

	Italia
Data	12-07-2021
Testata	<b>Ilsole24ore.com</b>
Titolo dell'articolo	Cresce la vendita a domicilio, l'alimentare traina la vendita a domicilio
Short Summary	Dati regionali

## Il Sole 24 ORE

Direct selling

### Cresce la vendita a domicilio, l'alimentare traina la ripresa

di Valeria Zanetti  
12 luglio 2021



Settore anticiclico, il direct selling nei periodi di crisi incrementa il numero dei venditori e di conseguenza i fatturati.

È successo anche nel 2020 e nei primi mesi di quest'anno, a causa della pandemia. Gli addetti di settori obbligati al fermo come il turismo, lo spettacolo, l'industria del divertimento; giovani, che hanno perso stage o speranza di trovare impiego, insieme a tante donne, si sono avvicinati ad una professione che per alcuni è diventata opportunità di costruire una vera carriera; ad altri ha consentito almeno di arrotondare.

Anche a Nord Est la vendita a domicilio è cresciuta. Canale di specializzazione di diverse aziende locali, continua a svolgere un importante servizio: quello portare fin dentro casa dei clienti, anche i più anziani o residenti in località isolate, generi alimentari, integratori, prodotti per il benessere e la cosmesi, oltre ai cosiddetti durevoli, come ad esempio, sistemi per il sonno, purificatori d'aria, lavatrici ed asciugatrici.

Sono nove le imprese con sede in Trentino Alto Adige, Veneto e Friuli Venezia Giulia, che aderiscono a Univendita e **Avedisco**, le principali associazioni di imprese della vendita diretta in Italia.

Tra queste, i due colossi nel segmento surgelati di qualità con clientela in tutto il Paese: Bofrost Italia di San Vito al Tagliamento, in provincia di Pordenone, fiore all'occhiello di Univendita, e Eismann Italia, con sede a Sona, nel Veronese, associata ad **Avedisco**.

Poi Just di Grezzana (Verona), specializzata nella distribuzione della cosmesi naturale, Ringana di Bressanone (Bolzano), in prodotti per il benessere, Uniquepels di Baselga di Pinè (Trento), sempre in cosmesi e Vast & Fast di Zané (Vicenza), che commercializza asciugatrici a gas, elettriche e lavatrici. Tutte aderenti a Univendita. Alle quali si aggiungono Etika di San Martino Buon Albergo (Verona), che realizza trapunte, materassi e altri sistemi per il sonno, Evergreen Life Products di San Giovanni al Natisone (Udine), che vende integratori e prodotti per il benessere e Gioel di Trento, azienda di sistemi per lavare l'aria indoor, per aspirazione, igienizzazione e stiro. Queste ultime socie **Avedisco**.

Univendita, dopo poco più di 10 anni di attività, a Nord Est realizza il 22,3% del fatturato, che nel 2020 ha raggiunto 1,3 miliardi, dispiegando il 15,4% dei 165mila venditori a domicilio, quasi un terzo composto da giovani lavoratori autonomi tra i 18 e i 34 anni, oltre il 90% donne.

Secondo i dati di **Avedisco**, a incidere di più sul business della macroregione l'anno scorso è stato il Veneto, che con quasi 40mila incaricati, ha generato per le associate un volume di transato pari a quasi 80 milioni di euro (12,3% del totale nazionale). Segue il Trentino Alto Adige, circa 12mila incaricati e quasi 22 milioni di euro di ricavi. Chiude il Friuli Venezia Giulia a 6.900 collaboratori, per oltre 20 milioni di euro di volume d'affari.

«Il lockdown ci ha portato ad affrontare criticità legate all'impossibilità di contattare direttamente la clientela, che i nostri venditori, soprattutto i più giovani, sono riusciti a superare, con il ricorso agli strumenti tecnologici messi a disposizione dalle aziende, per dimostrazioni video da remoto. Quest'anno ci sono le premesse per confermare il forte trend di recupero, avvertito già nell'autunno scorso», commenta il presidente Univendita, **Ciro Sinatra**.

«In realtà l'andamento dell'anno scorso è stato molto diversificato a seconda dei settori di appartenenza. L'alimentare ha ottenuto una crescita record», sottolinea **Giovanni Paolino**, presidente **Avedisco** e ad di Eismann Italia, che ha messo a segno un balzo dei ricavi del +27%. Non è andata altrettanto bene per chi commercializza, ad esempio, beni durevoli, come materassi o sistemi per la pulizia e avvicina la clientela con la formula degli incontri-dimostrazione a domicilio, ai quali vengono invitati diversi potenziali clienti, per far conoscere le referenze.

«Molte imprese però hanno sfruttato il periodo di confinamento investendo nella formazione degli incaricati ed i risultati si vedono già», prosegue. Nei primi mesi di quest'anno, le 39 associate **Avedisco** in tutta Italia, ad esempio, hanno raggiunto un fatturato di 181 milioni di euro (+17 % sul 2020).

Trainante resta l'alimentare-nutrizionale, seguito dalla cosmesi. «La vendita diretta è un modello di business e un canale d'acquisto sempre più apprezzato, che inoltre riesce ad offrire sbocchi occupazionali, senza chiedere alcun investimento iniziale; è flessibile e modulabile sulle singole esigenze», conclude **Paolino**.