

A woman with long dark hair, wearing a white lace top and a white skirt, stands on a beach with her arms outstretched. Her hair is blowing in the wind. The background shows the ocean and a clear sky.

**INCONTRI**

---

**PERIODICO DI INFORMAZIONE AVEDISCO**

ANNO VII\_NUMERO 1\_FEBBRAIO/MARZO 2011

Incontri



## **INFORMAZIONI**

**Anno VII - n°1 - Febbraio/Marzo 2011**

Registrazione del tribunale di Milano  
n° 100/05 del 14 Febbraio 2005

### **AVEDISCO**

Viale Andrea Doria, 8  
20124 Milano  
Tel 02.6702744 - Fax 02.67479024

### **SEGRETERIA DI REDAZIONE**

Ornella Moscatelli  
ornella.moscatelli@avedisco.it

### **UFFICIO STAMPA**

Say What?

### **Addetto stampa:**

Luca Guglielmi  
l.guglielmi@saywhat.it  
cell +39.349.1543565



## SOMMARIO

---

### **5 IN PRIMO PIANO //**

---

Intervista Maurits Bruggink

### **6 EDITORIALE DEL PRESIDENTE //**

---

di Giovanni Paolino

### **7 APPUNTI AVEDISCO //**

---

News: Avon, FMR Art'è, Amway, Stanhome World

### **11 EVENTI AVEDISCO //**

---

Seconda Edizione del PREMIO MEDIA AVEDISCO

### **12 EXTRA //**

---

Position Statement Avedisco

### **13 INTERVISTA //**

---

Marco Brandolini Vice Presidente Southern Europe A D Herbalife Italia Spa

### **14 EDICOLA**

---



## INCONTRI CHE CONTANO





## IN PRIMO PIANO

### TRE DOMANDE A... MAURITS BRUGGINK DIRETTORE ESECUTIVO DI FEDSA (FEDERAZIONE EUROPEA DELLE ASSOCIAZIONI DI VENDITA DIRETTA)

**Da quando ha assunto l'incarico in FEDSA, ha avuto la possibilità di valutare l'industria da diverse angolazioni. Quali sono state le sue prime impressioni? Sono cambiate nel tempo?**

Devo dire che le mie impressioni sono state tutte confermate nel tempo. La vendita diretta è un mercato legato alle persone, io resto ancora sorpreso dall'entusiasmo che vedo quando partecipo alle riunioni dell'associazione.

Le testimonianze personali di coloro che hanno cambiato la loro vita grazie alla vendita diretta sono molto importanti, credo che questo sia il materiale su cui bisogna lavorare e da parte nostra stiamo elaborando piani per migliorare questo aspetto.

Un'altra importante impressione è l'imprenditoria nel nostro settore. Sebbene alcune aziende associate abbiano un lunga storia e alle volte siano anche quotate in borsa, l'impressione è che guardino sempre a nuovi mercati, al reclutamento di nuovo personale e allo sviluppo di nuovi prodotti. C'è molto più dinamismo di quanto ci sia in altri settori.

**Come prevede saranno gli sviluppi del mercato nell'industria europea della vendita diretta?**

Mi permetta di fare un commento su questa domanda in base alle mie esperienze come professionista nelle relazioni di governo. I recenti sviluppi in molti paesi europei sembrano suggerire un maggiore interesse da parte dei governi per la vendita diretta, in particolare per l'aspetto fiscale e, di conseguenza, per il posizionamento dell'incaricato. E' solo questione di tempo, fra poco l'Unione europea interverrà in questo comparto e credo che l'industria dovrà dimostrarsi proattiva creando strategie per promuovere l'interesse delle istituzioni sia a livello nazionale che europeo.

E' sempre più produttivo coinvolgere le istituzioni in progetti condivisi che cercare di modificare iniziative governative già decise.

Mi aspetto che anche il mercato europeo si modifichi a seguito della deregolamentazione. La vendita diretta è ancora costretta ad affrontare barriere commerciali nazionali, nonostante l'esistenza del Mercato Unico Europeo e alcune di queste barriere avranno breve durata se affrontate nel modo più corretto. A quel punto molte piccole e medie imprese potranno varcare le frontiere per un commercio transfrontaliero e potranno sviluppare la propria attività anche in altri stati membri.

**A suo parere, quali sono le principali sfide del mercato della vendita diretta oggi e nei prossimi anni in Europa?**

La vendita diretta permette alle persone di iniziare un'attività con basse barriere all'entrata e sarà una sfida continua convincere i "regulators" a tenere queste barriere sempre più basse. Credo però che la principale sfida per la nostra industria sia quella di promuovere la propria immagine e far conoscere ai politici i propri valori, poiché se i nostri valori sono conosciuti e se i politici sono al corrente della nostra potenzialità per quanto riguarda gli sviluppi del mercato, a tutto questo possono seguire buone leggi. E' altrettanto fondamentale mantenere un'immagine onesta della nostra industria e per questo FEDSA sta rafforzando il suo codice di condotta e sta dando vita alla figura di un amministratore indipendente del codice. Saremo vigili nel promuovere il nostro codice e assicureremo che non venga tollerato alcun compromesso sull'etica commerciale.

Altro importante traguardo é di avere un'unica voce. Con grande dispiacere alcune associazioni nazionali hanno lasciato FEDSA e, in base alla mia esperienza a Bruxelles, ho imparato che operazioni di questo tipo non hanno mai avuto successo né portato alcun tipo di beneficio.



Maurits Bruggink  
Direttore Esecutivo di  
FEDSA Bruxelles.



## EDITORIALE DEL PRESIDENTE

di Giovanni Paolino



Giovanni Paolino  
presidente di Avedisco

Chiusi i consuntivi dell'anno passato è decisamente arrivato il tempo di fare un'analisi a "preventivo" e segnalare le aspettative per questo 2011, iniziato - in ambito economico - a rilento ma che, consapevoli di risultati positivi, possiamo guardare con la consapevolezza di chi può fare bene.

La crisi economica che ha colpito tutti i settori negli ultimi anni, non cede sotto i colpi di una produzione industriale che è ripartita anche nel nostro Paese e in cui vige l'obbligo di guardare anche all'incontro con i mercati esteri come momento fondamentale per sopravvivere in un ambiente sempre più globale.

In un contesto di mercato ormai privo di barriere e dogane per ragioni sia politiche che di opportunità vista la contingenza, quello delle vendite dirette ha tutte le carte in regola per sostenere la ripresa forte di ottimi risultati.

Basta un breve calcolo delle realtà associate ad Avedisco per notare che negli ultimi cinque anni la scalata verso l'affermazione delle vendite dirette in Italia come realtà economica in salute non ha mai arrestato la sua corsa, facendo segnare continui segnali positivi.

Segnali di crescita che hanno l'esigenza di andare di pari passo con politiche di lobbying efficaci e puntuali. Se, come ci conferma proprio in un'intervista su questo numero di Incontri il Direttore Esecutivo della Federazione Europea FEDSA di cui Avedisco si onora di esser parte Maurits Bruggink, l'Unione Europea ha posto le basi per interventi volti a migliorare le dinamiche che regolano il settore, è giunto il momento di farsi trovare pronti e proattivi per portare nelle giuste sedi istituzionali problemi, difficoltà ed esigenze del nostro settore e dal nostro specifico territorio. È un compito preciso di Avedisco, un'attività che l'associazione ha già ampiamente dimostrato di sapere affrontare con il piglio giusto rendendosi protagonista, grazie alla collaborazione con le associazioni dei consumatori e le istituzioni della stesura della legge 173/2005 per la "disciplina della vendita diretta e la tutela dei consumatori dalle forme di vendita piramidali".

Un impegno che non può e non deve avere termine in quel pur importante provvedimento, ma che va ribadito e ridiscusso all'interno di uno scenario nuovamente cambiato e nel quale le associazioni come Avedisco hanno il preciso compito di far sentire la propria voce, soprattutto quando - come nel nostro settore - rappresentano una risorsa importante per il Paese.

**Giovanni Paolino**  
**Presidente di Avedisco**



# APPUNTI AVEDISCO

News

## AVON RUNNING TOUR 2011 - La corsa rosa per la solidarietà

Si è svolta Milano il 22 febbraio la conferenza dell'Avon Running Tour 2011, presentata da Paoletta di Radio Italia alla presenza di Lancia, Reebok, Runner's World, Cus Milano e Lei Tv. L'evento di sport e solidarietà ha toccato Bari il 6 marzo e sarà a Reggio Calabria il 19 e 20 marzo, a L'Aquila il 17 aprile e infine a Milano il 7 e 8 maggio. Due le formulazioni previste: la 10 km competitiva e la 5 km non competitiva, a passo libero. L'evento promuove l'attività fisica e l'intero ricavato è devoluto alle Onlus che operano nella lotta al tumore al seno e a sostegno delle donne vittime di violenza domestica.

Oltre alla gara, l'Avon Running Village ospita tante attività di sport, musica e animazione.

A Bari e Milano una novità: l'Avantour, un point dove nei giorni che precedono l'evento ci si può iscrivere alla gara e partecipare alle attività di Avon e alcuni sponsor.

Infine la 2a edizione del Premio Donna Città: un riconoscimento assegnato ad ogni tappa alla donna che si è distinta nel suo campo e rappresenta al meglio la sua città.



# AVON

the company for women

Il panel dei relatori  
della conferenza  
stampa

Monica Rizzi Assessore  
Regionale allo Sport  
e ai Giovani della  
Regione Lombardia

La Dj di Radio Italia  
Paoletta indossa la  
pettorina di Avon Running  
(la foto Paoletta è quella  
nominata col suo nome)



## FMR ART'È

FMR  
MARILENA FERRARI

Per celebrare i 150 anni dell'unità d'Italia, la Fondazione FMR - Marilena Ferrari, in collaborazione con il Ministero per la pubblica amministrazione e per l'innovazione e con il Gruppo Ferrovie dello Stato, il 4 febbraio 2011 ha donato 20 mila riviste d'arte a tutti i passeggeri delle Ferrovie dello Stato. La distribuzione gratuita ha coperto tutto il territorio nazionale e ha avuto inizio a Roma, interessan-

do tutti i passeggeri di Frecciarossa e Frecciargento, per poi continuare con i passeggeri del Freccia Club Eurostar. Questa donazione ha concluso l'iniziativa promossa dalla Fondazione FMR - Marilena Ferrari, durata per tutto il 2010, di donazione dell'intero archivio storico dei volumi e delle riviste d'arte edita da FMR- Franco Maria Ricci, casa editrice acquisita dal gruppo nel 2002.

A destra alcune immagini della conferenza stampa della Fondazione FMR - Marilena Ferrari e delle Ferrovie dello Stato





## AMWAY - Amway Day a Bari

All'ultimo Amway Day di Bari il conubio nutrizione-sport è stato il vero protagonista insieme al delicato tema dell'occupazione in meridione.

Durante il primo talk show sul lavoro, a cui ha partecipato l'amministratore delegato di Amway Italia Fabrizio Suardi, sono stati presentati i dati di una ricerca condotta dalla stessa azienda sull'importante tematica dell' "auto-imprenditorialità". I risultati sono stati molto positivi, perché più del 60% degli intervistati ha sostenuto di voler avviare un'attività in proprio.

Nel corso della seconda tavola rotonda si è invece parlato di nutrizione e sport, con l'obiettivo di illustrare, attraverso le testimonianze di medici e sportivi, i corretti principi di nutrizione associati alla pratica sportiva.



.....  
A sinistra le immagini dell'Amway Day di Bari.



## Stanhome World e la Casa di Peter Pan

Stanhome World per il sesto anno consecutivo prosegue il suo impegno con l'Associazione Peter Pan Onlus. Un'associazione indipendente, no profit, che vuole dare sollievo ai bambini gravemente malati di tumore e alle loro famiglie, dando un aiuto concreto per affrontare nel migliore dei modi la dura esperienza della malattia. In particolare ha creato strutture di accoglienza per le famiglie lontano da casa.

Durante il 2010 Stanhome World ha concretizzato il suo impegno consegnando all'Associazione un assegno da 83.000 euro, raccolti grazie all'impegno e alla tenacia delle Incaricate Stanhome World. Questo ha permesso di sostenere la cucina nella Grande Casa di Peter Pan e far fronte alle spese di affitto di un pulmino per accompagnare i bambini a svolgere attività ludiche e creative.

Anche i dipendenti hanno donato all'Associazione più di 400 ore lavorative durante il Mese della Solidarietà, tenutosi a Giugno. Divisi in diversi gruppi di lavoro si sono dedicati alla verniciatura delle pareti di alcune aree delle case, la pulizia della terrazza e del meraviglioso giardino della casa di Trastevere, la sistemazione del chiostro e la pulizia delle cucine, l'intrattenimento dei piccoli abitanti e delle loro famiglie con un simpatico spettacolo teatrale, la preparazione di piatti dedicati ai più piccoli e la condivisione della giornata all'insegna di relax e coccole per tutte le mamme della Casa di Peter Pan!

A destra alcune immagini dei dipendenti Stanhome World Italia con i bambini dell'Associazione Peter Pan Onlus.

Associazione  
**Peter Pan**  
Onlus  
L'accoglienza del bambino onco-ematologico

**STANHOME** *World*  
Changing lives



30.06.2010



## EVENTI AVEDISCO

### SECONDA EDIZIONE PREMIO MEDIA AVEDISCO



A due anni di distanza torna il Premio Media Avedisco, il riconoscimento che premia i giornalisti di carta stampata, televisione, radio, internet e lascia largo spazio ai nuovi talenti delle scuole di giornalismo.

Aprile 2011 sarà il mese della premiazione che, quest'anno, si terrà a Milano e per la quale si prevede una folta rappresentanza di importanti protagonisti dell'informazione italiana sia del mondo radiotelevisivo che della carta stampata. Se nella giuria figurano giornalisti del calibro di Paolo di Giannantonio del Tg1, Walter Passerini de La Stampa e Andrea Riscassi del TGR Lombardia, anche tra i candidati si fanno notare nomi di importanti testate italiane che hanno aderito con entusiasmo all'idea di Avedisco.

Un'idea che, sviluppata in collaborazione con la scuola di giornalismo Walter Tobagi di Milano e grazie ai preziosi contributi della Provincia di Milano e del Comune di Sesto San Giovanni, ha come altro obiettivo quello di premiare i giovani talenti dell'informazione italiana.

La comunicazione del Premio Media 2011 ha così raggiunto tutte le scuole di giornalismo italiane raccogliendo l'attenzione di docenti

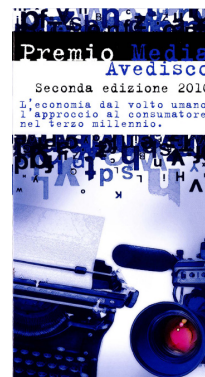
e studenti che, seppur al primo anno dei nuovi corsi biennali, hanno voluto confrontarsi con un tema non certo facile e che ha riscontri tanto economici quanto sociali.

Un tema non certo semplice, "L'economia dal volto umano: l'approccio al consumatore nel terzo millennio", molto aperto e che implica certamente l'intervento di dinamiche differenti e inquadrabili secondo diversi punti di vista. Vedremo cosa verrà fuori e da quanti e quali lati i giornalisti e gli studenti vorranno esplorarne tutte le implicazioni.

Certamente un tema che chiama in causa direttamente le dinamiche della vendita diretta a domicilio, un mestiere in continua evoluzione e che fa del rapporto umano e del legame diretto tra incaricato e acquirente un vero e proprio punto nevralgico.

Nonostante questa sua natura il Premio si propone di essere quanto meno autoreferenziale possibile. Un riconoscimento pensato per avvicinare una platea importante di giornalisti alla realtà economica che la vendita diretta rappresenta oggi in Italia, ai suoi risvolti positivi sul mercato del lavoro e al contributo che il mercato della vendita diretta può dare all'economia nel momento di stallo che stiamo attraversando. Nel suo continuo cercare un rapporto più diretto possibile anche con i consumatori che, parimenti, dimostrano di apprezzare la vendita diretta e le sue peculiarità in maniera sempre più convinta, il Premio Media è un mezzo di comunicazione a tutti gli effetti, un modo per fermarsi a riflettere sulle potenzialità e la crescita di questo settore e per discutere con chi ha piena facoltà e conoscenza, di economia di crescita del paese di nuove professioni e delle loro diverse sfaccettature.

Un modo per valorizzare anche il lavoro dei giovani che, con pazienza e dedizione, si dedicano alla scoperta dei tanti mestieri dell'informazione e ne sperimentano quotidianamente i mutevoli strumenti.





## EXTRA

### POSITION STATEMENT AVEDISCO

---



*Incontri che contano*

**avedisco**

Durante i primi giorni dell'anno, come già accaduto in passato, si è letto sui giornali di aziende, che dichiarano di utilizzare il sistema della vendita diretta, segnalate dalle associazioni di consumatori all'Antitrust e, come già accaduto in passato, sanzionate dall'Autorità garante della concorrenza e del mercato.

Avedisco, la prima associazione di categoria per la vendita diretta in Italia, da oltre quarant'anni è portavoce delle esigenze di tutela del settore e dei consumatori e ritiene doveroso prendere le dovute distanze da quanto ancora accade con nostro grande rammarico e che crea un danno tangibile alle aziende che operano eticamente e professionalmente da molto tempo sul nostro territorio con costanti successi.

Il nostro impegno nei confronti della tutela del settore e della salvaguardia dei diritti dei consumatori non è costruito su frasi di circostanza ma su azioni fortemente volute e sostenute nel tempo. Ne sia esempio la legge 173 del 2005 che riconosce e regola la vendita diretta a domicilio in tutte le sue forme e mette al bando le vendite piramidali o catene di S. Antonio. Una legge fortemente voluta da Avedisco e volta alla tutela dei diritti dei consumatori e di quanti operano correttamente nel settore.

Non solo, sin dalla sua nascita Avedisco è la prima associazione di categoria nell'ambito delle vendite dirette ad aver adottato un codice etico e di comportamento, pubblico e sottoscritto da tutte le aziende e i loro incaricati ([www.avedisco.it](http://www.avedisco.it)). Le aziende associate Avedisco, prima di essere ammesse alla compagine associativa vengono sottoposte ad attenta valutazione per verificarne affidabilità e trasparenza, correttezza degli incaricati alle vendite, coerenza dei sistemi di vendita alle norme di legge.

*Avedisco rappresenta un punto di riferimento del settore e i dati sulla vendita diretta diffusi, pur rappresentando una fotografia affidabile sullo status del settore nel nostro paese, riguardano esclusivamente le aziende associate. Non possiamo però accettare che questi, uniti al nome dell'associazione, vengano strumentalizzati per acquisire una reputazione di affidabilità e ci vediamo dunque costretti a prendere le distanze dall'azienda Xango, che non rientra nella compagine associativa né ne ha mai fatto parte.*

**AVEDISCO**  
**Associazione Vendite dirette Servizio Consumatori**  
**Viale Andrea Doria 8 – Milano**  
**[www.avedisco.it](http://www.avedisco.it)**

## INTERVISTA

MARCO BRANDOLINI VICE PRESIDENTE SOUTHERN EUROPE  
AMMINISTRATORE DELEGATO HERBALIFE ITALIA SPA



### **Cosa si aspetta dal nuovo anno per la sua azienda e per il settore delle vendite dirette in Italia?**

Crescita. Sono personalmente convinto che il settore della vendita diretta abbia potenzialità enormi in termini di penetrazione di mercato. Mi aspetto che Herbalife ed anche le altre aziende di vendita diretta, anche grazie ad Avedisco, acquisiscano la visibilità ed il credito che meritano presso i consumatori, il grande pubblico e tutti gli stakeholders.

### **La vostra realtà internazionale permette un confronto anche con l'estero, considera l'Italia un Paese in crescita in questo genere di business?**

L'Italia nel settore delle vendite dirette è un mercato grande e solido, sebbene abbia potenzialità che spesso le stesse aziende che vi operano ignorano. L'appartenenza ad una realtà multinazionale offre l'opportunità di condividere esperienze nuove e di successo vissute in contesti o Paesi diversi. Ritengo che la posizione raggiunta, sebbene rilevante, debba considerarsi solo l'inizio di quella che vogliamo diventare una vera e propria storia di successo.

### **Senza compromettere la strategia industriale, svelerebbe a Incontri qualcuno dei progetti di Herbalife per il nuovo anno? (es. iniziative per gli**

### **incaricati, incentivazione della rete vendita, campagne di lancio di nuovi prodotti, campagne di comunicazione)**

Sono molte le iniziative che possono potenzialmente alimentare la crescita. La sfida risiede nell'identificare tra le varie quelle che portano i maggiori risultati positivi e che assicurino sostenibilità. Nel 2011 ci concentreremo sulla brand equity. Un progetto molto importante per Herbalife è l'apertura del primo Brand Experience Center italiano. L'obiettivo è instaurare una relazione diretta e costante con i nostri interlocutori, facendoli entrare nel mondo del brand e offrendogli l'esperienza di totale contatto con i valori e la filosofia dell'azienda. All'interno del Brand Experience Center sono stati concepiti numerosi spazi polifunzionali: un auditorium multimediale per eventi e presentazioni, un'area dedicata alla prova dei prodotti, una biblioteca multimediale in cui accedere a tutte le più importanti pubblicazioni nell'ambito della Nutrizione e del Benessere, sale per incontri e meeting, e postazioni self-service per acquistare i prodotti. Inoltre si potranno ricevere tutte le informazioni e le documentazioni sulla nostra azienda, sulle nostre soluzioni nutrizionali e sull'opportunità di business. Altro progetto strategico dell'anno è l'irrobustimento dei piani di formazione dei nostri Incaricati, a sostegno della sempre maggiore preparazione professionale.

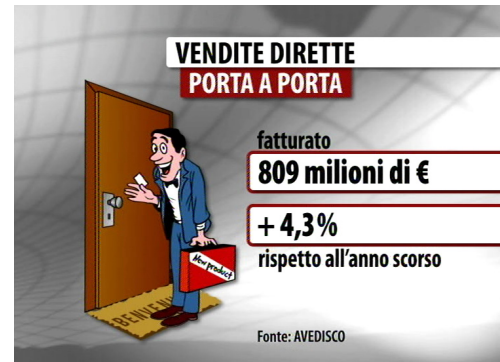
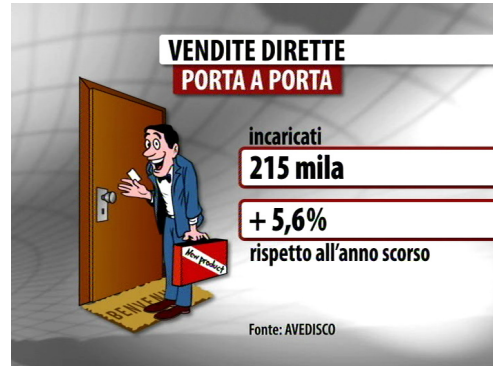
### **Quale il ruolo istituzionale che, a suo modo di vedere, Avedisco deve tenere anche nel 2011 e su quali temi, secondo lei, è importante che la prima associazione di categoria delle vendite dirette in Italia, agisca presto.**

Come associazione di categoria Avedisco deve operare in contesti istituzionali per far comprendere ai legislatori la presenza e l'opportunità che la vendita diretta rappresenta per il Paese ed ottenere il necessario sostegno al suo sviluppo; al pari, credo debba esser sempre più attiva sul territorio per superare la limitata conoscenza e la diffidenza nutrita nei confronti del nostro settore.

Marco Brandolini Vice  
Presidente Southern Europe  
Amministratore Delegato  
Herbalife Italia SpA



# EDICOLA





VENDITA DIRETTA

# PREMIO NAZIONALE AVEDISCO 2010: va in onda la vendita di qualità

Una serata di grandi festeggiamenti, quella che lo scorso 19 novembre si è svolta, con la partnership di Vendere di più, nella sede della Fondazione Umanitaria di Milano per la diciassettesima edizione del Premio nazionale Avedisco.

Veri protagonisti, oltre ai 140 ospiti, il divertimento e l'entusiasmo. Pur rimanendo fedele alla tradizionale formula del premio, Avedisco ne ha rinnovato infatti i contenuti chiamando a partecipare, accanto agli incaricati alle vendite medagliati, il volto noto di Mediaset, protagonista di tante telegiornate, Giorgio Mastrotta, che ha rivestito il ruolo di intrattenitore e presentatore della serata.

Soprattutto allegria, dunque, a intervallare la consegna dei trofei ai migliori professionisti dell'anno e gli interventi istituzionali del presidente Giovanni Paolino, che ha rilasciato in anteprima i dati positivi delle aziende associate, relativi ai primi nove mesi del 2010, e quelli riguardanti la formazione: è stato fatto il punto dei corsi che si sono svolti da gennaio e quelli previsti per il 2011.

Al termine della cena di gala, venuto il momento del taglio della torta, Giorgio Mastrotta ha ricevuto il premio speciale come migliore incaricato Vip dell'anno, consegnatogli in qualità di simbolo televisivo della vendita diretta per eccellenza capace di raggiungere, seppur con mezzi diversi, le case di tutti gli italiani.


Di seguito i vincitori che Avedisco ringrazia per l'impegno profuso e ai quali vanno i più sentiti auguri di tutta l'associazione: Lucia Rampelotto (Amway); Livia Barbero e Caterina Giudici (AMC); Maria Anna Vasta e Maria Grazia Isaia (Dalmezzo); Gerard Perchicot e Roberto Moroni (Eismann); Fiola Sisto e Vittoria Cazzato (Euro Style); Bruna Anesi, Olindo Sartori, Salvatore Sparlino e Sonia De Simone (Forever living products Italy); Giuseppe Volpe, Maria Finzi, Maria Calvino e Orlando Volpe (Star Dust); Fabio e Alessia Ronci, Gianna e Luciano Mambelli (GNLD International); Norina Rullo e Angela Pilià (Stanhome);



Gennaro Rossi e Walter Bergamini (Iperclub); Riccardo Beghin e Sergio Luciani (Linea di Fiorano-Finilinea); Monica Corbellini e Nunziatina Incardona (Herballife); Dante Alessandrini, Marisa Munaro, Susanne Zuber e Andrea Unterholzer (LR health & beauty); Giuseppe e Teresa De Agostini (My way); Carla Liguori e Clelia Giarda (Vivigas); Rosanna Biazon (NSA); Dina Eletta Buffa, Paolo Marangon, Liliana Colombara, Gianpietro Savegnago e Rosanna Zaupa (Xenia).

81

VENDERE di più



**17** buttati nella vendita

Professione venditore: continua ad andare forte la porta a porta. Solo le aziende affiliate alla neonata associazione Univendita ([www.univendita.it](http://www.univendita.it)) prevedono 5.000 nuove opportunità lavorative nel 2011. A guidare le richieste di personale Tupperware e Vorwerk Folletto. Utile anche il riferimento dell'altra associazione di categoria, la storica Avedisco, associazione vendita diretta: [www.avedisco.it](http://www.avedisco.it)

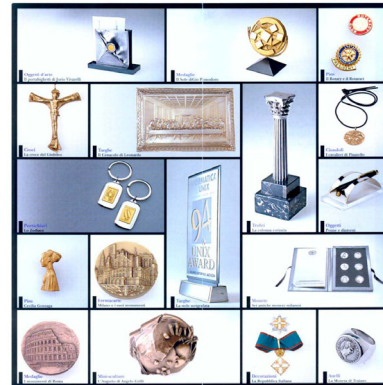
*Must have: savoir faire*

millionaire | 41



## Johnson 1836 srl

Milano 20121 Ronzate Via Milano 212 tel. 02 3569730 fax. 02 3566011  
Roma 00137 Roma Via degli Orsini 7/A tel. 06 4927023 fax. 06 49593814



La più antica fabbrica di medaglie, fondata a Milano nel 1836, propone una vasta scelta di medaglie, monete, trofei, fermacravatte e oggetti da scrivania, cristalli, pins, portachiavi, penne dal design particolare ed esclusivo, frutto della collaborazione con i maggiori artisti contemporanei.  
Tutti gli oggetti sono personalizzabili con l'incorporamento di marchi e nomi.  
Particolari realizzazioni possono essere studiate ed eseguite appositamente per eventi speciali su richiesta.

SPONSOR D'INIZIATIVA PREMIO MEDIA 2011

## AVEDISCO

---

Viale Andrea Doria, 8 - 20124 Milano  
Tel 02.6702744 - Fax 02.67479024  
[www.avedisco.it](http://www.avedisco.it) - mail [info@avedisco.it](mailto:info@avedisco.it)



Incontri