

## Imprese: Buon Inizio Per La Vendita a Domicilio, +0,4% In i Trimestre 2009

Ieri - 15.42

 (Lab/Pn/Adnkronos)

Milano, 16 giu. - (Adnkronos/Labitalia) - Il primo trimestre delle imprese associate Avedisco (Associazione vendite dirette servizio consumatori) si e' chiuso con un fatturato di 331 milioni di euro, facendo registrare un lieve incremento dello 0,4% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Il comparto piu' dinamico e' stato 'cosmesi/accessori moda' con un aumento del 4,2% seguito da quello alimentare nutrizionale (+3,2%) e dai 'beni di consumo casa' (+3%). Sostanziale tenuta per i 'beni durevoli casa' (-0,5%), mentre hanno registrato una flessione il 'tessile' (-5,4%) e i 'servizi/utilities' (-49,3%). I 'beni durevoli casa', con una quota di mercato del 46,7%, continuano a essere il settore piu' importante della vendita diretta a domicilio, seguito dall'alimentare (17,3%) e dalla cosmesi (15,1%).

"Anche nel trimestre da tutti considerato come il piu' 'nero' per l'economia italiana -e' il commento di Luca Pozzoli, presidente di Avedisco-, la vendita diretta a domicilio ha dimostrato di saper reggere e, seppur lievemente, di crescere come sta facendo ormai da sei anni. I dati degli incaricati alla vendita, pero', dimostrano che la nostra e' un'attivita' in pieno fermento, molto apprezzata e alla quale si rivolgono moltissime persone alla ricerca di una nuova occupazione, che cercano di fare fronte alla 'quarta settimana' o che decidono di intraprendere un lavoro appagante capace di regalare moltissime soddisfazioni".

Di fatto, il numero degli addetti alla vendita diretta nel primo trimestre del 2009 ha raggiunto le 237mila unita' con un incremento, rispetto allo stesso periodo del 2008, del 5,4%. Secondo i dati Istat, tutti i canali della distribuzione italiana hanno chiuso il primo trimestre dell'anno con flessioni piu' o meno marcate. Le 'vendite al dettaglio in sede fissa' hanno segnato -3,2%, la 'grande distribuzione' -1,4%, i 'piccoli esercizi commerciali' -4,3%, le 'vendite di prodotti alimentari' e le 'vendite prodotti non alimentari' hanno fatto registrare entrambi un calo del 3,2%.