

Il primo giornale di economia e business diffuso nell'Italia  
**QUOTIDIANO DI SICILIA**  
Rivista di Economia Business Iniziativa Ambiente No profit e Consumo  
dal 1979

Dalle imprese associate Univendita prodotti studiati per la bella stagione: novità per il barbecue, gelati, cosmetici e solari

## La vendita a domicilio conquista gli italiani in vacanza Lo shopping estivo si può fare da sotto l'ombrellone

I venditori direttamente negli stabilimenti balneari per promuovere accessori molto utili in estate

ROMA - L'estate non fa rallentare le vendite a domicilio. Le imprese che puntano sul contatto diretto con i clienti, realizzando le vendite nell'ambiente domestico, non diminuiscono la propria attività quando gli italiani sono in vacanza. Al contrario, studiano prodotti e iniziative ad hoc per la bella stagione, oltre a nuove modalità di presentazione per incuriosire e coinvolgere i clienti anche sotto l'ombrellone.

«Uno dei fattori di successo della vendita a domicilio è, da sempre, la capacità di instaurare un rapporto personalizzato e di offrire una shopping experience coinvolgente nel contesto

### Le aziende intraprendenti vanno a cercare i clienti là dove si trovano

più comodo e familiare per il cliente: per la maggior parte dell'anno si tratta della casa, ma d'estate si possono esplorare nuove possibilità» fa notare Ciro Sinatra, presidente di Univendita,



l'associazione che riunisce le aziende di eccellenza del settore.

Aziende intraprendenti, che vanno a cercare i clienti là dove si trovano e costruiscono occasioni d'incontro e divertimento anche in villeggiatura. Ad esempio per Tupperware, storica azienda che vende contenitori per alimenti e utensili per la cucina tramite riunioni a casa delle clienti, i party si trasferiscono in spiaggia. Le venditrici si accordano con i gestori dei lidi, girano tra gli ombrelloni per invitare gli ospiti alla dimostrazione e lasciano

loro un gadget: la spiaggia è il contesto ideale per incontrare persone che magari, durante l'anno, non hanno tempo, e per illustrare proprio i prodotti più adatti ai picnic estivi.

Con la vendita a domicilio, inoltre, vengono proposti prodotti che intercettano i trend tipici del periodo estivo. Per le grigliate AMC Italia, ambasciatrice di una filosofia di sana e gustosa alimentazione, ha lanciato una novità che si rivolge agli appassionati di barbecue più attenti alla salute.

Altro "re" dell'estate è il gelato, pro-

dotto di punta per Bofrost, la più grande azienda italiana di surgelati a domicilio, che per questa categoria ha raggiunto una quota di mercato del 6,5%. Per l'estate 2018 l'azienda si aspetta ottimi risultati grazie al catalogo con oltre 50 proposte fra gelati e torte gelato, in cui spiccano le novità Stecco croccante all'amarena, Trancio Millesfoglie Toffee Biscuit e il Tartufo di Pizzo, specialità tipica di Pizzo Calabro, la "città del gelato".

Per il settore cosmesi e cura del corpo l'estate è la stagione in cui vengono lanciati prodotti specifici per il sole, il caldo, i viaggi.

Avon, come ogni anno, presenta novità beauty perfette per prepararsi alla spiaggia, difendere la pelle dai raggi nocivi e indossare le fragranze e i colori più trendy. Chi sta ancora pensando alla prova costume ha a disposizione la linea per agire sulla cellulite, ridurre le smagliature e tonificare tutto il corpo.

Per proteggere e idratare la pelle di tutta la famiglia sotto il sole ecco una linea di prodotti solari con diversi fattori di protezione e formulazioni specifiche anche per bambini e pelli chiare, completata da prodotti doposole e autoabbronzanti.