



Gli addetti di aziende che aderiscono alla Avedisco sono 2.250, in maggioranza donne

In su le vendite a domicilio

In Lucania l'incremento è del 4,3% con un fatturato di 1 miliardo 320 milioni

POTENZA- L'andamento economico della vendita diretta nel 2006 ha segnato la crescita maggiore rispetto agli altri canali della distribuzione commerciale. In Basilicata però, secondo i dati più recenti del Rapporto 2007 dell'Unioncamere, il comparto commerciale cresce a ritmi "molto bassi" (+2,7%), interessato, peraltro, da importanti processi di ristrutturazione e modernizzazione, all'insegna di una progressiva sostituzione dei piccoli esercizi specializzati con quelli de-specializzati della media-grande distribuzione. Altra caratteristica, sono complessivamente 8.908 imprese attive (16% del totale, con incremento del 2,7%). Poco meno della metà sono imprese le cui titolari sono donne. Se, da un lato, le "vendite in sede fissa" hanno fatto registrare una crescita dell'1,2%, la "grande distribuzione" del 2%, i "piccoli esercizi commerciali" dello 0,7% (dati Istat), la vendita diretta a domicilio ha ottenuto un incremento molto

più marcato: +4,3% rispetto al 2005. Il fatturato dell'anno scorso ha superato la cifra di 1 miliardo e 320 milioni di euro (+54 milioni di euro). La Basilicata ha contribuito con quasi 15 milioni di euro di fatturato, corrispondente all'1,1% di quello nazionale.

Di più: è in costante e robusto aumento anche la forza lavoro. Gli incaricati delle aziende Avedisco di vendita diretta, in Italia al 2005, erano 175mila: nel 2006 sono aumentati del 16,36%, superando le 200mila unità (oltre 28mila addetti in più rispetto all'anno precedente). Di questi, si contano circa 2.250 addetti alla vendita in Basilicata, cifra pari all'1,1% del totale nazionale.

"La nostra presenza in Basilicata si consolida di anno in anno - spiega Luca Pozzoli, presidente di Avedisco -. I dati dell'anno appena trascorso ci confermano il trend di crescita di una regione dove domanda e offerta sono molto vicini".

Una crescita che, come in

Basilicata, si concretizza anno dopo anno sull'intero territorio nazionale: "se analizziamo i dati del Pil italiano - continua Pozzoli -, osserviamo che la crescita della vendita diretta a domicilio rispetto all'andamento economico del Paese è molto più dinamica. Il prodotto interno lordo è cresciuto dell'1,9%, segnando una leggera ripresa della nostra economia; la vendita diretta a domicilio, con il suo

+4,3%, ancora una volta dimostra robustezza e solidità. Segno della qualità dei prodotti, dell'affidabilità degli incaricati, della preparazione che le aziende riservano alle risorse umane». Nel 2006, il numero dei corsi di formazione dedicati agli incaricati alla vendita diretta hanno sfondato quota 1.400, con una media di 56 corsi per ciascuna azienda. L'addestramento, altra peculiarità delle imprese del-

la vendita a domicilio, è stato sviluppato su oltre 12mila corsi durante il 2006 per una media di 480 corsi per ciascuna azienda. In totale, tra addestramento e formazione, hanno preso parte alle lezioni formative oltre 141mila addetti alla vendita.

Cos'è Avedisco (Associazione vendite dirette servizi consumatori)

Nata nel 1969, Avedisco è l'unica associazione in Italia che rappresenta le più importanti realtà industriali e commerciali, sia italiane che internazionali, che utilizzano la vendita diretta a domicilio per la distribuzione dei loro prodotti e servizi. Avedisco rappresenta un comparto in continua crescita che ottiene, ogni anno, importanti risultati sia di fatturato sia di occupazione. Attualmente, sono 36 le aziende associate. La missione di Avedisco è di porsi come riferimento unico nazionale per tutti i soggetti coinvolti nella vendita diretta, promuovendo iniziative mirate alla creazio-

ne, al sostegno e al rafforzamento dei principi e dei valori di questa forma di distribuzione. Nel 2005, la collaborazione tra Avedisco e le associazioni dei consumatori ha portato alla stesura di una legge (173/2005) per "la disciplina della vendita diretta e la tutela dei consumatori dalle forme di vendita piramidali".

Il presidente: Luca Pozzoli

Luca Pozzoli, 42 anni, sposato, due figli. Pozzoli è amministratore delegato di "Tupperware", multinazionale operante nel comparto delle vendite dirette, dove è entrato nel 1990 come Responsabile Marketing. Nel 1993 ha assunto la carica di Direttore Marketing e, quattro anni dopo, è stato nominato Direttore Generale per l'Area del Mediterraneo Centrale. Nel 2001 è stato nominato Direttore Generale Tupperware Italia e Area del Mediterraneo Centrale. L'anno successivo è stato nominato Amministratore Delegato.