

**VENDITE A DOMICILIO**

Intervista a Monica Milone di Amway Italia, società con 27mila venditori e 31mln di euro di fatturato

# Il porta a porta nell'era della globalizzazione

**ANDREA SETTEFONTI**

Vendere porta a porta. Nell'era della globalizzazione può sembrare anacronistico. Ma Amway Italia ci crede ancora. Monica Milone, external affairs manager southern Europe, ci spiega chi è Amway.

**Qual è il fatturato di Amway Italia?**

I risultati degli ultimi anni sono molto soddisfacenti. Nel 2005 il fatturato è stato 31 milioni di euro. Attualmente, nei primi otto mesi del 2006, registriamo un incremento del 13 per cento. I settori traino sono stati il benessere&cosmesi e la cura personale.

**Quanti sono gli incaricati alle vendite?**

Sempre nel 2005, gli incaricati

alle vendite erano circa 27mila. A oggi abbiamo registrato un incremento del 4,3%, quindi c'è una crescita dei nuovi incaricati. La regione che fa da traino è la Toscana con più di 4.600 unità e una crescita superiore al 18% dall'inizio del 2006 a oggi. Segue la Lombardia con una crescita del 17% e più di 4.200 incaricati.

**È difficile uscire dal meccanismo senza ritrovarsi pieni di prodotti da smaltire?**

È possibile cessare l'attività in ogni momento, senza dover fornire alcuna spiegazione. Non esiste nessun obbligo di acquisto e di conseguenza non c'è rischio di invenduto. Comunque, se qualche incaricato dovesse avere accumulato uno

stock di prodotti, può renderlo ad Amway che rimborserà un valore pari al 90% del prezzo di acquisto al netto di eventuali premi sui prodotti.

**La vostra offerta si compone di oltre 450 prodotti. Chi sono i produttori di Amway?**

Amway, nella maggior parte dei casi, produce direttamente i prodotti che commercializza nei propri stabilimenti di Ada in Michigan (Usa). Si rivolge a fornitori esterni unicamente per produzioni molto specializzate. Esempio la pasta di grano duro e l'aceto balsamico sono prodotti in esclusiva per Amway da aziende specializzate italiane.

**Amway basa la propria esperienza sul multilevel marketing.****È un sistema ancora vincente?**

Ciò che distingue Amway dalle altre aziende del settore della vendita diretta, oltre all'offerta merceologica, è la possibilità per i nostri incaricati di sviluppare una propria rete distributiva e di venir compensati, oltre che sul proprio fatturato, anche su quello dell'eventuale gruppo creato e seguito da ciascun incaricato.

**Nelle vostre dimostrazioni fate leva su molte delle armi di persuasione. Questo è per bypassare i canali pubblicitari convenzionali?**

Spesso le dimostrazioni si trasformano in eventi conviviali dove, se vogliamo, la vendita di prodotti passa in secondo piano rispetto alla socialità dell'incontro.