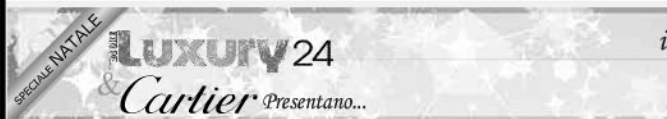




Indirizzo http://www.b2b24.ilsole24ore.com/articoli/0,1254,24_ART_85164,00.html?lw=24;2

[Casa24](#) | [Job24](#) | [Shopping24](#) | [Luxury24](#) | [Viaggi24](#) | [ArtEconomy24](#) | [Mobile](#) | [Banche Dati](#) | [Esperto Ri](#)

Il Sole 24 ORE .com



B2B24.it

lct

Horeca

M



Acquisti

La vendita diretta fattura un miliardo

Il commercio porta a porta è cresciuto del 4,4% nei primi nove mesi del 2007, con 217mila incaricati delle imprese associate ad Avedisco. Prodotti per la casa e alimentari sono i settori trainanti

Fiorenza De Vincenzi - GDOWEEK

10 Gennaio 2008

Fare acquisti standosene comodamente a casa propria è una formula che piace agli italiani. Nei primi nove mesi del 2007, le imprese associate ad Avedisco (Associazione vendite dirette servizio consumatori, fondata nel 1969), hanno registrato un fatturato di 988 milioni di euro e, soprattutto grazie all'ottimo andamento del terzo trimestre (+9%), hanno segnato una crescita del 4,4% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. La vendita diretta, insomma, gode di buona salute, considerato che il valore delle vendite del commercio al dettaglio in sede fissa nello stesso periodo ha invece segnato una modesta crescita, dello 0,5% rispetto al 2006 secondo dati Istat.

Una forza vendita di 217mila incaricati

Si riconferma anche il trend di crescita della forza vendita: a fine settembre gli incaricati delle 32 imprese associate ad Avedisco - che utilizzano tre modalità: porta a porta classico, party plan e marketing multilivello - sfioravano le 217mila unità, in aumento del 9%. Tra le aziende con la rete più capillare, da segnalare Avon Cosmetics, che conta 56.000 incaricati, Tupperware (30.000), Forever Living (25.000), mentre Vorwerk Folletto, prima azienda per fatturato, ne conta 4.000.

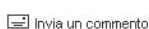
Beni durevoli e prodotti alimentari

Il settore trainante è sempre quello dei beni durevoli per la casa (arredamento, casalinghi, elettrodomestici), che con circa 458 milioni di fatturato, pressoché stabile rispetto ai primi tre trimestri 2006, incide per il 46,3% sul totale delle vendite a domicilio. Al secondo posto, con un peso di circa il 21% sul totale fatturato, in crescita dell'8,5%, si posiziona il comparto dei prodotti nutrizionali, circa due terzi del valore arriva dagli integratori alimentari (+10,4%), il resto dagli alimenti surgelati (+3,3%). Al terzo posto si collocano i cosmetici e gli accessori per la moda, con un peso del 13,7% sul totale, in crescita del 2,3%.

Tra i settori più dinamici da segnalare anche il tessile, che pur in crescita del 9,4% pesa solo il 3,9% sul totale fatturato, e i beni di consumo per la casa (perlopiù detersivi), che rappresentano circa il 10% della torta, in crescita del 7,4%. A seguire i servizi (utilities), che con un fatturato di 17,6 milioni di euro rappresentano solo l'1,8% del totale, con un trend di tutto rispetto: +6,2%. In forte crescita (+19,9%) la categoria "altro", che con un'incidenza del 3,4% fornisce un'altra conferma alle potenzialità di sviluppo di nuovi business nel settore delle vendite dirette.



Stampa



Invia un commento



Invia questo articolo