

«Ecco il prodotto...» Comincia la festa

In salotto le dimostrazioni tra amici

— LEGNANO —

«**I**N QUESTI anni ho conosciuto molte persone tanto che mio marito, quando dobbiamo uscire insieme, quasi si rifiuta di accompagnarmi, perché è un continuo salutare e fermarsi a chiacchierare». Scherza, Giovanna D'Aprile, dinamica 38enne di San Giorgio su Legnano. Lei è una delle 100 venditrici Tupperware che coprono la "concessionaria Diamante" (zona Altomilanese) della multinazionale americana, leader nella produzione e vendita di prodotti per la conservazione degli alimenti. Giovanna, di professione ottica, impiega parte del suo tempo libero a proporre i prodotti Tupperware, un'azienda che, da sempre, opera nella vendita diretta attraverso i cosiddetti party plan. «Si tratta di vere e proprie feste — racconta Giovanna — durante le quali, è vero, si fanno le dimostrazioni dei prodotti, ma è altrettanto vero, che ci si diverte tantissimo e si scherza in continuazione». Sono le 21 di un martedì di dicembre. Giovanna attende «le amiche» nella sua taverna. Al centro un tavolo, su cui spiccano i prodotti Tupperware. Intorno, le sedie per le amiche. Indossa un kimono giapponese e accoglie gli ospiti con un inchino. «Questa sera alla dimostrazione ci sono solamente donne — racconta —, ma non è raro che partecipino anche i fidanzati e i mariti. Anzi, gli uomini sono quelli che spendono di più». Pina, Fortunata, Maria, Antonietta, Dina, Valentina, Paola, Antonella e Simona arrivano, e il party ha inizio. «Ho cominciato 11 anni fa quando ho conosciuto Pina — racconta Giovanna — che, prima di me, aveva iniziato a vendere i prodotti Tupperware. Oggi, faccio anche sei dimostrazioni alla settimana». Dalla

casa, agli alimenti nutrizionali, per parlare di Carlos Calçada Bastos (nella foto a sinistra), di Abbiategrasso, un altro dei tanti incaricati alla vendita della nostra zona. Ha 51 anni e da 15 anni è in Herbalife, azienda che «propone prodotti per il benessere fisico e mentale».

PORTOGHESE di origine, mamma milanese, Carlos ha iniziato a proporre come "distributore" Herbalife grazie alla sorella. «Volevo dimagrire — racconta — e ho provato i prodotti che mia sorella mi ha consigliato. Un successo straordinario. Nel tempo, ho trovato moltissimi clienti per mia sorella, poi ho deciso di mettermi in gioco». È il 1993: Carlos è socio di un'azienda che

opera a Taiwan e Hong Kong. La sorella gli propone di partecipare a un corso di formazione Herbalife: «Ci sono andato con scetticismo — racconta —. Poi, nel giro di poche settimane ho

mollato tutto, ho venduto le mie quote societarie e ho iniziato a lavorare solo per Herbalife. Oggi sono un membro del president's team italiano». Per inquadrare il discorso, in Herbalife si diventa president team quando il proprio network di venditori raggiunge un fatturato di 200mila euro mensili, per tre mesi consecutivi. «Il modello di vendita di Herbalife — continua Carlos — mi ha cambiato radicalmente. Il network marketing è una scuola di vita: nulla a che fare con le cosiddette catene di Sant'Antonio che hanno truffato moltissime persone. Alla base del nostro lavoro c'è sempre e comunque la vendita dei prodotti Herbalife». Non per nulla, l'università Bocconi di Milano prevede per il corso di laurea in economia e commercio un esame proprio sulle tecniche di vendita multilivello.

M. Pes.

PORTAFOGLIO
Giovanna D'Aprile:
«Ci si diverte tanto
I fidanzati e i mariti
spendono di più»