedrebbe alterata la natura del nostro comparto che e' fatto di autonomia e flessibilita' organizzativa". "L'omnicanalita' e' una valida strategia per l'addetto alla vendita diretta: l'uso di strumenti digitali moltiplica i punti di contatto con il cliente, migliora la sua esperienza

di prova e di acquisto del prodotto. E migliora anche la qualificazione dell'addetto. Ma l'utilizzo sempre maggiore di questi strumenti non puo' e non deve farci dimenticare che la gestione del rapporto in presenza e' l'elemento che caratterizza il nostro comparto e non potra' mai essere eliminato. Per noi, alla centralita' del cliente corrisponde quella dell'incaricato. Si tratta di un valore assoluto - conclude Sinatra - sul quale si fonda la nostra stessa esistenza". (Rin)

NNNN

Commercio: Univendita (Confcommercio), su piattaforme Ue consideri nostre peculiarita'

NOVA0344 3 EST 1 NOV ECO INT

Commercio: Univendita (Confcommercio), su piattaforme Ue consideri nostre peculiarita'

Roma, 17 apr - (Nova) - "La tecnologia e' utile per supportare la relazione tra le persone, ma non deve mai sostituirla. In questo principio affonda la natura stessa e il valore culturale della vendita diretta che fa del rapporto di fiducia tra incaricato o agente di commercio e cliente, ma anche tra venditore e azienda il proprio punto di forza. Speriamo che anche l'Unione europea lo capisca in sede di legiferazione sul rapporto tra lavoratori e piattaforme digitali". E' il commento di **Ciro Sinatra**, presidente di Univendita, la maggiore associazione del comparto della vendita diretta a domicilio, aderente a Confcommercio, in merito ai contenuti di una proposta di direttiva dell'Europarlamento (Platform work directive) che, nata per dare maggiori tutele ai rider, si e' man mano estesa fino a includere potenzialmente nel proprio ambito di azione anche figure professionali ampiamente regolate dalla legislazione italiana. In un confronto ampio con le aziende e le associazioni di settore sulla riforma della legge del 2005 che regola la vendita diretta, Sinatra ha rincarato: "Una cosa e' il coordinamento tra azienda e incaricato attraverso uno strumento telematico di comunicazione. Totalmente altra e' eterodirigere il lavoratore o sottometterlo rigidamente a un algoritmo. Bisogna distinguere tra tecnologie informatiche a supporto dello svolgimento delle attivita' di vendita e piattaforme digitali che organizzano rigidamente e controllano le attivita' dei lavoratori. Se la vendita diretta fosse inclusa nella direttiva, rischieremmo la conversione automatica dei nostri collaboratori in dipendenti a tempo indeterminato e il settore andrebbe al collasso, oltre al fatto che si vedrebbe alterata la natura del nostro comparto che e' fatto di autonomia e flessibilita' organizzativa". "L'omnicanalita' e' una valida strategia per l'addetto alla vendita diretta: l'uso di strumenti digitali moltiplica i punti di contatto con il cliente, migliora la sua esperienza

di prova e di acquisto del prodotto. E migliora anche la qualificazione dell'addetto. Ma l'utilizzo sempre maggiore di questi strumenti non puo' e non deve farci dimenticare che la gestione del rapporto in presenza e' l'elemento che caratterizza il nostro comparto e non potra' mai essere eliminato. Per noi, alla centralita' del cliente corrisponde quella dell'incaricato. Si tratta di un valore assoluto - conclude Sinatra - sul quale si fonda la nostra stessa esistenza". (Rin)

NNNN

UE: UNIVENDITA, SU PIATTAFORME COMMERCIO CONSIDERI NOSTRE PECULIARITA' =

ADN0558 7 ECO 0 ADN ECO NAZ

UE: UNIVENDITA, SU PIATTAFORME COMMERCIO CONSIDERI NOSTRE PECULIARITA'
=

Roma, 17 apr. (Adnkronos/Labitalia) - "La tecnologia è utile per supportare la relazione tra le persone, ma non deve mai sostituirla. In questo principio affonda la natura stessa e il valore culturale della vendita diretta che fa del rapporto di fiducia tra incaricato o agente di commercio e cliente, ma anche tra venditore e azienda il proprio punto di forza. Speriamo che anche l'Unione europea lo capisca in sede di legislazione sul rapporto tra lavoratori e piattaforme digitali". È il commento di **Ciro Sinatra**, presidente di Univendita, la maggiore associazione del comparto della vendita diretta a domicilio, aderente a Confcommercio, in merito ai contenuti di una proposta di direttiva dell'Europarlamento (Platform work directive) che, nata per dare maggiori tutele ai rider, si è man mano estesa fino a includere potenzialmente nel proprio ambito di azione anche figure professionali ampiamente regolate dalla legislazione italiana.

In un confronto ampio con le aziende e le associazioni di settore sulla riforma della legge del 2005 che regola la vendita diretta, Sinatra ha rincarato: "Una cosa è il coordinamento tra azienda e incaricato attraverso uno strumento telematico di comunicazione. Totalmente altra è eterodirigere il lavoratore o sottometterlo rigidamente a un algoritmo. Bisogna distinguere tra tecnologie informatiche a supporto dello svolgimento delle attività di vendita e piattaforme digitali che organizzano rigidamente e controllano le attività dei lavoratori. Se la vendita diretta fosse inclusa nella direttiva, rischieremmo la conversione automatica dei nostri collaboratori in dipendenti a tempo indeterminato e il settore andrebbe al collasso, oltre al fatto che si vedrebbe alterata la natura del nostro comparto che è fatto di autonomia e flessibilità organizzativa".

"L'omnicanalità è una valida strategia per l'addetto alla vendita diretta: l'uso di strumenti digitali moltiplica i punti di contatto con il cliente, migliora la sua esperienza di prova e di acquisto del prodotto. E migliora anche la qualificazione dell'addetto. Ma l'utilizzo sempre maggiore di questi strumenti non può e non deve farci dimenticare che la gestione del rapporto in presenza è

l'elemento che caratterizza il nostro comparto e non potrà mai essere eliminato. Per noi, alla centralità del cliente corrisponde quella dell'incaricato. Si tratta di un valore assoluto - conclude Sinatra- sul quale si fonda la nostra stessa esistenza".

(Lab/Adnkronos)

ISSN 2465 - 1222

17-APR-23 13:09

NNNN

Commercio: Univendita, su piattaforme Ue consideri nostre peculiarità-2-

Commercio: Univendita, su piattaforme Ue consideri nostre peculiarità-2- Milano, 17 apr. (LaPresse) - "Se la vendita diretta fosse inclusa nella direttiva, rischieremmo la conversione automatica dei nostri collaboratori in dipendenti a tempo indeterminato e il settore andrebbe al collasso, oltre al fatto che si vedrebbe alterata la natura del nostro comparto che è fatto di autonomia e flessibilità organizzativa", ha aggiunto Sinatra. "L'omnicanalità è una valida strategia per l'addetto alla vendita diretta: l'uso di strumenti digitali moltiplica i punti di contatto con il cliente, migliora la sua esperienza di prova e di acquisto del prodotto. E migliora anche la qualificazione dell'addetto. Ma l'utilizzo sempre maggiore di questi strumenti non può e non deve farci dimenticare che la gestione del rapporto in presenza è l'elemento che caratterizza il nostro comparto e non potrà mai essere eliminato. Per noi, alla centralità del cliente corrisponde quella dell'incaricato. Si tratta di un valore assoluto - conclude Sinatra - sul quale si fonda la nostra stessa esistenza". ECO NG01 ccl/kat 171205 APR 23

Commercio: Univendita, su piattaforme Ue consideri nostre peculiarità

Commercio: Univendita, su piattaforme Ue consideri nostre peculiarità Milano, 17 apr. (LaPresse) - "La tecnologia è utile per supportare la relazione tra le persone, ma non deve mai sostituirla. In questo principio affonda la natura stessa e il valore culturale della vendita diretta che fa del rapporto di fiducia tra incaricato o agente di commercio e cliente, ma anche tra venditore e azienda il proprio punto di forza. Speriamo che anche l'Unione europea lo capisca in sede di legiferazione sul rapporto tra lavoratori e piattaforme digitali". È il commento di **Ciro Sinatra**, presidente di Univendita, la maggiore associazione del comparto della vendita diretta a domicilio, aderente a Confcommercio, in merito ai contenuti di una proposta di direttiva dell'Europarlamento (Platform work directive) che, nata per dare maggiori tutele ai rider, si è man mano estesa fino a includere potenzialmente nel proprio ambito di azione anche figure professionali ampiamente regolate dalla legislazione italiana. In un confronto ampio con le aziende e le associazioni di settore sulla riforma della legge del 2005 che regola la vendita diretta, Sinatra ha rincarato: "Una cosa è il coordinamento tra azienda e incaricato attraverso uno strumento telematico di comunicazione. Totalmente altra è eterodirigere il lavoratore o sottometterlo rigidamente a un algoritmo. Bisogna distinguere tra tecnologie informatiche a supporto dello svolgimento delle attività di vendita e piattaforme digitali che organizzano rigidamente e controllano le attività dei lavoratori. (Segue) ECO NG01 ccl/kat 171205 APR 23

COMMERCIO, UNIVENDITA (CONFCOMMERCIO): SU PIATTAFORME UE CONSIDERI NOSTRE PECULIARITA'

9CO1385180 4 POL ITA R01

COMMERCIO, UNIVENDITA (CONFCOMMERCIO): SU PIATTAFORME UE CONSIDERI NOSTRE PECULIARITA'

(9Colonne) Roma, 17 apr - "La tecnologia è utile per supportare la relazione tra le persone, ma non deve mai sostituirla. In questo principio affonda la natura stessa e il valore culturale della vendita diretta che fa del rapporto di fiducia tra incaricato o agente di commercio e cliente, ma anche tra venditore e azienda il proprio punto di forza. Speriamo che anche l'Unione europea lo capisca in sede di legiferazione sul rapporto tra lavoratori e piattaforme digitali". È il commento di **Ciro Sinatra**, presidente di Univendita, la maggiore associazione del comparto della vendita diretta a domicilio, aderente a Confcommercio, in merito ai contenuti di una proposta di direttiva dell'Europarlamento (Platform work directive) che, nata per dare maggiori tutele ai rider, si è man mano estesa fino a includere potenzialmente nel proprio ambito di azione anche figure professionali ampiamente regolate dalla legislazione italiana. In un confronto ampio con le aziende e le associazioni di settore sulla riforma della legge del 2005 che regola la vendita diretta, Sinatra ha rincarato: "Una cosa è il coordinamento tra azienda e incaricato attraverso uno strumento telematico di comunicazione. Totalmente altra è eterodirigere il lavoratore o sottometterlo rigidamente a un algoritmo. Bisogna distinguere tra tecnologie informatiche a supporto dello svolgimento delle attività di vendita e piattaforme digitali che organizzano rigidamente e controllano le attività dei lavoratori. Se la vendita diretta fosse inclusa nella direttiva, rischieremmo la conversione automatica dei nostri collaboratori in dipendenti a tempo indeterminato e il settore andrebbe al collasso, oltre al fatto che si vedrebbe alterata la natura del nostro comparto che è fatto di autonomia e flessibilità organizzativa". "L'omnicanalità è una valida strategia per l'addetto alla vendita diretta: l'uso di strumenti digitali moltiplica i punti di contatto con il cliente, migliora la sua esperienza di prova e di acquisto del prodotto. E migliora anche la qualificazione dell'addetto. Ma l'utilizzo sempre maggiore di questi strumenti non può e non deve farci dimenticare che la gestione del rapporto in presenza è l'elemento che caratterizza il nostro comparto e non potrà mai essere eliminato. Per noi, alla centralità del cliente corrisponde quella dell'incaricato. Si tratta di un valore assoluto - conclude Sinatra - sul quale si fonda la nostra stessa esistenza".

(Red - Sis)

171040 APR 23

