

Indirizzo <http://www.presskit.it/default.cfm?id=9076>**Press
Kit**

home

**IL PORTA A PORTA È UNA VENDITA DI ANTICHE ORIGINI
NON UNA PRATICA COMMERCIALE SCORRETTA**Canale: **Economia / Finanza**pubblicato il: **31/07/2007**da: **Redazione***Da oltre dieci anni, le aziende associate Avedisco tutelano il consumatore contro invadenze e intrusioni*

Avedisco, l'associazione di categoria delle aziende che operano nel settore della vendita diretta a domicilio plaude la decisione del Governo di recepire la Direttiva europea 2005/29 sulle pratiche commerciali sleali, che nei giorni scorsi ha giustamente trovato tanta eco sui media. Purtroppo, nella semplificazione della cronaca, la vendita porta a porta è stata inserita nella lista nera delle pratiche commerciali scorrette nei rapporti tra imprese e consumatori.

«Così non è -dice **Luca Pozzoli**, 42 anni, presidente di Avedisco-. Scorretti sono i comportamenti di chi non rispetta e tutela il consumatore, di chi non segue le regole deontologiche di una professione, quella della vendita diretta, di antiche origini. Allora come oggi, i nostri incaricati alla vendita portano in casa dell'acquirente prodotti di prima qualità, permettendo loro di provarli e testarli, per procedere, se vogliono, ad un acquisto informato e consapevole. Mai ingannevole o invadente. E, infatti, Avedisco da oltre dieci anni ha sancito le norme di tutela del consumatore contro invadenze e intrusioni».

Da sempre, Avedisco pone la tutela del consumatore al primo posto della propria attività, e già dagli anni Novanta, nel codice etico dell'associazione, si legge: «Se un consumatore lo richiede, l'incaricato deve interrompere la dimostrazione o la presentazione di vendita». Proprio quello che due anni fa l'Unione Europea, e oggi il Governo Italiano, hanno tradotto in legge.

Del resto, sono proprio la trasparenza dei comportamenti e il rispetto dei consumatori due dei fattori determinanti del grande successo e della continua crescita della vendita diretta in Italia, sia come professione (sono circa 215mila gli addetti alla vendita delle aziende associate Avedisco) sia come fatturato (oltre un miliardo e 300 milioni di euro nel 2006).

«La vendita porta a porta è dunque una pratica commerciale che tutela il consumatore - prosegue il presidente di Avedisco, Luca Pozzoli-. Naturalmente, come tutte le attività dell'uomo, se fatta nel rispetto delle regole. E per le aziende associate ad Avedisco la correttezza dei comportamenti è una regola inderogabile per il rispetto della quale Avedisco si batte da sempre a fianco delle associazioni dei consumatori. Tappa fondamentale di questo percorso è stato l'essere promotori nel 2005, assieme alle associazioni dei consumatori, del testo che è diventato la Legge 173 "disciplina della vendita diretta a domicilio e tutela del consumatore dalle forme di vendita piramidali" che, per la prima volta nell'ordinamento italiano, vieta esplicitamente la pratica delle vendite piramidali».

L'Associazione vendite dirette servizio consumatori (Avedisco)

Nata nel 1969, Avedisco è l'unica associazione in Italia che rappresenta le più importanti realtà industriali e commerciali, sia italiane sia internazionali, che utilizzano la vendita diretta a domicilio per la distribuzione dei loro prodotti e servizi. Avedisco rappresenta un comparto in continua crescita e che ottiene, ogni anno, importanti risultati sia di fatturato sia di occupazione. La missione di Avedisco è di porsi come riferimento unico nazionale per tutti i soggetti coinvolti nella vendita diretta, promuovendo iniziative mirate alla creazione, al sostegno e al rafforzamento dei principi e dei valori di questa forma di distribuzione. Nel 2005, la collaborazione tra Avedisco e le associazioni dei consumatori ha portato all'approvazione della legge (173/2005) "Disciplina della vendita diretta a domicilio e tutela del consumatore dalle forme di vendita piramidali".

Le imprese associate

AMC, AMWAY, ARNALDO CAPRAI, AVON COSMETICS, BARBELLA GROUP, DALMESSE, DOMOVIP, EISMANN, EURO STYLE, FMR-ART'E, FOREVER LIVING PRODUCTS, FRIULI THERMOLANA, GNL INTERNATIONAL, HERBALIFE, IMCO, IMPERIALE WORLD SERVICES, JAFRA COSMETICS, LINEA DI FIORANO, LUX - SEVEN STARS, NAHRIN, NEW DOMUS NATURA, NSA, NUOVE IDEE, PIERRE LANG, STANHOME, STAR DUST, TAPPARELLO & GROUP, TUPPERWARE, UNIDEA, VORWERK CONTEMPORA, VORWERK FOLLETO, WOOL SERVICE, WORK & TRADE.

I candidati soci:

KEY21, VIVIGAS, XENIA.