

# Tanta voglia di vendite a domicilio

Il cambiamento dei trend dei consumi e le necessità occupazionali diventano un mix trainante per le vendite a domicilio. Secondo i dati diffusi da Avedisco (Associazione vendite dirette servizio consumatori), il comparto del retail casa per casa è andato completamente controcorrente nel 2009. La ricerca di maggiore «profondità» nell'interscambio, anche commerciale, come nuova tendenza sociale, ha facilitato la crescita. A fine anno, il fatturato delle aziende aderenti è cresciuto del 4,3% sul 2008, con un fatturato che si è assestato a 1 miliardo e 438 milioni di euro. Nel dettaglio, il settore decisamente più dinamico è stato l'«alimentare/nutrizionale» con una crescita del 12,8%, seguito dai «beni durevoli casa» (+5%), dal comparto «cosmesi e accessori moda» (+3,7%) e dei «servizi» (+2,9%). Significativo l'incremento del comparto «beni durevoli casa» (arrivato a una quota di mercato pari al 46% del totale), in quanto acquisti di maggior valore che richiedono il contributo della consulenza personale. Il volo controcorrente delle vendite a domicilio, peraltro, non riguarda solo il fatturato. Bensì, anche l'occupazione. Evidentemente, la disponibilità di forza lavoro *full e part time* indotta dalle crisi aziendali, ha favorito la crescita di addetti: +7,2% nel 2009, col plotone dei venditori arrivato oltre le 255.000 unità. «Da sette anni - ha commentato Luca Pozzoli, presidente di Avedisco - cresciamo con un incremento medio del 4 per cento. Segno che il nostro operato è apprezzato dai consumatori e il nostro canale di vendita non teme l'avvento dell'e-commerce. Anzi: l'associazione sta valutando l'opportunità di utilizzare il web, attraverso blog e social network, perché i temi legati alla **vendita diretta a domicilio**, talvolta, sono dibattuti con superficialità e dando seguito a luoghi comuni. Per molti, il web avrebbe dovuto fagocitarci. Invece, potremmo essere noi a sfruttarlo».

## I NUMERI DELLA TORTA DEL PORTA-A-PORTA

Andamento del fatturato per categorie e del numero venditori - Fonte: Avedisco

CATEGORIE MERCEOLOGICHE	2008	2009	DIFFERENZA	
			ASSOLUTA	%
COSMESI E ACCESSORI MODA	238.069	246.922	8.853	3,72%
CASA BENI DI CONSUMO	140.802	140.529	-273	-0,19%
CASA BENI DUREVOLI	631.544	663.387	31.843	5,04%
TESSILE	37.725	35.845	-1.880	-4,98%
ALIMENTARE NUTRIZIONALE	227.931	257.148	29.217	12,82%
SERVIZI	25.076	25.824	748	2,98%
ALTRO	77.166	68.985	-8.181	-10,60%
<b>TOTALE</b>	<b>1.378.313</b>	<b>1.438.640</b>	<b>60.327</b>	<b>4,38%</b>
N. INCARICATI ALLE VENDITE	238.598	255.955	17.357	7,27%

## COSA SI VENDE DI PIÙ CASA PER CASA

Variazione dell'incidenza delle diverse tipologie di prodotto - Fonte: Avedisco

	2008	2009
ALIMENTARE / NUTRIZIONALE	16,54%	17,87%
COSMESI E ACCESSORI MODA	17,27%	17,16%
CASA BENI DI CONSUMO	10,22%	9,77%
CASA BENI DUREVOLI	45,82%	46,11%
TESSILE	2,74%	2,49%
SERVIZI	1,82%	1,80%
ALTRO	5,60%	4,80%