

Italia Oggi
MARKETING

Mercoledì 1 Aprile 2009 19

I dati Avedisco: bellezza in prima fila. Gli esempi di Avon, Vorwerk Contempora e Eismann

Porta a porta, il sorriso conviene

Consulenza e prezzo le leve di acquisto. Vendite 2008 a +4,6%

DI FRANCESCA SOTTILARO

«**N**on ho mai visto nessuno sorridere di fronte a un computer, ma ho visto moltissime persone sorridere di fronte a un incaricato alle vendite». La summa che gira fra gli operatori porta a porta (e canzona l'e-commerce) è il baluardo di Avedisco anche per il 2009. L'Associazione vendite dirette plaude ai risultati del 2008 archiviato con un fatturato delle aziende in decisa crescita (+4,6%) a quota 1,4 miliardi di euro e soprattutto all'aumento del 9,9% degli incaricati alla vendita ora a quota 240mila unità sulla penisola. «Un trend che si ripete da sei anni e mostra grande vitalità del settore», sottolinea **Luca Pozzoli**, presidente di Avedisco.

Cosa ancora oggi spinga il pensionato, lo studente, la famiglia impegnata o la casalinga frettolosa a fare scorte e comprare saltando la catena della grande distribuzione è dinamica che sfugge alla statistiche, ma trova sempre una risposta nella convenienza e nel sorriso della miss Avon di turno o dell'agente di surgelati che ogni 15 giorni bussano alla porta. E nulla hanno a che fare con le signorine delle televendite o con gli addetti re-



Miti indelebili: una venditrice di cosmetici Avon anni 50 e il nuovo robot da cucina Bimby di Vorwerk Contempora. A destra, il camion consegne dei surgelati Eismann

parto dei supermercati. «Avere di fronte una persona dedicata a un prodotto è un vero momento di acquisto e di fiducia», spiega **Giorgio Giuliani** direttore generale di Avedisco, «e questa resterà la chiave di crescita anche del 2009».

Nel dettaglio, il comparto che ha registrato i risultati migliori è quello della cosmesi e accessori moda (+12,9%), seguito da alimentare e nutrizionale (+7%). Positivo anche il risultato dei beni durevoli casa (+3,2%) comparto trainante della vendita a domici-

Cosmetici e moda in evidenza			
CATEGORIE MERCEOLOGICHE	2007	2008	DIFF. %
Cosmesi e accessori moda	192.505	217.377	12,92%
Casa beni di consumo	140.248	140.802	0,40%
Casa beni durevoli	632.730	653.320	3,25%
Tessile	54.735	54.755	0,04%
Alimentare/nutrizionale	212.650	227.555	7,01%
Servizi	27.729	18.689	-32,60%
Altro	68.231	77.943	14,23%
Totale	1.328.828	1.390.441	4,64%
N. Incaricati alle vendite	222.475	244.621	9,95%

Fonte: Avedisco

lio con una quota di mercato del 47%. Invariati rispetto al 2007, i beni di consumo casa e il tessile mentre i servizi segnano un brusco calo del 32,6%.

In due settori in particolare, quello della bellezza e dei beni durevoli come robot e aspirapolvere, le donne sono il consumatore trainante con analoghe sfumature. Da Avon, colosso della cosmetica porta a porta «il valore dell'offerta economica e del prodotto è in primissimo piano», spiega l'a.d. **Gennaro Formisano**, «e le Miss Avon, in continua crescita sul territorio, sono consulenti di bellezza a tutto tondo».

Discorso analogo vale per i beni durevoli dedicati alla casa. Un esempio fra tutti arriva da Vorwerk Contempora, tempio produttivo del robot da cucina Bimby: «Le clienti accettano di investire, ma in una prospettiva di risparmio futura», sottolinea **Angelo Carlucci**, presidente di Vorwerk Contempora. E sono disposte di per poco meno di mille euro ad assicurarsi un aiuto in cucina che impasta e cuoce. I dati confermano. «Nel 2008, abbiamo registrato il record storico di vendite di Bimby: 119 mila unità con un picco a dicembre, in piena bufera economica», aggiunge



Carlucci, «mentre il primo trimestre 2009 segna già un +32% rispetto all'anno passato».

Trainato dagli integratori tiene anche il comparto alimentare (+7%), un record per il paese stigmatizzato a tavola con tagliatelle fatte in casa. La ricetta la da **Giovanni Paolino** direttore generale di Eismann, multinazionale di prodotti surgelati rivale dei colleghi di Bofrost. «Per tutti il cibo è un bene rifugio e i nostri piatti pronti aiutano le famiglie o anche le persone sole ad abbattere i tempi». Con una sicurezza: «Una visita ogni 15 giorni del consulente e nessun obbligo di acquisto».

10
ONLINE

 Altri articoli
sul sito www.italia-oggi.it/avedisco