



## **INCONTRI**

---

**PERIODICO DI INFORMAZIONE AVEDISCO**

ANNO VIII\_NUMERO 3\_GIUGNO-LUGLIO 2011



## INFORMAZIONI

**Anno VIII – n° 3 - Giugno - Luglio 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

---

### 4 **IN PRIMO PIANO //**

Intervista Maurits Bruggink

---

### 5 **EDITORIALE DEL PRESIDENTE //**

di Giovanni Paolino

---

### 6 **APPUNTI AVEDISCO //**

News: Amway, Herbalife, NSA e VIVlgas

---

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

CEOs meeting

---

### 12 **EXTRA //**

FEDSA diventa SELDIA

---

### 13 **INTERVISTA //**

AD di Tapparello&Group

---

### 15 **EDICOLA**

---

## IN PRIMO PIANO

INTERVISTA A MAURITS BRUGGINK, DIRETTORE ESECUTIVO DI SELDIA



All'assemblea generale del 10 Maggio 2011, l'Associazione Europea di Vendita Diretta ha deciso di adottare un nuovo Codice Etico e di nominare un Amministratore del Codice.

L'assemblea ha inoltre stabilito di cambiare il proprio nome da FEDSA in Seldia.

Commentiamo queste scelte con Maurits Bruggink, Direttore Esecutivo di Seldia

**Maurits, ci spiega perchè questo cambiamento e perchè è così importante?**

Il nuovo nome è un aspetto importante per la nostra organizzazione poiché accrescerà la nostra efficacia nella comunicazione con gli interlocutori esterni. Il nostro lavoro diventerà più visibile e il logo contribuirà a rappresentare i core values del nostro settore.

Il cambio di nome è importante perché illustra i grandi cambiamenti che hanno avuto luogo all'interno dell'associazione. Abbiamo cambiato statuto e struttura dell'associazione per renderla più rappresentativa dell'intero settore, supportando sia le associazioni che le aziende. Abbiamo inoltre riguadagnato l'adesione di importanti associazioni nazionali, tra cui la francese FVD, l'Italiana Avedisco e la lussemburghese DSA. Il nuovo codice di condotta e la creazione di un Amministratore del Codice Europeo sono parti di questo importante cambiamento.

Davanti a noi però ci sono ancora molti importanti cambiamenti, a cominciare dal lancio della Tavola Rotonda Annuale sul futuro della vendita diretta, che si terrà il 21 Settembre 2011 a Varsavia, in Polonia. L'evento è organizzato in collaborazione con la DSA Polacca e sotto il patrocinio del Governo Polacco, che sta

reggendo la Presidenza Europea.

Tuttavia non abbiamo intenzione di compiacerci e continueremo a lavorare prima di tutto su una effettiva rappresentanza legale a Bruxelles per politiche che supportino il canale distributivo della vendita diretta.

**Le spiacerrebbe condividere con noi il processo che state attraversando?**

Il processo sul cambio di nome non è così semplice in un'organizzazione che si fonda su un processo decisionale basato sul consenso. Fortunatamente ci siamo trovati d'accordo su un nuovo nome e su una nuova identità visuale all'unanimità. Questo è dovuto anche al lavoro eccellente dell'agenzia di grafica Page-InExtremis, che ha presentato una proposta convincente. Il risultato è un brand name facile da pronunciare in tutte le lingue, collega direttamente alla vendita diretta ed ha appeal anche sulla nuova generazione grazie al logo fortemente cromatizzato.

**Cosa dobbiamo aspettarci d'ora in poi?**

Dobbiamo continuare a promuovere le priorità della nostra associazione. Il che significa saper guardare anche al di fuori con un'attenzione particolare alla tutela e alla promozione del nostro settore nei confronti delle istituzioni, a Bruxelles e nell'Unione Europea.

Sosterremo un'attenta regolamentazione del nostro settore che dia riconoscimento allo sviluppo economico e occupazionale. Promuoveremo le opportunità che la vendita diretta offre per lo sviluppo personale, in particolar modo per le donne.

Ci concentreremo inoltre sul lavoro dell'Amministratore del Codice Europeo, che accrescerà il livello di commercio etico in Europa. Le associazioni nazionali potranno disporre di maggiori informazioni sul nuovo standard e su come questo contribuirà alla soluzione complementare e alternativa delle controversie.



## EDITORIALE DEL PRESIDENTE

---

di Giovanni Paolino

L'Europa come l'Italia sta vivendo un periodo di forti cambiamenti di tutti i mercati. Anche se la vendita diretta, come abbiamo più volte raccontato nelle pagine di Incontri, nel nostro Paese come nel resto del continente continua a resistere alla crisi e accresce la sua rilevanza in termini economici e occupazionali, anche nel nostro settore il vento del cambiamento si avverte.

Lo raccontiamo in questo numero in diversi modi: tirando le somme delle linee guida emerse dall'ultimo CEOs meeting di Avedisco e affrontando, da più punti di vista, l'importante cambiamento in sede europea della nostra associazione di categoria FEDSA.

Come avrete letto e continuerete ad approfondire si è deciso di dare una sterzata al modello FEDSA, dando una spinta al rinnovamento che parte sin dal nome stesso dell'associazione.

Parleremo da oggi in poi di Seldia che insieme al logo e al nome, che certamente la renderanno maggiormente appealing in fatto di comunicazione, ha deciso di dotarsi di alcuni strumenti che sono una risposta concreta a temi di grande rilevanza e attualità per la vendita diretta in tutti i paesi.

Le decisioni prese in ambito europeo ci hanno trovato unanimemente d'accordo ed anzi Avedisco vi ha trovato quella necessità di cambiare senza stravolgere la formula che è sempre stata alla base dei nostri successi di mercato, che avvertiamo anche da noi.

Un cambiamento che parte dall'idea di futuro che vogliamo avere. E del futuro si è discusso molto durante il CEOs meeting di Avedisco del 6 giugno. Un futuro che passa dall'espansione, dalla volontà e necessità di attirare nuove aziende per essere ancora più rappresentativi come associazione di categoria e mettere in atto quelle azioni di lobbying che, come i nostri colleghi europei, riteniamo di primaria importanza per essere protagonisti di ogni cambiamento legislativo o normativo dovesse intervenire nel settore.

Fatti concreti e non solo principi ideali: partiremo dagli associati, dalle aziende. Inizierà presto un tour di delegati dell'associazione all'interno delle nostre aziende associate per capire esigenze, necessità, comprendere di quanta e quale assistenza le aziende e gli incaricati necessitano. Lo abbiamo detto più volte, è l'epoca dei social network, dei rapporti spesso diretti e non mediati tra aziende e consumatori, giusto partire proprio da quelli, dall'incontro one to one con i nostri associati. Il cardine della nostra professione, la capacità e competenza relazionale, diventa un'opportunità anche per l'associazione.

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



---

Giovanni Paolino  
presidente di Avedisco

## APPUNTI AVEDISCO

News

### AMWAY ITALIA E FONDAZIONE MILAN INAUGURANO IL NUOVO CAMPO NUTRILITE GOAL BY GOAL

A Napoli è stato inaugurato, alla presenza delle autorità locali, dei rappresentanti di Amway Italia e dell'AC Milan, un nuovo campo sportivo polifunzionale realizzato grazie ai fondi devoluti da NUTRILITE nell'ambito della campagna "Goal by Goal", che prevedeva 2.500 \$ per ogni rete segnata dai rossoneri in campionato. L'iniziativa, realizzata grazie a una donazione

complessiva di 150.000 \$, ha come obiettivo ridare forza allo sport come mezzo ricreativo e, soprattutto, educativo rivolto ai più piccoli. La nuova struttura, che sorge a Poggioreale, nel cuore della città partenopea, consentirà ai bambini di giocare insieme in un ambiente sano ed educativo, in una zona a rischio sociale priva altrimenti di centri di aggregazione.



In senso orario i bambini di Poggioreale festeggiano sul nuovo campo da gioco. Il campione del Milan Gianluca Zambrotta apre ufficialmente il campo sportivo di Poggioreale.

La targa ufficiale del campo da calcio regalato ai bambini di Napoli da Amway, Nutrilite e AC Milan.





## APRE A ROMA IL PRIMO HERBALIFE EXPERIENCE CENTER

Roma, 17 giugno 2011- E' stato inaugurato ieri, all'EUR, il nuovo **Herbalife Experience Center**, un'innovativa struttura su due piani concepita per rendere visibili e tangibili i valori di benessere e di sano stile di vita, lo spessore scientifico e i servizi di **Herbalife**, marchio leader mondiale nel settore degli integratori alimentari e dei prodotti dietetici per il controllo del peso.

Con la cerimonia del taglio del nastro alla presenza dell'Amministratore Delegato di **Herbalife Italia Marco Brandolini**, del **Senatore Paolo Barelli**, Presidente della Federazione Italiana Nuoto, e della tuffatrice azzurra Tania Cagnotto, testimonial Herbalife, iniziano ufficialmente le attività in quella che è la prima "vetrina" pubblica di **Herbalife**, Azienda presente in Italia da quasi 20 anni.



 **HERBALIFE.**

.....  
Alcune immagini dell'inaugurazione a Roma dell'Herbalife Experience Center

## NUOVE JUICE PLUS+® SOFT PROTAGONISTE DELLA CONFERENZA DI LEADERSHIP 2011

In 5.000 hanno applaudito l'arrivo delle nuove Juice PLUS+® Soft! Tanti erano i Franchise Personali che hanno preso parte alla Conferenza di Leadership Juice PLUS+® che si è svolta a Monaco di Baviera dall'11 al 13 marzo 2011 e nel corso della quale, oltre a molti altri happening, è stato presentato Juice PLUS+® in un nuovo delizioso formato masticabile: le Juice PLUS+® Soft.

Alcune immagini della Conferenza di Leadership Juice PLUS+® durante la quale sono state presentate le nuove Juice PLUS+® Soft.

Grazie alle Soft mangiare più frutta, verdura e bacche è ora diventato ancora più facile e divertente. Alternativa alle capsule, le Soft ci aiutano infatti ad integrare la nostra alimentazione quotidiana grazie all'essenza nutrizionale di ben 26 varietà.

Le Soft rappresentano una valida soluzione anche per i bambini che potranno così ottenere i benefici delle polveri Juice PLUS+® in un formato per loro più pratico.





## VIVIGAS REGALA UNA “GIORNATA UNICA”

Per consolidare il rapporto con i clienti e rafforzare la propria leadership nella provincia di Brescia, VIVIgas ha lanciato il concorso “La fortuna è unica”, pensato per premiare coloro che tra il 18 novembre 2010 e il 31 gennaio 2011 hanno deciso di scegliere VIVIarancione, l’offerta luce e gas di VIVIgas, che permette al consumatore di avere un unico referente per la fornitura di

gas metano ed energia elettrica, beneficiando di prezzi concorrenziali e servizi esclusivi.

Tra tutti i clienti che hanno scelto il prodotto luce&gas di VIVIgas, tra la fine del 2010 e l’inizio del 2011, sono stati estratti dieci fortunati vincitori che vivranno una “giornata unica” di relax presso il centro benessere di un prestigioso resort sul Lago di Garda.



Alcune immagini dei fortunati vincitori che hanno partecipato al concorso di VIVIgas, acquistando un prodotto VIVIarancione.





BOSCOLO  
HOTELS

*Cinque stelle si nasce.*

---

BOSCOLO EXEDRA  
*Rome*

BOSCOLO PALACE  
*Rome*

BOSCOLO ALEPH  
*Rome*

BOSCOLO EXEDRA  
*Milan*

BOSCOLO DEI DOGI  
*Venice*

BOSCOLO ASTORIA  
*Florence*

BOSCOLO EXEDRA  
*Nice*

BOSCOLO CARLO IV  
*Prague*

BOSCOLO NEW YORK PALACE  
*Budapest*

BOSCOLO EXEDRA  
*Bari (next opening)*

---

*Italian hospitality in the world.*

[www.boscolohotels.com](http://www.boscolohotels.com)

Toll free numbers +800 809 980 99 - 800 253 878





# EVENTI AVEDISCO

## CEOs meeting

### IL FUTURO DI AVEDISCO PASSA PER L'ESPANSIONE.

“Il Futuro è Adesso”, questo è il titolo del CEOs meeting di Avedisco che si è tenuto a Milano il 6 giugno scorso all’hotel Boscolo Exedra.

Una giornata di confronto tra gli amministratori delegati delle aziende associate utile a tracciare le linee guida sulle attività ad oggi operative e su quali azioni strategiche da intraprendere per incrementarle e renderle maggiormente efficaci.

Consapevoli dei continui cambiamenti che intervengono sul mercato dei consumi i CEO delle aziende dell’associazione si sono dichiarati concordi nell’adottare sin da subito quelle linee guida che porteranno ben presto alla semplificazione delle procedure di adesione, ad una maggiore assistenza e consulenza alle aziende in fase di start up, ad offrire maggiori servizi agli incaricati e a rivalorizzare alcuni servizi attualmente a disposizione. Alcuni su tutti l’utilizzo del sito web dell’associazione, completo in ogni sua parte, sintetico e che può essere un primo e accessibile strumento a supporto di tutti gli attori coinvolti, incaricati, aziende e consumatori. Per passare poi alle attività di formazione che ogni anno Avedisco sviluppa e ad una maggiore conoscenza e a un rilancio del Premio Nazionale Avedisco dedicato proprio agli incaricati.

Proprio sul Premio Nazionale Avedisco sono state presentate sei proposte di rinnovo, sei nuovi format elaborati dal Comitato Comunicazione rispetto ai quali sono stati segnalati i due ritenuti più efficaci per, al contempo, offrire agli incaricati un importante momento di riconoscimento ed essere un appuntamento di formazione e coinvolgimento per tutte le aziende associate.

L’Associazione vive un momento di crescita e di ampliamento e necessita di una partecipazione più numerosa di aziende italiane impegnate nella vendita diretta per continuare ad essere, ed essere sempre di più, punto di riferimento della vendita diretta sul mercato italiano.

Questo rafforzerà un ruolo di leadership



guadagnato in tanti anni di esperienza e darà rinnovato vigore a quelle azioni di lobbying presso i decisori pubblici che sono un elemento imprescindibile per un’associazione di categoria.

Un’apertura nel segno della continuità, una maggiore flessibilità in ingresso di nuovi soci che non significherà però cambio nella reputazione dell’associazione e indebolimento dei principi etici. La coerenza rispetto ai valori che da sempre hanno contraddistinto Avedisco rimarrà uno dei capisaldi dell’attività associativa.

Ora spetterà al Consiglio Direttivo definire un piano strategico condiviso che, in funzione delle risorse a disposizione, tenga conto sì delle esigenze contingenti ma che abbia anche una visione a più ampio respiro.

Si partirà da una serie di incontri nelle Aziende, per raccogliere informazioni utili a capire quali siano le aspettative e le esigenze delle associate.

Dall’analisi dei dati raccolti, verranno studiati e progettati servizi e convenzioni che siano utili per soddisfare tali esigenze e che siano allo stesso tempo incentivanti nei confronti di chi si avvicina ad Avedisco.

Un ringraziamento speciale da parte di Avedisco va agli sponsor dell’iniziativa che hanno consentito una perfetta organizzazione dell’evento: Boscolo Hotels e Gattinoni Incentives&Events.

In alto un momento del CEOs Meeting 2011 di Avedisco presso l’hotel Boscolo Exedra di Milano.

## EXTRA

### FEDSA diventa SELDIA

In alto a destra della pagina il logo di SELDIA.

In cosa consistono i cambiamenti avvenuti all'interno dell'associazione nazionale FEDSA (da ora Seldia ) di cui Avedisco è membro effettivo.



Il primo cambiamento riguarda il codice etico e il suo amministratore in ambito europeo, il secondo, invece, consiste nella variazione del nome stesso: da FEDSA a Seldia , The European Direct Selling Association. Desiderio di evidenziare la propria crescita e il mutamento in atto, far rispettare alle aziende e agli associati le stesse regole e gli stessi comportamenti etici, questi gli obiettivi principali che hanno guidato l'assemblea del 10 Maggio.

L'Amministratore Europeo di tale codice è sicuramente una figura di grande rilievo e innovativa, una figura che darà la possibilità di esprimere le proprie idee e i propri dubbi a tutte le aziende e a tutti gli incaricati alla vendita diretta che non possono farlo a livello nazionale per la mancanza di enti regolatori.

In merito a questa trasformazione si è espresso anche il presidente di Seldia , Philippe Jacquelinet, sostenendo le scelte fatte in merito soprattutto a tematiche di grande attualità. Innanzitutto, ha sottolineato Jacquelinet, il rinnovato valore dato all'etica, che è sempre stata importante nel mercato della vendita diretta e che ora ne diventa quasi il fulcro principale. La seconda sfida è la comunicazione della vendita diretta, che negli ultimi anni è mutata ed è diventata fondamentale per instaurare un rapporto trasparente e di fiducia con tutti i clienti.

"Puro e semplice, ma allo stesso tempo diretto ed efficace come le associazioni al suo interno, il cambiamento" - sottolineano da Bruxelles - "ha permesso anche di riallacciare e migliorare i rapporti con molte associazioni europee come per esempio proprio l'italiana Avedisco".

Perfettamente in accordo con le loro parole, il presidente di Avedisco, Giovanni Paolino che, riferendosi alla situazione italiana, sostiene come sia "un momento cruciale per la vendita diretta. Questi cambiamenti sostanziali nascono da una forte esigenza di rinnovamento delle strutture a livello associativo, a nuove esigenze di comunicazione e di adeguamento agli scenari che ci si trova ad affrontare in un momento di profonde trasformazioni del mercato".

In un periodo fatto di alti e bassi per l'economia, la vendita diretta e le sue associazioni cercano di proteggersi e allo stesso tempo di migliorare sempre di più, proponendo idee nuove e sempre in linea con i bisogni di tutti i clienti.

**È con enorme tristezza che Avedisco informa tutti i soci che lunedì 20 Giugno ci ha improvvisamente lasciati il collega e amico PAOLO MARIA GIULIANI. Membro del Consiglio Direttivo Avedisco e Vice Presidente di NHT Global Europe, Paolo ha fornito nell'arco della sua carriera un contributo fondamentale al settore della vendita diretta in Italia e all'estero. Avedisco si unisce al dolore della famiglia.**



## INTERVISTA

ANDREA TAPPARELLO AD TAPPARELLO&GROUP

**Dopo una crisi economica proclamata da più parti ma che non ha colpito la vendita diretta quanto gli altri settori, che anno si aspetta?**

Ci aspettiamo un buon anno e un altro buon decennio. Da quando siamo attivi il trend è sempre stato positivo confermando come la vendita diretta sia un ottimale sistema di distribuzione per prodotti di nicchia. Non possiamo puntare ad incrementi a due cifre su base annuale, ma in dieci anni la crescita è stata costante consentendoci di investire di anno in anno nella nostra azienda, fino all'inaugurazione della nuova sede che si terrà tra pochi mesi.



**ternazionali della vendita diretta in sede europea?**

Noi operiamo nel mercato nazionale quindi siamo molto attenti alla realtà Italiana sapendo bene che questa rispecchia ciò che accade in sede europea. Il mercato della vendita diretta si sta ampliando a nuovi settori e ci aspettiamo che l'Associazione dia continuità al suo operato e che acquisti sempre più potere, sia presso le associazioni dei consumatori, che a livello istituzionale. Avedisco deve essere un punto di riferimento per la vendita diretta e una garanzia

per chi opera nel settore, sia che esso sia azienda, incaricato o consumatore.

**Siete sul mercato dal 2002, in base alla sua esperienza quanto e cosa è cambiato nella vendita diretta da allora ad oggi?**

Il nostro settore non ha subito grandi rivoluzioni in questi anni e questo ci ha consentito di non dover stravolgere il nostro modello di business. La vendita diretta nel settore dei beni durevoli ha sempre tenuto e se c'è stato qualche cambiamento in periodi di crisi è stato solo nella maggior attenzione del consumatore. Il nostro è un consumatore esigente, attento ai particolari e al made in Italy, e con un profilo di nicchia. Durante i periodi di crisi, pur non rinunciando all'acquisto, chiede maggiori informazioni. Per questo teniamo seminari specifici ogni 4 mesi con la forza vendita durante i quali passiamo al setaccio le caratteristiche di tutti i prodotti e andiamo nello specifico di ciascuna categoria.

**Quale contributo vi aspettate dall'Associazione Avedisco in sede Italiana e dalle federazioni in-**

**Quanto è importante la formazione dei vostri incaricati e quali attività svolgete durante l'anno per favorire un percorso formativo completo a tutti i vostri dipendenti?**

La formazione è fondamentale affinché il nostro incaricato possa migliorare per raggiungere i suoi obiettivi professionali ed economici. A tal fine la formazione si sviluppa su due livelli. Il primo localmente dal capo area, figura con esperienza e capacità, che affianca il nuovo incaricato o chi necessita di un aiuto per sbloccare un momento difficile. In secondo luogo organizziamo tre meeting formativi durante i quali si va nello specifico di tutti i nostri prodotti andando così a rafforzare e a migliorare le competenze di tutti. La vendita diretta vive un paradosso: pur lavorando su un territorio molto ampio, spesso nazionale, si scontra il più delle volte con problematiche locali. Per questo motivo siamo convinti che solo una formazione fatta su più punti possa dare il miglior risultato ottenibile da tutti, così da puntare a sempre maggiori successi.



**ORDINARIO**

**CREATIVO**

### **GATTINONI, EVOLUZIONE CONTINUA.**

Gira e rigira, c'è poco che stimoli come un viaggio incentive: che, appunto, affascina e spinge a risultati inimmaginabili sia chi è abituato ad andare per il mondo, sia chi ha appena incominciato a conoscerlo. Lasciatelo dire a noi, che curiamo più di 150 viaggi incentive all'anno, per aziende d'ogni settore e dimensione! E sono tutti viaggi-evento, assolutamente spettacolari. Già, perché l'esperienza in special event è un altro dei nostri punti di forza: comunicazione, spettacolarità, organizzazione e logistica viaggiano di pari passo per enfatizzare il messaggio aziendale, per farlo arrivare alla mente e al cuore di ciascuno dei partecipanti. E motivare a fondo. [www.gattinoni.it](http://www.gattinoni.it)

  
**GATTINONI**  
INCENTIVE & EVENTS

STRUMENTI DAI SERVIZI ALL'ALIMENTARE, DAI COSMETICI AGLI ARTICOLI PER LA CASA: UNA CRESCITA A DUE CIFRE



## Il settore delle vendite dirette crea fatturato e occupazione

### Le imprese Avedisco a caccia di 20 mila nuovi incaricati

MILANO

Dopo aver chiuso l'anno passato con tutti i segni più e spesso a due cifre, l'Associazione delle vendite dirette Avedisco ha tutte le carte in regola per crescere anche quest'anno. Il settore delle vendite a domicilio, di solito definite "porta a porta", ma anche "one to one" o "party vendite", si conferma un'importante locomotiva dello sviluppo e dell'occupazione.

#### Idati

Se guardiamo i dati Avedisco, la principale associazione del settore, che riunisce circa 60 aziende (www.avedisco.it), il settore ha incrementato sia il fatturato che l'occupazione, confermando la vendita diretta come un'opportunità concreta in un momento non facile per l'economia che per il mondo del lavoro. Il fatturato complessivo delle aziende associate è stato di oltre 887 milioni di euro con una crescita, rispetto al 2009, del 6,64%, un dato che migliora ulteriormente quello del primo semestre 2010, che si era fermato ad +4,65% rispetto allo stesso pe-

riodo del 2009.

#### I settori

In fortissima espansione il settore dei servizi, che fa registrare, rispetto al 2009, una crescita dell'11,35%. Ottime le performance delle associate Avedisco anche nel settore cosmetici e accessori moda, che in un anno vede salire il suo fatturato del 9,80%, mentre crescite di tutto rispetto fanno registrare il settore tessile, con un balzo del 7,60%, e l'alimentare nutrizionale, con un + 6,79% sempre rispetto al 2009.

#### Gli occupati

Positivo anche il trend delle vendite dirette a domicilio: in Italia gli incaricati delle aziende associate Avedisco sono 225.482. Rispetto al poco più di 200 mila del 2009 lo scatto è attestato al +10,43%. Significa 21.305 incaricati alle vendite in più rispetto al 2009, cifra che verrà ripetuta nel 2011, creando oltre 20mila posti. Il dato sul'occupazione migliora quanto fatto registrare sui sei mesi di attività. Nel primo semestre 2010 Avedisco aveva fatto segnare un +9,51% di incaricati rispetto al 2009, che sale a +10,43% nel 2010.

#### Il commento

«Questi dati aggregati chiudono il cerchio su un altro anno di grande espansione in Italia», spiega Giovanni Paolino, presidente di Avedisco. «I risultati confermano quanto le aziende associate Avedisco avevano dimostrato fino ad oggi, ma tengo a sottolineare che, soprattutto in merito all'occupazione, questi dati non sono da leggere affatto in chiave di crisi economica, ma di espansione. Quello delle aziende della vendita diretta in Italia è un settore in continua e costante crescita ininterrotta ormai da sei anni. Seppur con andamenti mutevoli nel tempo non è mai mancato dal 2005 ad oggi il segno positivo sia per il fatturato che per la crescita del numero degli incaricati alle vendite anche in periodi precedenti e successivi alla crisi. Questo dimostra che strutture organizzate, investimenti sulla ricerca e un focus mirato alla formazione del personale riescono ancora a fare la differenza».

**Identikit**  
In Italia Avedisco, nata nel 1969, rappresenta circa il 50% del mercato. Le aziende asso-

ciate sono tra le marche più note del settore (da Amc ad Amway, da Stanhome ad Avon passando per Eisman). Le aziende associate e gli incaricati di vendita sono tenuti a rispettare un codice deontologico, per distinguersi soprattutto da chi opera in modo esclusivo e ne ha fatta la propria professione e c'è chi opera a tempo parziale, a integrazione del reddito o di altre attività. Molto alta è la percentuale di donne. A differenza del porta a porta, la vendita diretta si avvale di una rete di contatti e di appuntamenti con i clienti.

#### All'estero

Nel mondo le vendite dirette sono sviluppate. In Europa rappresentano 9 miliardi di euro di fatturato con 3 milioni di venditori. Negli Stati Uniti, dove il sistema è nato sin dalla fine dell'Ottocento, il fatturato è di oltre 92 miliardi di dollari con oltre 10 milioni di venditori. In Giappone le vendite superano i 22 miliardi di dollari, realizzati da oltre 22 milioni di incaricati alle vendite.

Fonte: www.helpconsumatori.it

Data: 19-05-2011

The screenshot shows a news article on the website 'helpconsumatori.it'. The article title is 'ACQUISTI. Avedisco: cambia la vendita diretta in Europa e arriva il codice etico'. The text discusses the changes in direct selling in Europe and the introduction of an ethical code. It mentions that the code is a result of the work of the European Direct Selling Association (Avedisco) and is aimed at improving the image of the sector and protecting consumers. The article also mentions that the code will be implemented in all European countries and will be a reference for all direct selling companies.

Fonte: La Stampa

Data: 08-05-2011

Fonte: www.distribuzionemoderna.info

Data: 17-05-2011

The screenshot shows a news article on the website 'distribuzionemoderna.info'. The article title is 'Fedsa si dota di un nuovo codice etico e modifica la sua immagine'. The text discusses the changes in direct selling in Europe and the introduction of an ethical code. It mentions that the code is a result of the work of the European Direct Selling Association (Fedsa) and is aimed at improving the image of the sector and protecting consumers. The article also mentions that the code will be implemented in all European countries and will be a reference for all direct selling companies.

## 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)