

	Italia
Data	09-09-2016
Testata	Italia Oggi
Titolo dell'articolo	La Vendita Diretta non conosce la crisi
Short Summary	Dati Seldia e WfDSA

Italia Oggi

Fatturato a +7,7% nel mondo. Italia (+17%) quarta in Europa

La vendita diretta non conosce la crisi

Quella della vendita diretta si conferma un'industria dal forte potenziale. Nel 2015 il fatturato complessivo del settore a livello globale è aumentato del 7,7% rispetto all'anno precedente con un importo complessivo di 183,7 miliardi di dollari (166,2 miliardi di euro), secondo i dati rilasciati da Seldia (European direct selling association) e Wfdsa (World federation of direct selling associations), le associazioni rappresentative del settore cui aderisce Avedisco, rappresentando la vendita diretta nella penisola.

In particolare nella classifica mondiale dei mercati, che vede al primo posto gli Stati Uniti seguiti da Cina, Corea e Germania, l'Italia si colloca al 12° posto mentre a livello europeo il nostro paese si attesta al 4° posto dietro Germania, Francia e Gran Bretagna.

Il mercato della vendita diretta in Italia, è risultato in costante crescita negli ultimi cinque anni. In particolare le 38 aziende associate Avedisco hanno riportato nell'ultimo anno un fatturato complessivo di oltre 568 milioni di euro con una variazione percentua-

le in crescita del 17% per un totale di oltre 17 mila incaricati alle vendite (+11,46%) mostrandosi così in controtendenza rispetto ai dati nazionali relativi all'occupazione.

Anche a livello internazionale il dato relativo al valore occupazionale è significativo e dimostra il successo del direct selling nel mondo: Seldia e Wfdsa rilevano in Europa 14 milioni di incaricati alle vendite (di cui l'80% sono donne), mentre nel mondo sono oltre 103 milioni.

«Gli ultimi dati sono estremamente incoraggianti per il settore», racconta **Giovanni Paolino**, presidente di Avedisco.

«Un successo dovuto all'ottimo lavoro di sinergia tra le varie associazioni nazionali e le due istituzioni internazionali che collaborano costantemente per rendere sempre più fruibile ai mercati il nostro modello di business e proseguire verso un trend di crescita positivo. Promuovere il nostro modello di business, creare, sostenere e rafforzare i principi e le normative di questa forma di distribuzione e garantire che le istituzioni siano consapevoli dei vantaggi economici di tale attività, sono gli obiettivi che da sempre ci accomunano».



Giovanni Paolino