

	Italia
Data	09-11-2017
Testata	Economy
Titolo dell'articolo	Ma il vecchio porta a porta è sempre...il benvenuto
Short Summary	Vendita Diretta

Ma il vecchio porta a porta è sempre... il benvenuto

Numeri ottimi e mai in calo per i venditori diretti. E il presidente dell'associazione che li raggruppa non ha dubbi sul futuro: la fiducia dei consumatori sta risalendo e questo a Natale inciderà anche sulla spesa

di Riccardo Venturi



Fra tanti punti interrogativi, una certezza: sarà un Natale di pieno successo per la vendita diretta, un settore che non conosce crisi, anzi, vanta numeri ottimi. Più di 361 milioni di fatturato nel primo semestre dell'anno, con una crescita di oltre il 9% rispetto allo stesso periodo del 2016 (vedi tabella), e un boom degli addetti alle vendite, con oltre 200mila unità (+16%). Sono dati che riguardano le 38 aziende associate di Avedisco, Associazione Vendite Dirette Servizio Consumatori, il cui settore più importante è l'alimentare-nutrizionale (integratori e surgelati, per intenderci), in grande spolvero con 273 milioni di fattura-

to nel primo semestre, in crescita di oltre il 10%, seguito da cosmesi e accessori moda. «Sarà un buon Natale: questo risveglio dell'economia di cui si parla, vero o falso che sia, spingerà i clienti al consumo. La gente ha voglia di fare un Natale più allegro degli anni scorsi. Una spinta che si sentirà anche sulla vendita diretta, che già sta andando molto bene» dice Giovanni Paolino, presidente di Avedisco. «Credo andranno per la maggiore i profumi, i prodotti alimentari, gli integratori, i piccoli e grandi elettrodomestici. Certo, per Natale è più facile regalare un profumo che un aspirapolvere... Ma qualcuno regalerà, o si regalerà, anche beni durevoli». C'è inoltre

un motivo strutturale che spinge i venditori diretti a raddoppiare gli sforzi a fine anno, contribuendo a buone vendite natalizie: «Tutti gli addetti alle vendite hanno dei target che, se raggiunti, prevedono premi-attività, come per esempio viaggi omaggio. Non a caso anche il Natale dell'anno scorso è andato bene» spiega Giovanni Paolino.

Il presidente di Avedisco crede poco nel calo dei consumi registrato ad agosto, molto invece nella crescita della fiducia dei consumatori: «Il piccolo calo dei consumi in agosto è stato sopravvalutato, perché ha inciso molto il clima, con temperature altissime. La crescita della fiducia dei consumatori invece è molto importante. Se tutti i giorni leggo dappertutto che "siamo in crisi" si diffonde il timore sul futuro e i consumi si contraggono. Ma se mi si comincia a dire che le cose si muovono, anche se come salariato con reddito fisso io non lo percepisco, cambia però la mia propensione al consumo, perché si diffonde un clima di fiducia e comincio a pensare che i miei figli forse troveranno lavoro... Negli ultimi mesi abbiamo notato

«GLI ITALIANI HANNO BUONA CAPACITÀ DI REAGIRE ALLA CRISI. NON RINUNCIANO ALLA QUALITÀ MA ALLA QUANTITÀ: BEVO MENO, MA BEVO UN BUON VINO.»

questo cambiamento nei clienti della vendita diretta». Secondo Giovanni Paolino, poi, gli italiani hanno una buona capacità di reagire alle crisi, e quindi anche di uscirne più in fretta: «Ci sono meccanismi tipicamente italiani. In tempi di crisi non rinuncio alla qualità, ma riduco la quantità: bevo sempre un buon vino, ma ne bevo un po' di meno. Idem la crema, non ne compro una scadente, continuo ad acquistare un prodotto di qualità e magari ne uso meno. All'estero quando c'è crisi si blocca tutto. In Germania quando hanno detto: c'è crisi, la gente ha letteralmente chiuso i mutui, anche rinunciando alle rate già pagate dell'auto. Noi abbiamo una capacità di sopportare e di reagire alle crisi molto più forte». Che sollievo: un po' di ottimismo.

Aziende associate Avedisco - Fatturato vendite 1° trimestre 2016/2017

(dati in migliaia di Euro - IVA inclusa)

CATEGORIE MERCEOLOGICHE	1° Semestre 2016	1° Semestre 2017	DIFFERENZA assoluta	DIFFERENZA%
Cosmesi e accessori moda	29.967	31.262	1.295	4,32%
Casa beni di consumo	7.209	7.178	-31	-0,43%
Casa beni durevoli	19.057	20.374	1.317	6,91%
Tessile	10.766	10.079	-687	-6,38%
Alimentare-nutrizionale	246.260	273.170	26.910	10,93%
Servizi	3.207	4.852	1.645	51,29%
Altro	14.124	14.115	-9	-0,06
TOTALE	330.590	361.030	30.440	9,21%
N. INCARICATI ALLE VENDITE	174.644	203.471	28.827	16,51%