

**NOTES**

• P R O F E S S I O N I •

# Vita di un venditore a domicilio un lavoro decisamente "in rosa"

GLI INCARICATI AL "PORTA A PORTA" PER LA MAGGIOR PARTE SONO DONNE, ATTIRATE DAGLI ORARI FLESSIBILI E DALL'OPPORTUNITÀ DI GUADAGNARE IN BASE ALL'IMPEGNO. E ANCHE I PENSIONATI...



**A**rthur Miller ha reso immortale il suo commesso viaggiatore che andava a bussare porta a porta. Ma chi svolge questo lavoro adesso si fa chiamare incaricato alla vendita e anche i sistemi di commercializzazione sono cambiati e si sono adeguati ai tempi.

Il mondo delle vendite dirette anche in Italia fa registrare numeri importanti: oltre 200mila gli addetti per più di un miliardo di euro all'anno di fatturato. Cifre che hanno portato la Avedisco (Associazione vendite dirette servizio consumatori) a realizzare ricer-

che e forum annuali sul fenomeno. L'associazione che rappresenta il settore conta 34 imprese iscritte che costituiscono il 50% del fatturato complessivo del comparto.

Negli ultimi anni il mercato del lavoro è stato og-

getto di profondi cambiamenti sociali. In particolare si sono fatte spazio forme di occupazione flessibile come l'impegno professionale indipendente e autogestito. In questo ambito, un significativo ruolo economico viene svolto dalle vendite dirette, un settore che segna piccoli ma costanti trend di crescita.

Quella del venditore a domicilio è un'attività "in rosa", per l'alta percentuale di donne (circa l'80%) che scelgono di fare di questo lavoro la loro professione. Ad attirarle sono la flessibilità nell'orario di lavoro, la possibilità di poter decidere quanto guadagnare in relazione all'impegno profuso e la possibilità di stabilire relazioni sociali.

Per quanto riguarda i sistemi di vendita, si va dalle dimostrazioni a domicilio previo appuntamento, adottate per esempio dalla Folletto, ai party, organizzati da aziende quali Tupperware e StanHome, nei quali ci si

ritrova fra amiche nel salotto di una padrona di casa.

È ormai finito il tempo delle tentate "intrusioni" a sorpresa nelle case dei potenziali acquirenti. Ora i venditori a domicilio hanno un codice di comportamento e alcuni adempimenti che sono previsti dalla legge come quello di dover obbligatoriamente mostrare il tesserino di riconoscimento fornito dall'azienda per cui si lavora, che è rilasciato solo dopo una comunicazione alle autorità di Pubblica sicurezza.

Secondo i dati forniti da Avedisco, nel primo semestre del 2007 il settore più dinamico del comparto, ancora una volta, è stato quello "alimentare/nutrizionale", che ha segnato un incremento dell'8,7 per cento, seguito dalle buone performance dei "servizi" (+4,4%) e del "tessile" (+4,1%). Segno positivo anche per i "beni di consumo casa" che con oltre 70 milio-

## IL CODICE DI COMPORTAMENTO

**S**ono queste le principali norme che disciplinano il rapporto con l'acquirente previste dal "Codice di comportamento della vendita diretta" elaborato e adottato da Avedisco.

● **Presentazione dell'offerta**

Gli incaricati devono assistere il consumatore nella valutazione della natura dell'offerta e dare il tempo sufficiente per valutare attentamente l'intero contratto.

● **Promesse verbali**  
Gli incaricati non devono

fare dichiarazioni o dimostrazioni che, direttamente o implicitamente, possano ingannare il consumatore sui termini dell'offerta.

● **Ripensamento e restituzione dei beni**  
Le imprese devono