

**ECONOMIA & ANALISI**

# I GIOVANI SI SENTONO PIÙ IMPRENDITORI

**Vendite dirette: Italia terza, alle spalle di Germania e Francia, in un mercato che, a livello Ue, vale oltre 13 miliardi di euro**

Roberto Pacifico

La ricerca sull'imprenditorialità in Europa 2011, presentata a Milano da **Michel Meissner**, vice presidente Corporate Affairs Amway Europe, realizzata in collaborazione con Amway Europe, GfK Market Research e LMU Entrepreneurship Center, ha coinvolto 12 paesi (8 membri Ue + Russia, Svizzera, Turchia, Ucraina), e si basa su un campione di 13.500 intervistati di età superiore a 14 anni. Quello sull'auto-imprenditorialità è fra i dati più interessanti: la propensione a essere capi di stessi è vista in modo positivo dalla maggior parte degli Europei, con punte in Danimarca (88%), Gran Bretagna (82%), Francia (76%) e Svizzera (74%). L'Italia segue al quinto posto (70%), mentre la Germania (61%) occupa una posizione piuttosto bassa in questa classifica dopo Spagna, Polonia, Ucraina, Turchia.

Sono gli uomini (47,6%) più che le donne (38,7%) ad avvertire questa esigenza, mentre fra le donne prevale la motivazione dell'equilibrio tra vita privata e lavorativa (26,5% vs 18,3% degli uomini). Comunque, per entrambi i sessi, autorealizzazione e auto-determinazione ("to be oneself's boss") spiccano come le due ragioni più importanti.

La ricerca è stata presentata non a caso nel corso della convention mondiale del direct selling, canale commerciale storicamente rappresentato in Italia da Avedisco. La vendita diretta si sta evolvendo verso una dimensione sempre più moderna, offrendo spazi di sviluppo non trascurabili sia a chi, giovane o adulto, cerca lavoro ed esige nel contempo una certa libertà nella gestione del proprio tempo, sia a coloro che, già occupati, vogliono dedicarsi a un'altra attività che non sia invasiva rispetto a quella principale. "Passaparola e networking aziendale saranno canali sempre più importanti per lo sviluppo delle vendite dirette" aggiunge **Giovanni Paolino**, presidente di

## Obiettivo: essere capi di se stessi

indagine sull'imprenditorialità a livello europeo - valori in %



Fonte: European Entrepreneurship Report

Avedisco nonché direttore generale della veronese Eismann, noto operatore specializzato nella distribuzione a domicilio di prodotti surgelati.

I tre top executive delle vendite dirette mondiali, si sono riuniti a Milano per il round table sulla situazione attuale e le prospettive del door-to-door in Italia e in Europa: **Alessandro Carlucci**, presidente Wfidsa (Federazione mondiale delle associazioni di vendita diretta), lo svedese **Magnus Bränström**, nuovo Ceo Seldia,

associazione europea delle vendite dirette, e Giovanni Paolino, presidente di Avedisco. Carlucci è anche Ceo di Natura, gruppo brasiliano leader in Sudamerica nella vendita diretta di prodotti per la bellezza, e da poco presente anche in Europa con una sede in Francia.

Costituita da 30 soci effettivi (fra i quali Amway Italia, Avon, Eismann, Fmr Art'è, Herbalife, Stanhome, Yves Rocher Italia), con vendite complessive di 895 milioni di euro nel 2011, realizzate da 241.000 incaricati, da oltre 40 anni (è nata nel 1969) Avedisco è il punto di riferimento per un settore, quello delle vendite a domicilio, che gioca un ruolo di primaria importanza in ambito europeo: l'Italia è al terzo posto, alle spalle di Germania e Francia, in un mercato che vale, in termini di fatturato al consumo, complessivamente 17,8 miliardi di euro, 13,4 miliardi prodotti dai Paesi Ue. Le aziende Avedisco rappresentano il 38% del fatturato complessivo in Italia che ammonta a circa 2,4 miliardi di euro.

## Potenzialità forti

risultati generali per l'Europa, 2011 - valori in %

