

	Italia
Data	29-07-2022
Testata	Italia Oggi
Titolo dell'articolo	Il porta a porta si fa multicanale
Short Summary	Intervista al presidente di Avedisco, Giovanni Paolino



La strategia multiplatforma conquista anche le vendite dirette. L'Italia è 3^a in Europa

Il porta a porta si fa multicanale

Paolino (Avedisco): decliniamo il passaparola sull'hi-tech

DI ELENA GALLI

La multicanalità è una strategia che ha ormai conquistato quasi tutti i settori. Compreso quello della vendita diretta che, secondo i dati diffusi da Seldia (The European Direct Selling Association) e Wfidsa (World Federation of Direct Selling Associations) relativi al 2021, vede l'Italia non solo confermarsi al terzo posto nella classifica di fatturato sia nell'Unione europea sia in tutto il Vecchio Continente, appena dietro a Francia e Germania, ma anche guadagnare una posizione (al 13esimo posto) nella classifica mondiale. Risultati positivi, arrivati dopo un periodo, quello della pandemia, non certo facile per un settore i cui pilastri portanti sono da sempre la persona e la relazione.

«All'inizio eravamo preoccupati», dichiara Giovanni Paolino, presidente di Avedisco, l'associazione che



Giovanni Paolino

da oltre 50 anni rappresenta le aziende di vendita diretta in Italia, «ma la capacità di reazione del settore è sempre molto forte: un settore composto da persone che lavorano con le persone. Nel momento in cui è venuta a mancare la possibilità di incontrarsi, la tecnologia ci è venuta in aiuto: dapprima con Whatsapp, poi con Skype e infine con Zoom, e addirittura la partecipazione è aumentata». Una tecnologia, precisa Paolino, che «già ci stava aiutando da tempo: per non perdere clienti abbiamo infatti cavalcato l'online e affiancato al sistema tradizionale anche tutta una serie di attività sul web. In una parola, abbiamo applicato il passaparola alla tecnologia».

Nonsolo, durante l'emergenza sanitaria, continua Paolino, «i clienti hanno avuto a disposizione più tempo per dedicarsi a se stessi e scegliere in modo più ponderato i propri acquisti. E noi abbiamo ri-



Le 39 aziende associate Avedisco hanno mosso nel 2021 un giro d'affari da oltre 707 milioni, in crescita del 2,4% rispetto al 2020

trovato la possibilità di raccontare i prodotti in maniera più compiuta e con più tempo a disposizione per convincere i clienti della loro qualità». A proposito di prodotti, i più venduti col direct selling sono gli integratori, seguiti dai cosmetici. Ma con la pandemia sono avanzati anche elettrodomestici come aspirapolvere e depuratori d'aria e d'acqua. Tra i clienti la fascia di età più rappresentata è quella tra i 30 e i 50 anni mentre, per quanto riguarda le vendite, il Centro-Nord dell'Italia fa da padrone.

Un discorso a parte meritano gli incaricati alle vendite, che nel 2021 sono aumentati del 18,2% a oltre 402 mila. Una forza vendita composta al 70-75% da donne ma che oggi conta anche «molti uomini espulsi dal mondo del lavoro tradizionale», sempre secondo il presidente di Avedisco. La figura del venditore Avedisco è cambiata negli anni: «se un tempo cercava un guadagno integrativo, oggi ha voglia di guadagnare gestendo al meglio il proprio tempo». I vantaggi sono diversi. «L'organizzazione del lavoro va nella direzione del modo di vivere delle nuove generazioni. E tornano anche i cosiddetti lavoretti per i giovani. I nostri incaricati alle vendite sono completamente autonomi ma al contempo godono

delle principali tutele previste dalla legge. Non devono prevedere investimenti iniziali e soprattutto possono gestire in assoluta autonomia il proprio tempo. Inoltre, chi ha già un lavoro può arrotondare i propri guadagni», rilancia Paolino. Uno dei traguardi più apprezzati dal presidente di Avedisco è proprio il fatto che «oggi la professione d'incaricato alle vendite è riconosciuta e gode di tutela legale e previdenziale: i venditori sono iscritti alla gestione separata dell'Inps e rientrano tra i beneficiari dell'indennità tantum da 200 euro».

Le 39 aziende associate Avedisco, nel 2021, hanno registrato un fatturato di oltre 707 milioni di euro, in crescita del 2,4% rispetto al 2020. Ma il futuro del settore come sarà? «Le prospettive sono molto positive. Riceviamo in continuazione nuove richieste di adesione, anche da parte di aziende internazionali che sbarcano sul mercato italiano. Già oggi sette aziende su dieci aderenti ad Avedisco sono straniere», conclude Paolino. «E il multicanale è il futuro per tutti, anche per il settore della vendita diretta».

— © Riproduzione riservata —