

**FIDEST**  
Agenzia giornalistica  
anno 20°

21 luglio 2008

Ultimo aggiornamento: 21/7/2008

**Imprese-Sociale**blog Fidest su <http://fidest.blog.tiscali.it/>

Home

Economia/finanza

Politica-Istituzioni

Univ-Scuola-Cultura

Imprese-Sociale

Eventi religiosi

Arte-Spettacolo

Editoria e Recensioni

Centri Fidest\*\*

attualita'

medicina - sociale

➔ **CODE04/13434** (21/7) (fidest) **Il web spiega la vendita diretta** Una finestra in più per un settore in continua crescita. È l'unico comparto economico italiano in costante crescita. Da cinque anni, i bilanci delle imprese che operano nella vendita diretta a domicilio sono sempre contraddistinti dal segno "più". Il bilancio 2007 si è chiuso con un fatturato di 1,385 miliardi di euro (+4,7 rispetto al 2006). Nei primi tre mesi del 2008, il settore ha segnato un ulteriore e deciso passo avanti: +5,4% rispetto ai primi tre mesi del 2007 e un fatturato di oltre 330 milioni di euro. I numeri parlano da soli: un comparto che, da cinque anni, cresce nonostante le difficoltà quotidiane del Mercato Italia. E oggi, Avedisco, l'associazione di categoria che raggruppa le principali aziende nazionali e multinazionali del settore, apre una nuova finestra sul mondo: [avedisco.it](http://avedisco.it), il nuovo portale d'informazione associativo nato per rendere un ulteriore servizio ai clienti che, ogni giorno, ricevono nelle proprie abitazioni i venditori ed i prodotti delle 36 aziende associate.

Realizzato dalla società eLogic di Bologna, il nuovo portale Avedisco è nato proprio per «avvicinare ancora di più le persone a questo antico modo di operare e che piace sempre di più», dice il presidente di Avedisco, Luca Pozzoli. «Sapevamo che internet non avrebbe intaccato il nostro modo di lavorare -spiega ancora Pozzoli-. Le paure scaturite agli albori dell'e-commerce erano, e restano, infondate per il nostro comparto. Lo dicono i numeri. Ciò non toglie che il web costituisce un modo per entrare in contatto con il nostro mondo, per capirne le dinamiche, scoprirne curiosità, intuirne la storia e la tradizione. Non per acquistare i prodotti; perché i prodotti della vendita diretta sono prodotti di qualità che nascono per essere spiegati e che, quindi, continueranno a essere proposti solo e soltanto attraverso il canale della vendita diretta». Meno sito internet, dunque, e più portale. Meno "vetrina" e più informazione «senza perdere, però, le caratteristiche che rendono unica la famiglia della vendita diretta in Italia» continua Pozzoli. Caratterizzato dai colori azzurro e arancione, il portale è suddiviso in tre macro aree: i servizi (sulla sinistra), le informazioni (al centro), le aree riservate (sulla destra). È stata appositamente mantenuta la triplice suddivisione delle aree di maggiore interesse pubblico (imprese, incaricati, consumatori) che erano già presenti sul precedente sito associativo, ma che hanno subito leggere modifiche soprattutto nelle sezioni legislative e di informazioni generali. Novità assoluta del portale è la sezione "eventi" che darà la possibilità a tutte le aziende associate di essere presenti con le proprie iniziative, sia per darne notizia, sia per farne una cronaca post-evento. Accompagnano la sezione eventi quella "in primo piano", dove saranno contenute tutte le informazioni utili alla vita associativa e la " rassegna stampa" che fungerà da fonte di informazione sia per gli associati, che desiderano sapere chi ha parlato di Avedisco e in quali contesti, sia per i semplici curiosi che vogliono sapere come e in quali toni i media italiani parlano della vendita diretta in Italia. Nell'area riservata saranno inserite tutte le comunicazioni e le informazioni destinate agli associati. «L'idea del nuovo portale era quella di coniugare le peculiarità del vecchio sito con una maggiore agilità nel ricercare le informazioni - conclude Pozzoli-. Crediamo di essere riusciti a ottenere un risultato molto soddisfacente capace di amalgamare le caratteristiche della vendita diretta con quelle del web».