

Vendita a domicilio. Lombardia leader del settore con ricavi in aumento a 200 milioni di euro

Cresce il business «alla porta»

In regione 27mila incaricati e il 39% delle aziende italiane

Maria Cristina Origlia
MILANO

La vendita diretta a domicilio mantiene salda la crescita del suo fatturato e lo fa soprattutto grazie alla Lombardia. Con 27mila incaricati (il 12% del totale) e quasi 200 milioni di fatturato (14,4% sul dato nazionale), la regione è al primo posto nella classifica stilata da Avedisco (Associazione Nazionale Vendite Dirette Servizio Consumatori), che raccoglie 36 realtà industriali e commerciali del settore. Un primato

forte del fatto che in Lombardia hanno la loro sede 14 associate, il 39% del totale.

A livello nazionale, rileva l'associazione, le vendite a domicilio hanno portato a una crescita del fatturato pari al 4,7%, contro l'1% della grande distribuzione, lo 0,5% delle vendite in sede fissa e lo 0,1% dei piccoli esercizi commerciali. Un successo nel successo: nel 2003 l'incremento del fatturato era stato del 4,2%, del 4,6%

nel 2004, appena dell'1,3% nel 2005, per poi riprendere nel 2006 con un +4,3%. «L'economia italiana stenta a ripartire - commenta Luca Pozzoli, presidente di Avedisco - ma nel nostro Paese c'è ancora qualcuno che cresce: la vendita a domicilio piace e la Lombardia conferma, anche nel nostro settore, la propria leadership per la professionalità degli incaricati alla vendita e la qualità dei prodotti».

«Le ragioni di questi risultati - continua Pozzoli - sono da ricercare nel rapporto diretto con il consumatore e nel servizio personalizzato che l'incaricato offre. Le particolari attenzioni e le tutele prestate all'acquirente rendono la vendita a domicilio il canale privilegiato e più coerente per prodotti e servizi di alta qualità dal prezzo mediamente elevato».

Tre i settori di traino: i beni durevoli per la casa, l'alimentare/nutrizionale, la cosmesi e gli accessori moda, che insieme co-

stituiscono quasi l'80% del fatturato annuale. Per chi sceglie di diventare incaricato alla vendita a domicilio, i vantaggi sono molteplici: nessuna barriera di entrata, nessun investimento iniziale, nessun rapporto di subordinazione, aspetti fiscali e previdenziali vantaggiosi. E la garanzia di offrire un servizio all'acquirente, sia perché per bussare alla sua porta è necessario esibire un tesserino rilasciato dalla questura, sia perché le aziende investono molto in addestramento e formazione

La forza vendita viene educata seguendo un percorso che dalla fase iniziale di addestramento sulle caratteristiche del prodotto e sulle tecniche di vendita, prosegue con attività focalizzate sullo sviluppo delle capacità di comunicazione, sulle dinamiche di gruppo e sul coaching. In totale, tra addestramento e formazione, nel 2007 oltre 100mila addetti

hanno preso parte a oltre 7.400 corsi.

corsi.

Circa il 10% della forza vendita dedicata (esclusa la categoria degli agenti) è impegnata full time, mentre il resto sceglie formule part-time o di lavoro occasionale, che ben si conciliano con le esigenze della vita familiare. Di conseguenza, la quantificazione dei guadagni varia notevolmente: da un minimo di 2.000 euro al mese se si sceglie il tempo pieno a circa 1.000-1.300 euro se si lavora senza continuità, tenendo presente che le provvigioni sulle vendite effettuate vanno dal 15% al 40% in base all'azienda e al prodotto/servizio.

La flessibilità e gli aspetti informali che caratterizzano la vendita diretta a domicilio non devono trarre in inganno i più scettici: la Direttiva Ue 2005/29 e la legge 173/2005 garantiscono infatti la tutela della professione e del consumatore. Proprio su questa base e sulla scia di un trend internazionale, Avedisco prevede l'evoluzione della figura in quella di consulente personale per gli acquisti.

27mila

Gli incaricati alla vendita
La Lombardia pesa per il 12% del totale nazionale

14

Le aziende lombarde
Il 39% delle associate Avedisco

90,3 milioni

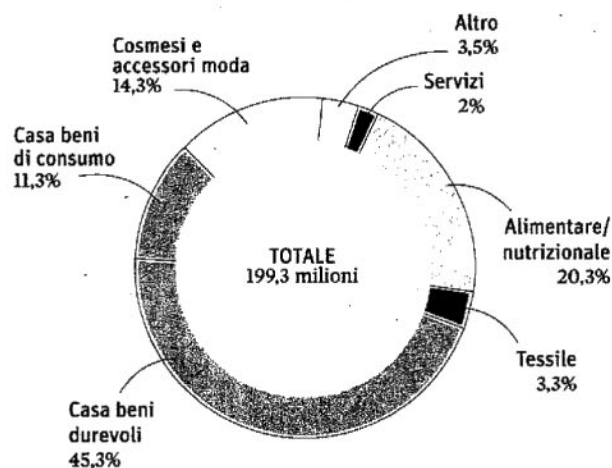
Settore di punta
I beni durevoli per la casa sono il comparto più remunerativo

4,7%

La crescita del fatturato 2007
Un trend costante dal 2003

Il mercato in Lombardia

Fatturato 2007 per categorie merceologiche, dati in %



Fonte: Avedisco

TREND POSITIVO

Pozzoli (Avedisco):
«Cruciale il rapporto personalizzato con il cliente»
Beni durevoli per la casa e cosmesi i prodotti trainanti