



INCONTRI

PERIODICO DI INFORMAZIONE AVEDISCO

ANNO VII_NUMERO 2_MAGGIO 2011

Incontri



INFORMAZIONI

Anno VIII – n° - Aprile - Maggio 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

5 IN PRIMO PIANO //

Vendite Dirette a domicilio ancora boom nel 2010

6 EDITORIALE DEL PRESIDENTE //

di Giovanni Paolino

7 APPUNTI AVEDISCO //

News: Avon, Arnaldo Caprai, Eismann, Amway

11 EVENTI AVEDISCO //

PREMIO MEDIA AVEDISCO 2011

12 EXTRA //

Avedisco What's New!

13 INTERVISTA //

Alessandro Sabato AD Stanhome World

14 EDICOLA



INCONTRI CHE CONTANO





IN PRIMO PIANO

VENDITE DIRETTE A DOMICILIO ANCORA BOOM NEL 2010

Sono molto incoraggianti i risultati emersi dagli ultimi dati sul 2010 del centro statistiche di Avedisco. I segnali della crescita erano già visibili all'inizio del 2010 e rispetto all'anno precedente le aziende associate ad Avedisco hanno guadagnato sia in fatturato sia per quanto riguarda il numero di incaricati alle vendite, nonostante il momento non proprio sereno per i lavoratori e il mondo economico.

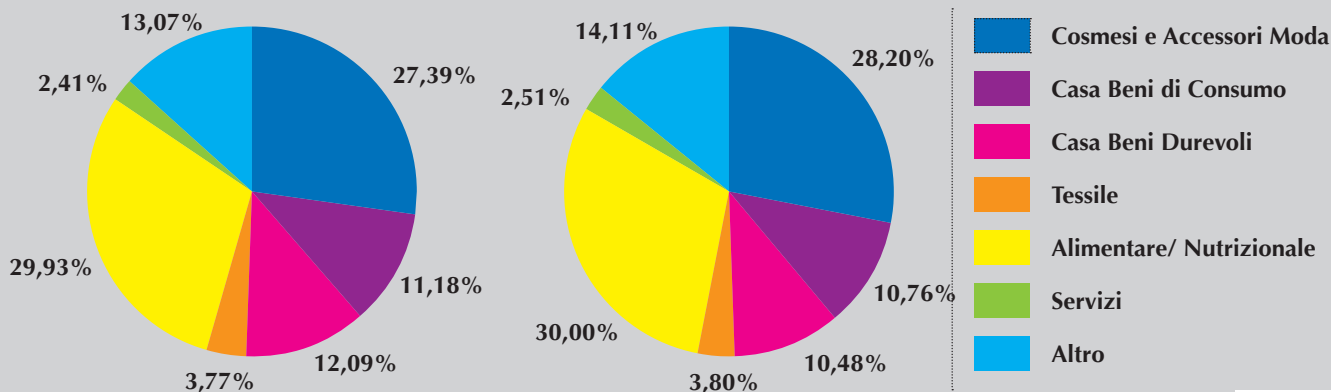
Dai dati di chiusura 2010 di Avedisco si evince un fatturato complessivo delle aziende associate pari a oltre 887 milioni di euro con una crescita, rispetto all'intero 2009 del +6,64%, un dato che migliora ulteriormente la performance sul primo semestre 2010 che si era fermata al +4,65% rispetto allo stesso periodo del 2009.

In fortissima espansione il settore dei servizi, che fa registrare, rispetto al 2009, una crescita del +11,35% nel 2010, ottime le performance delle associate Avedisco anche nel settore "cosmesi e accessori moda" che in un anno accresce il suo fatturato del +9,80%. Tengono il passo anche il settore tessile con un balzo del +7,66% e l'alimentare/nutrizionale con un +6,79% sempre rispetto al 2009.

Benissimo anche il trend occupazionale delle vendite dirette a domicilio: in Italia gli incaricati delle aziende associate Avedisco sono 225.482. Rispetto ai poco più che 200 mila del 2009 il balzo è a due cifre e si attesta al +10,43%, il dato sull'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 primo semestre 2009, dato che sale - a consuntivo dell'intero 2010 - a +10,43%. 21.305, tanti sono i professionisti delle vendite dirette a domicilio che le aziende associate Avedisco hanno guadagnato in un anno in Italia.

Come già sostenuto da Giovanni Paolino, presidente di Avedisco, la vendita diretta è un settore in continua crescita, indipendentemente dalla crisi, lo dimostra il fatto che fin dalla sua nascita nel 2005, Avedisco e le aziende associate hanno sempre registrato risultati positivi e di forte crescita, anche se con valori mutevoli. Le motivazioni di questa fortunata ascesa sono da ricercarsi principalmente in una struttura organizzata, nei forti investimenti nella ricerca e nell'assunzione di personale qualificato e spontaneo.

2009/10 IMPRESE ASSOCIATE AVEDISCO (DATI IN MIGLIAIA DI EURO - IVA INCLUSA)



EDITORIALE DEL PRESIDENTE

di Giovanni Paolino



Giovanni Paolino
presidente di Avedisco

Un anno partito con il piede giusto e che deve continuare in questa direzione per l'associazione.

Colgo l'occasione, in questo numero, per fare le mie congratulazioni ai membri del nuovo consiglio direttivo di Avedisco, di cui leggerete la notizia all'interno della Newsletter.

Sono certo che il dialogo interno, la grande esperienza di tutti i professionisti che lo compongono e la convergenza di intenti e obiettivi saranno i motori di una nuova fase nel segno della continuità.

Riteniamo che la formula che Avedisco abbia adottato in più di sessant'anni di storia non meriti stravolgimenti ma adattamenti ad un mercato in grande evoluzione e, proprio per questo, in continuo mutamento.

È proprio a quel punto di riferimento fatto di professionalità e serietà che si rivolge uno dei prossimi appuntamenti che abbiamo in calendario. Mi fa piacere annunciare tramite Incontri il prossimo CEOs meeting di Avedisco che si terrà il 6 Giugno prossimo. Un incontro importante per fare

insieme il punto della situazione sul sistema imprenditoriale e produttivo che sta alla base del nostro settore, sui suoi cambiamenti generali e su quelli specifici che competono a ciascun ambito tanto nel mondo dei prodotti quanto in quello dei servizi.

Sarà un momento importante di riflessione su un comparto, il nostro, perennemente attuale e in continua espansione e che vive, come tutti i settori di successo e in continuo sviluppo, alcune distorsioni. Pur con una continua attività dell'associazione in fatto di comunicazione, lobby e difesa della categoria e dei suoi professionisti, la vendita diretta soffre ancora di episodi frutto della mancanza di professionalità di alcune realtà che incidono in maniera negativa sull'intero sistema. Come ho avuto modo di ricordare durante l'ultimo evento organizzato da Avedisco, il Premio Media 2011 che si è tenuto presso la splendida cornice del Circolo della Stampa di Milano e di cui leggerete in questo numero, è molto più semplice parlare di vendita diretta quando c'è un episodio negativo a questa legata che elogiarne il contributo in termini di economia, produzione e posti di lavoro di cui siamo protagonisti. Lo accettiamo guardando avanti consapevoli che proprio quando un settore cresce è più soggetto ad incidenti, problemi e all'attenzione della cronaca. Su questo l'attività dell'associazione si concentra e continuerà a farlo per tutelare le sue aziende, i suoi professionisti e tutti i nostri consumatori affezionati.

Giovanni Paolino
Presidente di Avedisco

APPUNTI AVEDISCO

News

NUTRILITE E FONDAZIONE MILAN: 150.000 \$ DONATI

Per il terzo anno consecutivo, prosegue l'impegno di NUTRILITE con il progetto per l'infanzia "Goal by Goal", nell'ambito della campagna Amway One by One. Durante questa stagione NUTRILITE, attraverso Fondazione Milan, devolve **\$ 2.500 per ogni goal del Milan**. Protagonisti della campagna, infatti, sono tutti i calciatori rossoneri che, con le loro reti, stanno permettendo di raccogliere i fondi necessari alla costruzione di un centro sportivo polifunzionale per la pratica sportiva a Napoli, in una zona a rischio sociale priva di centri di aggregazione.

Al termine della gara Milan-Sampdoria, è stato consegnato a Fondazione Milan un assegno del valore di **\$ 150.000**, raccolti grazie ai 59 goal segnati dai calciatori del Milan. A ritirare l'assegno il campione Robinho, in rappresentanza della squadra.



Amway

Andrea Pirlo firma gli autografi ai suoi giovani fan

I ragazzi di Saint Petersburg vincitori di un torneo per bimbi disabili in Russia



Il campione Robinho ritira l'assegno consegnato da Monica Milone, Direttore Relazioni Esterne di Amway Italia e da Fabrizio Suaria, Amministratore Delegato Amway Italia

AVON RUNNING TOUR 2011

OLTRE 800 DONNE A L'AQUILA PER CORRERE CON IL ROSA SUL PETTO



Lo scorso 17 aprile, a L'Aquila, si è svolta la terza tappa del Tour Avon Running. 800 emozionante runner de l'Aquila e di tutta la regione sono arrivate in città per l'appuntamento con l'Avon Running Tour 2011. Un fiume rosa che ha percorso le vie del centro decretando il successo della manifestazione di sport e solidarietà dedicata alle donne. Più di mille i visitatori che hanno affollato l'Avon Village allestito al Castello Cinquecentesco,

partecipando festosi alle attività di sport e intrattenimento proposte sul palco e negli stand. L'intero ricavato dell'Avon Running Tour, frutto non solo dalla vendita delle sacche ufficiali per l'iscrizione, ma anche dalla nuova iniziativa "Se non corri...", che ha permesso a coloro che non erano tra i runner di dare il loro contributo, sarà devoluto **in beneficenza alla Casa Madre Bambino delle Suore Zelatrici.**



ARNALDO CAPRAI E LA MOSTRA “LOVE IS HELL”

Dal 5 Aprile al 5 Giugno alcuni tra i più preziosi merletti della Collezione Museale Arnaldo Caprai saranno esposti nella mostra **“LOVE IS HELL - SAM HAVADTOY E I MERLETTI DELLA DUCHESSA”**, presso i Musei di Strada Nuova Galleria di Palazzo Bianco a Genova.

La mostra è dedicata al bicentenario della nascita di **Maria Brignole-Sale, Duchessa di Galliera**. Pizzo e merletto sono i protagonisti della mostra, che,

oltre ad essere il supporto preferito dall'artista, rappresentano anche al meglio la figura e la personalità della Duchessa.

Insieme alle opere di Havadtoy sono presentate molte opere della Collezione Museale Arnaldo Caprai. La Collezione Museale delle Arti Tessili Arnaldo Caprai è la più importante collezione privata di arte tessile al mondo; la prima, in questo settore, a diventare virtuale ed interattiva (www.museocaprai.it).



...ORGOGGIOSAMENTE
MADE IN ITALY DAL 1955



- A partire dall'alto:
- Ventaglio pieghevole con pagina in merletto Chantillye applicazioni di paillettes.
 - Mezzi guanti detti anche “mitaines”, tipici dell'800, creati con seta e merletti.
 - Ombrellino parasole creato con seta, pizzo, avorio e argento.



Alcune immagini dello stand Eismann a Cibus 2011



Nel corso del weekend 15-17 aprile a Parma si è svolta la I edizione del Cibus rivolto al grande pubblico, **Cibus Tour**, un viaggio attraverso i sapori nuovi e antichi del buon cibo italiano, con un evento speciale di Slow Food dedicato agli insaccati. Dopo l'assaggio al “**Cibus in città**” dello scorso anno, Eismann si è presentata al **Cibus Tour** con una nuova veste grafica e con varie novità. L'occasione perfetta per presentare i propri prodotti surgelati di alta qualità e prodotti speciali ed esclusivi per le prossime feste pasquali. Momenti di assaggio di prodotti da forno e gelati sono stati intervallati da momenti ludici per i più piccini con il gioco, tutto da disegnare, “**il gelato... che vorrei**” e spiegazione del servizio Eismann e delle caratteristiche dei surgelati ai più grandi.





EVENTI AVEDISCO

PREMIO MEDIA AVEDISCO 2011

Una premiazione all'insegna del divertimento



Premiazioni, simpatia e molti personaggi illustri: questi sono stati gli ingredienti principali della serata dedicata alla seconda edizione del Premio Media Avedisco. Celebrata venerdì 15 Aprile nella sala Bocconi presso il Circolo della Stampa, è stata una festa ricca di cultura e buonumore, a cui hanno partecipato non solo giornalisti di spicco, ma anche diverse personalità del mondo della politica e dell'economia.

“L'Economia dal volto umano: l'approccio al consumatore nel terzo millennio” questo era il tema che ha ispirato i giornalisti, che hanno presentato dei lavori davvero interessanti e ben articolati, mettendo in seria difficoltà la giuria premiante. Giuria presieduta dal giornalista del Tg 1 Paolo Di Giannantonio, che oltre a stabilire i vincitori, ha anche presentato la serata, insieme al Presidente di Avedisco, Giovanni Paolino e al vicedirettore della scuola di giornalismo “Walter Tobagi”, Walter Passerini.

Chiara Brusini, collaboratrice de “Il Mondo” nella categoria “Carta stampata” e Chiara Prato, redattrice del “Tg 2 – Costume e Società”, nella categoria Tv, Radio e Web sono state le vincitrici del primo premio per la sezione Libera, seguite da Dania Mondini del Tg 1 nella categoria Tv/Radio e Web e Francesca Poloni de “Il Giornale” nella categoria carta stampata.

Per la Sezione Riservata, quella dedicata dal Pre-

mio Media alle scuole di giornalismo, vincono i lavori di Edoardo Malvenuti e Davide Lessi per la categoria “lavori di gruppo” e Silvia Favasuli nella categoria “lavori singoli”.

Altri due lavori sono stati premiati durante la serata, quello di Elia Milani e Gabriele Pieroni, della scuola “Walter Tobagi” e quello della scuola di Giornalismo Radio Televisiva di Perugia, che si sono distinte per le modalità di impaginazione e il tema trattato, che lega il mondo agricolo e del terziario con quello più moderno e avanzato dell'e-commerce. Un ultimo riconoscimento è andato a Marco Morganti, Amministratore Delegato di Banca Prossima la Banca del Gruppo Intesa San Paolo, premiato come personalità particolarmente rappresentativa del mondo culturale, economico, politico o dello spettacolo. La serata è stata, organizzata con il supporto degli sponsor TEP Arti Grafiche S.r.l. e Johnson 1836 S.r.l., frizzante e piacevole, resa tale non solo dagli ottimi progetti presentati dai giornalisti, ma anche dai presentatori, che con grande spontaneità e naturalezza hanno messo in evidenza i grandi successi, gli obiettivi raggiunti e quelli ancora da raggiungere dalle vendite dirette nell'ultimo anno.



Le immagini delle premiazioni del Premio Media Avedisco 2011. Dall'alto a sinistra: Francesca Poloni (Il Giornale), Chiara Brusini (Il Mondo), Dania Mondini (Tg1) e i genitori di Chiara Prato (Tg2).

EXTRA

AVEDISCO WHAT'S NEW!

Tempo di rinnovo degli incarichi in Avedisco. Come da disposizioni dello Statuto dell'associazione sono state rinnovate di recente le cariche associative e la struttura dell'associazione ha assunto nuovi lineamenti all'insegna della compattezza e della continuità nel lavoro e negli obiettivi.

Dopo aver gestito un periodo importante, di passaggio dalla vecchia gestione, Giovanni Paolino, direttore generale di Eismann, viene confermato Presidente di Avedisco con il rinnovo delle responsabilità e della fiducia da parte di tutto il direttivo.

Monica Milone, direttore relazioni esterne Amway Italia (nella foto), è il nuovo Vice Presidente di Avedisco, e, oltre coadiuvare il lavoro e l'operato del Presidente, sarà responsabile del Comitato Comunicazione dell'associazione.

I consiglieri del neonato direttivo sono Marco Brandolini di Herbalife Italia, Paolo Maria Giuliani di NHT Global Europe, Alessandra Ghio di NSA Italia, Alessandro Sabato di Stanhome World e Roberto Saporiti di Avon Cosmetics.

Giuliano Sciortino (nella foto) è stato nominato infine nuovo Segretario Generale dell'associazione.



Anche con il nuovo direttivo Avedisco conferma il suo impegno nella ricerca delle soluzioni migliori per accrescere la reputation dell'associazione in Italia, aumentare la sua influenza sui decisori pubblici ed essere una voce forte nel settore della vendita diretta in Italia nonché un partner affidabile e vicino al mondo dei consumatori utilizzando tutti gli strumenti a sua disposizione.

Le grandi doti dei manager del nuovo direttivo, la grande esperienza nel settore delle vendite dirette, sono i principi cardine rispetto ai quali è stato strutturato il nuovo consiglio.

Fin dalla sua fondazione la principale mission di Avedisco è quella di essere l'Associazione nazionale di riferimento nel settore delle vendite a domicilio quale sistema commerciale rilevante per il benessere degli individui e del Paese, riconosciuta da tutte le realtà sociali, politiche, economiche e culturali. Obiettivo che Avedisco insegue costantemente, registrando risultati positivi di sviluppo del comparto che vanno di pari passo con un costante miglioramento della reputation.

Alla modifica dell'asset dirigenziale si è unito il rinnovamento dello statuto e la ridefinizione di alcuni importanti parametri. La facilitazione delle procedure burocratiche per l'accesso all'associazione è stato il primo provvedimento di sostanza apportato. Pur salvaguardando i criteri di selezione per l'accessibilità ad Avedisco, si è deciso di snellire le pratiche burocratiche di accesso per le aziende che fanno richiesta di adesione. Ad esempio l'ottimizzazione del percorso di osservazione delle aziende che chiedono di aderire: durerà meno pur mantenendo alti gli standard e i criteri selettivi. Nessuna differenza invece sul fronte dell'etica e della trasparenza delle aziende associate che devono continuare a rispettare alti standard di conformità che l'associazione condivide da oltre sessant'anni.



INTERVISTA

ALESSANDRO SABATO AMMINISTRATORE DELEGATO STANHOME WORLD



Stanhome World è stata una delle aziende fondatrici di Avedisco nel 1969. Come si colloca la sua azienda nel rapporto tra passato e futuro?

Stanhome World è un'azienda con una forte tradizione alle spalle. Il Party Plan nasce come risposta a precise esigenze della donna di un particolare ambiente e periodo storico.

Oggi Stanhome World ha aggiornato il suo sistema di vendita disegnandolo sulla fisionomia della donna moderna. Le nostre clienti possono avvalersi di un sistema dinamico e flessibile che concilia la convivialità della Riunione alla personalizzazione dell'offerta in sintonia con le esigenze di ogni donna. Per sfruttare le opportunità del presente la nostra azienda ha messo a disposizione delle sue incaricate strumenti moderni di gestione della clientela. Abbiamo un sito internet sempre aggiornato che è uno strumento di contatto accessibile per chi ci vuole conoscere e anche un luogo di incontro, informazione e scambio di esperienze tra la vasta rete di donne che coinvolgiamo. Abbiamo, inoltre, una web-tv che sta avvicinando la forza vendite e la clientela alla dimensione conviviale che più ci caratterizza. Le nostre incaricate oggi sono donne dinamiche, ottime pianificatrici e consulenti. Stanhome World guarda al futuro senza tralasciare i valori e i punti forza della sua tradizione.

Come si traduce questo orientamento verso il futuro nel vostro portafoglio prodotti?

Noi cerchiamo sempre l'innovazione. Siamo impegnati in una continua ricerca di efficacia, praticità e miglioramento della vita della donna.

La nostra più grande novità è stata l'introduzione di Kiotis, una marca di prodotti cosmetici basati sugli Oli Essenziali puri al 100%. Grazie al lancio di questa marca, oggi possiamo affermare con certezza che Stanhome World guarda alla completa soddisfazione di tutte le donne, coniugando la cura per la casa e per la famiglia con l'attenzione per la bellezza e il benessere.

Stanhome World, da sempre, guarda al rispetto dell'ambiente e contribuisce a preservare l'integrità del pianeta. Oggi più di ieri sarà possibile con Respect Plus, una nuova linea di prodotti Ecolabel per la detergenza della casa, a base di ingredienti di origine vegetale per una continua attenzione all'ambiente e alla famiglia.

Stanhome World è stata fondata negli USA 80 anni fa. Qual è il segreto del suo successo costante?

Il marchio Stanhome con la decennale esperienza nella cura della casa rimane il nostro cuore pulsante. L'elevato livello di professionalità delle nostre Incaricate e la capacità di far proprio un prodotto prima di dimostrarlo e proporlo alle clienti ne è la prova tangibile. Il nostro segreto è l'impegno costante nell'offrire a ciascuna delle clienti un servizio personalizzato, la capacità di fidelizzazione e la passione con cui le nostre Incaricate vivono la loro professione.

Abbiamo appena concluso un Tour di convention con tappe in tutta Italia. Porto ancora dentro di me il calore, la positività, il senso di appartenenza di tutte le Incaricate con Gruppo e gli Agenti di Filiale che abbiamo incontrato. Sono davvero fiero di essere alla guida di una squadra che affronta ogni giorno il lavoro con grande, grandissima passione e professionalità.

Alessandro Sabato
Amministratore Delegato
Stanhome World

COVER STORY
di Ferdinando Savarese



Il risparmio viaggia porta a porta?

Ci sono tanti modi per definire quegli individui che, giorno dopo giorno, esercitano nelle nostre case per vendere un prodotto o proporre un servizio piazzisti, dimostratori, promotori, ma sicuramente il più comune e sulle bocche di tutti è quello di venditori porta a porta. Ricordate Sergio Benvenuti, il attico rappresentante del "Colono della Musica", il personaggio cinematografico inventato da Carlo Verdone in uno dei suoi film più celebri "Boratolco"? Che avrebbe paura di far entrare in casa un faccendoso o un sempre?

Venditori porta a porta: chi sono, cosa c'è dietro e quali vantaggi possono realmente portare alle famiglie

Certamente nessuno, ma nella vita di tutti i giorni, invece, esiste una grande diffidenza verso questo tipo di professionista che è saggia e saggia a tenere a freno campagne di operatori ostili, tramite stampa, televisione e blog vari di associazioni consumatori e singoli privati. Ma tutta questa diffidenza ha una reale ragione di essere e poi, qual è il vero senso di questo tipo di vendita, quali sono le sue origini, i suoi sviluppi, i suoi limiti, ma anche e soprattutto i suoi vantaggi?

Senza entrare nei meandri della storia dell'azienda si addiritare ricordando i nostri orientati sicuramente ci sarà stato qualche uomo dell'età della pietra che aveva pensato per coerenza a vendere qualcosa nell'ambito di quella che si può definire l'economia moderna, le prime aziende specializzate nella vendita di prodotti porta a porta nascono verso la fine del 19° secolo,

in America, anche se il reale sviluppo del settore comincia a partire dagli anni '10, in linea col boom industriale e commerciale fino a esplodere nel dopoguerra.

Cosa si intende, dunque, per aziende specializzate nella vendita porta a porta? Il concetto può apparire evidente, ma forse non lo è abbastanza e quindi cerchiamo di spiegarlo nel modo più semplice possibile. Qualsiasi tipo di bene venduto, viene prodotto da un'azienda che, nella grande maggioranza dei casi, decide (e i rendimenti disponibili sul mercato sono verso quelli che comunemente vengono dai suoi negozi e come tali intendiamo sia il piccolo negoziante che, un tempo, era l'unico luogo di vendita pubblica esistente sia tutte le catene di distribuzione, fino agli

La locandina di "Boratolco" interpretato e diretto nel 1982 da Carlo Verdone. Una caratterizzazione di una figura umana e professionale, quella del venditore porta a porta, figlia del regista Alberto Sordi

Boratolco... mio padre dice che resta il mio miglior film. Sinceramente se non ci fosse stato, il successo di Boratolco sarei rimasto "quello che fa i personaggi"...

Il venditore che ha cantato il Cantata di Verdone (Dati Carlo Verdone del regista il cinema cinematografico)

COVER STORY

Avedisco: un'associazione a garanzia totale del consumatore

Avedisco è un'associazione creata nel 1969 con lo scopo di fungere da assistenza a tutte le aziende che usano come sistema di vendita quella diretta (definita vendita porta a porta). Al 1° gennaio 2011 vanta 32 soci attivi che rappresentano oltre il 40% di tutti coloro che operano in questo settore. Salvadanaio ha incontrato il dottor Giorgio Giuliani, Direttore dell'Associazione, che si è gentilmente prestato a rispondere ad alcune nostre domande.

SALVADANAIO: Dott. Giuliani, quale è lo scopo fondamentale di Avedisco?
GIULIANI: Avedisco ha due fondamentali scopi. Assistere le aziende associate nell'esplicazione della loro attività fiscale, amministrativa o legale, ma soprattutto dettare le linee guida di quali devono essere i comportamenti che l'azienda, tramite il proprio venditore, deve tenere nei confronti del consumatore finale.

SALVADANAIO: Cosa intende per dettare le linee guida?
GIULIANI: Avedisco ha creato un proprio codice di comportamento, che viene distribuito a tutte le aziende associate. In cui vengono indicate le regole base e minime obbligate che ciascun venditore deve tenere a casa del cliente che visita. Parliamo, ad esempio, del far sempre ben comprendere il tipo di impegno economico che si sta per affrontare, del non abusare mai del tempo delle persone che sono libere di interrompere la trattativa in qualsiasi momento, del rispettare in particolar modo gli anziani e coloro che hanno minor capacità di intendere.

SALVADANAIO: Ci sembra di capire che per Avedisco la tutela del cliente sia al primo posto?
GIULIANI: Assolutamente sì, e non è retorica. Pensi che già nel 1979 avevamo introdotto nel nostro codice di comportamento il cosiddetto "diritto di ripensamento" la possibilità di recedere da un acquisto, per il solo fatto di averci ripensato. Lei mi dirà che questa norma è sancita dal legislatore, ma tale legge è stata fatta nel 1992, vale a dire 13 anni dopo che lo avevamo imposto ai nostri associati tramite il nostro codice etico.

SALVADANAIO: Un'ultima domanda a Lei che meglio di chiunque conosce questo specifico settore. Comprare da un venditore porta a porta può dare un reale risparmio in termine economico?
GIULIANI: Guardi è una domanda molto complessa. Sicuramente posso dire che, contrariamente a quanto qualcuno potrebbe pensare, i costi di distribuzione porta a porta, per un'azienda, pur non essendo il passaggio del negozio, sono più alti rispetto a quelli dei canali tradizionali e questo, sia per un grandissimo turnover degli addetti alla vendita, sia per i costi di trasporto che sono ovviamente mille volte più elevati, dato che viaggia un singolo pezzo alla volta. Parallelamente la grande maggioranza dei prodotti venduti con tale sistema sono esclusivi e coperti da brevetti, per cui esiste una garanzia di altissima qualità che non ha facilmente paragoni e che se l'avesse, porterebbe certamente ad un risparmio.

Borsa Italiana
London Stock Exchange Group

Cerca nel sito: **QUESTIONI** **PIAGGI** **Area Risposta** **INSETRATI** **ACCESSI**

Home Page | Assistenza | ETC | ETC e ETC | Fondi | Derivate | City & Capital | Obbligazioni | Titoli e Finanza | Borsa Italiana

Anno: **2011** Dow Jones | **Sotto la Lente** | **Borsa Italiana** | **News dei Mercati** | **Finanza Globale** | **Finanza Personale** | **Speciali**

Ultima pagina: **Titoli e Finanza** | **MF Dow Jones** | **MF Dow Jones**

Conoscere l'indicatore
Cosa è
Cosa misura
Cosa rappresenta
Cosa significa
Cosa indica

MF Dow Jones - Economic Indicator

Intesa Spazioli e Morganti (B. Proxima) vince premio Walter Tobagi

Diplozione

MIANO MF 12-Marco Morganti, a.d. di B. Proxima (gruppo Intesa Spazioli), ha ricevuto il premio "Walter Tobagi", assegnato dalla scuola di giornalismo ad una personalità particolarmente rappresentativa del mondo culturale, economico, politico e dello spettacolo.

Il premio, il 1° luglio in una nota, rientra nell'ambito della seconda edizione del Premio Media Award, il riconoscimento assegnato dall'associazione vendite diretta servizio consumatori (i migliori giornalisti di carta stampata, radio tv e internet e i migliori studenti in formazione nelle scuole di giornalismo italiane. Chiara Braucci, collaboratrice del Miano nella categoria "Carta stampata" e Chiara Pella, redattrice del Tg1 - Cronisti e Biondi, nella categoria "Tv, Radio e Web" si sono aggiudicati il primo premio. Per il settore stampa, dedicata alle scuole di giornalismo, i vincitori sono di Eduardo Maiorani e Davide Lenti per la categoria "testi di gruppo" e Silvia Fratini nella categoria "testi singoli". Secondo posto per Daniela Mondini del Tg1 nella categoria "Tv, Radio e Web" per Francesca Pileri per il Giornale nella categoria carta stampata del "Sette Lettere".

Intra le giurie ha voluto riconoscere inoltre due meriti speciali, nella sezione giornalisti: i vincitori degli studenti della Scuola di giornalismo dello Istituito di Perugia per aver ricevuto la tesi sul tema "consumi e il servizio ai nuovi agricoltori" "la baci" di due studenti della scuola di giornalismo Walter Tobagi di Milano: Elio Mirani e Gabriele Pileri, con ab.

(END) Dow Jones News Services
April 18, 2011 15:16 ET (14:19 GMT)
Copyright © 2011 MF Dow Jones News B.V.

Tutti i dati in la notizia

Nome	Precedente	Variazione	Var. %	Max	Min	Apertura	Prezzi & Metriche
Intesa Spazioli	2.08	-0.16	-7.62	2.05	2.05	2.05	Continua

Dati riferiti al 18 marzo

MF Dow Jones - Economic Indicator

Indicatore
Cosa misura
Cosa rappresenta
Cosa significa
Cosa indica

Indicatore
Cosa misura
Cosa rappresenta
Cosa significa
Cosa indica

Indicatore
Cosa misura
Cosa rappresenta
Cosa significa
Cosa indica

Indicatore
Cosa misura
Cosa rappresenta
Cosa significa
Cosa indica

Indicatore
Cosa misura
Cosa rappresenta
Cosa significa
Cosa indica



MILANO FINANZA

IL PRIMO GIORNALE INTERATTIVO PER GLI INVESTITORI

Martedì ore 14:30
19 Aprile 2011

Milano
Discreto

20°

Aggiungi località

News

Il giornale di oggi

Mercati

Trading & Investimenti

Strumenti & Analisi

GUARDA IL VIDEO DEMO

Home

Borsa in tempo reale

Trading Dual

News in diretta

Caldissime

Economia & politica

Commenti

Focus Ipo

Immobiliare

Le ultime di MFDJ

MF Personal

Circuits

Corporate News

Sportello Bond Aitalia

Archivio

Trading & Investment

Mercati azionari

Trading Online

Forex

CW & Certificate

ETF & ETC

Obbligazioni

Cerca lavoro

Banca dati MF Horyyem

News 18/04/2011 18:18 | Tutte | Indietro

MF-Dow Jones News

Intesa Sanpaolo: Morganti (B.Prossima) vince premio Walter Tobagi

MILANO (MF-DJ)-Marco Morganti, a.d. di B Prossima (gruppo Intesa Sanpaolo), ha ricevuto il premio "Walter Tobagi", assegnato dalla scuola di giornalismo ad una personalità particolarmente rappresentativa del mondo culturale, economico, politico o dello spettacolo.

Il premio, si legge in una nota, rientra nell'ambito della seconda edizione del Premio Media Avedisco, il riconoscimento assegnato dall'associazione vendite dirette servizio consumatori ai migliori giornalisti di carta stampata, radio tv e internet e ai migliori studenti in formazione nelle scuole di giornalismo italiane. Chiara Brusini, collaboratrice de Il Mondo nella categoria "Carta stampata" e Chiara Prato, redattrice del Tg2 - Costume e Società, nella categoria Tv, Radio e Web si sono aggiudicate il primo premio. Per la sezione riservata dedicata alle scuole di giornalismo, vincono i lavori di Edoardo Malvenuti e Davide Lessi per la categoria "lavori di gruppo" e Silvia Favasuli nella categoria "lavori singoli". Secondo posto per Dania Mondini del Tg1 nella categoria Tv/Radio e Web e per Francesca Poloni de Il Giornale nella categoria carta stampata della Sezione Libera.

Infine la giuria ha voluto riconoscere inoltre due menzioni speciali, nella sezione riservata, ai lavori degli studenti della Scuola di giornalismo radio televisivo di Perugia per un'inchiesta sui nuovi consumi e al servizio sui nuovi agricoltori "hi tech" di due studenti della scuola di giornalismo Walter Tobagi di Milano Elia Milani e Gabriele Pieroni.

com/lab
(fine)

MF-DJ NEWS

MILANO FINANZA

Martedì ore 14:30
19 Aprile 2011

Milano
Discreto

20°

Aggiungi località

News

Il giornale di oggi

Mercati

Trading & Investimenti

Strumenti & Analisi

GUARDA IL VIDEO DEMO

Home

Borsa in tempo reale

Trading Dual

News in diretta

Caldissime

Economia & politica

Commenti

Focus Ipo

Immobiliare

Le ultime di MFDJ

MF Personal

Circuits

Corporate News

Sportello Bond Aitalia

Archivio

Trading & Investment

Mercati azionari

Trading Online

Forex

CW & Certificate

ETF & ETC

Obbligazioni

Cerca lavoro

Banca dati MF Horyyem

News 18/04/2011 18:18 | Tutte | Indietro

MF-Dow Jones News

Intesa Sanpaolo: Morganti (B.Prossima) vince premio Walter Tobagi

MILANO (MF-DJ)-Marco Morganti, a.d. di B Prossima (gruppo Intesa Sanpaolo), ha ricevuto il premio "Walter Tobagi", assegnato dalla scuola di giornalismo ad una personalità particolarmente rappresentativa del mondo culturale, economico, politico o dello spettacolo.

Il premio, si legge in una nota, rientra nell'ambito della seconda edizione del Premio Media Avedisco, il riconoscimento assegnato dall'associazione vendite dirette servizio consumatori ai migliori giornalisti di carta stampata, radio tv e internet e ai migliori studenti in formazione nelle scuole di giornalismo italiane. Chiara Brusini, collaboratrice de Il Mondo nella categoria "Carta stampata" e Chiara Prato, redattrice del Tg2 - Costume e Società, nella categoria Tv, Radio e Web si sono aggiudicate il primo premio. Per la sezione riservata dedicata alle scuole di giornalismo, vincono i lavori di Edoardo Malvenuti e Davide Lessi per la categoria "lavori di gruppo" e Silvia Favasuli nella categoria "lavori singoli". Secondo posto per Dania Mondini del Tg1 nella categoria Tv/Radio e Web e per Francesca Poloni de Il Giornale nella categoria carta stampata della Sezione Libera.

Infine la giuria ha voluto riconoscere inoltre due menzioni speciali, nella sezione riservata, ai lavori degli studenti della Scuola di giornalismo radio televisivo di Perugia per un'inchiesta sui nuovi consumi e al servizio sui nuovi agricoltori "hi tech" di due studenti della scuola di giornalismo Walter Tobagi di Milano Elia Milani e Gabriele Pieroni.

com/lab
(fine)

MF-DJ NEWS

TOG - STUDIO APERTO - TGA - PANORAMA - METEO

GENOVA

HOME

CRONACA

POLITICA

MONDO

ECONOMIA

TELEVISIONE

SPETTACOLO

GOSSIP

PER LEI

MAGAZINE

MOTORI

BLOG

FOTO

Quotazioni Borsa

MF-Dow Jones News

Indietro

News d'agenzia

Avedisco: boom vendite dirette a domicilio nel 2010

22/03/2011 18:04

MILANO (MF-DJ)-Il 2010 si è chiuso con bilanci più che positivi per il settore delle vendite dirette in Italia, si legge in un comunicato.

Dagli ultimi dati sul 2010 del centro statistiche di Avedisco, l'associazione vendite dirette servizio consumatori, emerge che il fatturato complessivo delle aziende associate è pari a oltre 887 milioni di euro (+ 6,64% nel 2009).

In fortissima espansione il settore dei servizi, che fa registrare una crescita dell'11,36% nel 2010. Crolla le performance per il settore "cosmesi e accessori moda" con un +9,80% nel 2010. Tengono il passo anche il settore tessile con un +7,66% e l'alimentare-nutrizionale con un +6,79% rispetto al 2009.

Benissimo anche il trend occupazionale: in Italia gli incaricati delle aziende associate Avedisco sono 225.482 (+10,45% nel 2009).

I professionisti della vendita diretta che le aziende associate Avedisco hanno guadagnato in un anno in Italia sono 21.305.

"Sono rilevazioni che chiudono il cerchio su un altro anno di grande espansione in Italia. Questo dimostra che strutture organizzate, forti investimenti sulla ricerca e un focus mirato alla formazione del personale, priorità basilari nell'attività delle nostre aziende associate, riescono ancora a fare la differenza". Lo ha dichiarato Giovanni Paolino, presidente di Avedisco.

com/lab
(fine)

MF-DJ NEWS

Strumenti

Stampa

Condividi

Ricerca avanzata News

News più lette

- BORSA: Fse Mib in rialzo ma sotto massimi, bene Ansaldo Sts 22/03/2011
- BORSE UE: prevista partenza poco mosca 22/03/2011
- BORSA: Milano guida i rialzi, male Parmalat 22/03/2011
- Celi T - rimborsa azioni privilegiate serie B e 10 in circolazione 22/03/2011
- Ue: tramonta funzione politica europea (MF) 22/03/2011

AVEDISCO

Viale Andrea Doria, 8 - 20124 Milano
Tel 02.6702744 - Fax 02.67479024
www.avedisco.it - mail info@avedisco.it



Incontri