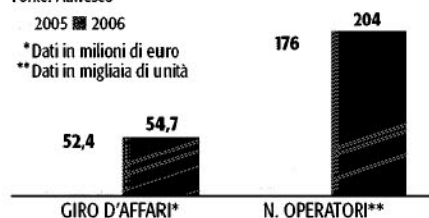


## GIANLUIGI RAIMONDI

Nell'era di Internet e degli acquisti online i venditori porta a porta riescono ancora a crescere e fare business. Secondo i calcoli di Adivesco, l'associazione che raggruppa le aziende attive nella vendita diretta di beni e servizi ai consumatori, nel 2006 il fatturato complessivo del comparto ha segnato un incremento, rispetto al 2005, del 4,3% per un aumento del volume di affari di 54,7 milioni di euro. Il numero degli incaricati alle vendite è passato da 176mila del 2005 a 204.094 di fine 2006 con un aumento del 16,3 per cento. Nel dettaglio, il settore merceologico che ha registrato i risultati migliori è quello dei servizi che ha messo a segno un aumento del fatturato del 22,7 per cento. Positivi anche i risultati dei comparti alimentare (più 8,2%), cosmesi e accessori moda (più 5,5%) e tessile (più 5%). Giro d'affari in crescita anche il settore beni durevoli casa (più 4,8%) che si conferma il comparto trainante delle vendite a domicilio con una quota di mercato del 47,6 per cento. Paragonati ai dati economici nazionali, i risultati Avedisco assumono maggiore incisività: secondo l'Istat le vendite al dettaglio nei negozi sono cresciute del-

## GIRO D'AFFARI DEL PORTA A PORTA

Fonte: Adivesco



l'1,2%, la grande distribuzione ha segnato un incremento del 2% e l'aumento per i piccoli esercizi commerciali è stato dello 0,7%. Positiva, ma inferiore a quelle delle aziende associate Adivesco, è stata anche la tendenza del fatturato di hard-discount (più 3,7%), ipermercati (più 2,4%), grandi magazzini (più 2,1%) e supermercati (più 1,4%). «Confrontando i dati del settore vendite a domicilio con quelli degli altri canali distributivi - afferma Enrico Festa, presidente di Avedisco - si nota che in Italia le nostre imprese consociate dimostrano un ottimo stato di salute nonostante la concorrenza diventi sempre più agguerrita». «Bussa e la porta ti sarà aperta», l'evangelico motto docet.