



## **INCONTRI**

.....  
**PERIODICO DI INFORMAZIONE AVEDISCO**

ANNO XIV - NUMERO 5 - SETTEMBRE - OTTOBRE 2018

**Incontri**



# Incontri

## INFORMAZIONI

---

ANNO XIV - NUMERO 5  
SETTEMBRE - OTTOBRE 2018

Registrazione del tribunale di Milano  
n° 100/05 del 14 Febbraio 2005

### **AVEDISCO**

Viale Andrea Doria, 8  
20124 Milano  
Tel. 02.6702744 - Fax 02.67385690

### **SEGRETERIA DI REDAZIONE**

Ornella Moscatelli  
[ornella.moscatelli@avedisco.it](mailto:ornella.moscatelli@avedisco.it)

### **UFFICIO STAMPA**

Say What?

### **ADDETTA STAMPA:**

Vanessa Di Benedetto  
[v.dibenedetto@saywhat.it](mailto:v.dibenedetto@saywhat.it)  
Tel. 02.31911843



## SOMMARIO

**4**

### **IN PRIMO PIANO**

UNC E AVEDISCO PRESENTANO LA GUIDA CON I CONSIGLI  
PER ACQUISTARE A DOMICILIO IN SICUREZZA

**5**

### **EDITORIALE DEL PRESIDENTE**

GIOVANNI PAOLINO

**6**

### **APPUNTI AVEDISCO**

NEWS: AGENZIA FORMATIVA DANTE ALIGHIERI  
EVERGREEN LIFE PRODUCTS - FOREVER LIVING PRODUCTS - SNEP

**10**

### **EVENTI**

50 ° ANNIVERSARIO SELDIA  
E 7° EUROPEAN DIRECT SELLING CONFERENCE

**12**

### **EXTRA**

AZIENDE AVEDISCO IN CRESCITA PER FATTURATO  
E OCCUPAZIONE NEI PRIMI SEI MESI DEL 2018

**14**

### **ROBERTO ZORZO**

PRESIDENTE DEL GRUPPO GRENZOR TECHNOLOGIES SPA

**16**

### **EDICOLA**



## IN PRIMO PIANO

### UNIONE NAZIONALE CONSUMATORI E AVEDISCO PRESENTANO LA GUIDA CON I CONSIGLI PER ACQUISTARE A DOMICILIO IN SICUREZZA

Come riconoscere un incaricato alle vendite affidabile? A cosa fare attenzione quando si firma un contratto per un acquisto a domicilio? Che cos'è un sistema piramidale e come difendersi? Sono alcuni dei quesiti che spesso i consumatori rivolgono agli sportelli dell'Unione Nazionale Consumatori, in tema di vendite a domicilio e ai quali abbiamo provato a rispondere con la guida "Vendita a domicilio", realizzata da Unc in collaborazione con AVEDISCO e scaricabile gratuitamente sui rispettivi siti.

La guida contiene le 10 regole fondamentali per acquistare prodotti e servizi attraverso questo modello di vendita: chiedere all'incaricato di mostrare il tesserino di riconoscimento, sapere che le vendite piramidali sono vietate per legge, chiedere all'incaricato di illustrare caratteristiche dei prodotti e condizioni d'acquisto, ricordare che il diritto di recesso è valido solo per ordini superiori a 50 euro e per persone fisiche e non società, controllare la presenza sul contratto di adempimenti per la tutela della privacy. Inoltre è necessario conservare la copia dell'ordine, non firmare per omaggi distribuiti a titolo gratuito e ricordare, in caso di dubbi, di contattare UNC e AVEDISCO in quanto Associazioni di riferimento per la tutela degli interlocutori coinvolti.

Ad impreziosire la guida, la testimonianza di due rappresentanti delle Autorità che regolano il settore delle vendite a domicilio: Giovanni Calabrò, Direttore Generale per la Tutela del Consumatore dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato e Giuseppe Busia, Segretario generale del Garante per la protezione dei dati personali.





## EDITORIALE DEL PRESIDENTE

GIOVANNI PAOLINO

Siamo onorati di aver partecipato lo scorso 17 ottobre, al 50° Anniversario di Seldia in rappresentanza dell'Italia. Un'occasione di confronto che ha evidenziato l'importanza della figura dell'Incaricato alla Vendita, il vero artefice del successo della Vendita Diretta nel nostro Paese come nell'intero continente Europeo.

Impegno, determinazione, empatia sono solo alcune delle caratteristiche che emergono dallo studio Ipsos Mori commissionato da Seldia sull'esperienza dei Consulenti alle Vendite.

In particolare l'ampia soddisfazione rilevata tra il panel degli Incaricati italiani rende AVEDISCO orgogliosa e sempre più motivata a rappresentare il settore nell'opinione pubblica. Per questo negli ultimi mesi abbiamo attivato ulteriori collaborazioni di successo, ricordo in particolare la partnership con UNC, Unione Nazionale Consumatori, con la quale abbiamo stilato la guida con i consigli per acquistare in sicurezza tramite la Vendita Diretta. AVEDISCO, con la sua attività quotidiana, rappresenta al meglio le proprie Aziende Associate e continua a promuovere un settore trainante che contribuisce alla crescita economica.



*Giovanni Paolino*

Presidente AVEDISCO



APPUNTI AVEDISCO

## AGENZIA FORMATIVA DANTE ALIGHIERI

### SI AGGIUDICA TRE STELLE RATING



L'Agenzia Formativa Dante Alighieri si è vista attribuire dall'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato il massimo punteggio possibile per il rating di legalità entrando così nell'Olimpo delle pochissime aziende che su tutto il territorio italiano si possono garantire tale riconoscimento.

Azienda nata tre decenni fa, si occupa di corsi di formazione per adulti in tanti settori, ha la sede legale in provincia di Rovigo e più di 20 sedi sparse nelle principali città di tutto il territorio nazionale. I corsi sono costantemente aggiornati e prevedono un corpo docente di tutto rispetto. Si pensi che per il settore della ristorazione si è voluto mirare in alto e affidare ai più importanti esponenti del settore i principali moduli di ogni corso.

Così troviamo Gianfranco Vissani, Andrea Berton e altri 4 Chef stellati Michelin per il corso di cuoco; il Maestro Fabio Albanesi per il corso di panettiere; i Maestri Bruno Vanzan e Matteo Beluffi per il corso di Barman; il Maestro Giuseppe Lapolla per il corso di pizzaiolo e i Maestri Emanuele Forcone e Francesco Boccia che con il Maestro Ernesto Milani sono docenti del corso di pasticceria; senza dimenticare dell'importante cameo del Dott. Giuseppe Vaccarini nel corso di Sommelier.

COPYRIGHT © 2018 AGENZIA FORMATIVA DANTE ALIGHIERI S.R.L.

## CORSI DI FORMAZIONE

Inserimento in un contesto lavorativo.

Organizziamo corsi di formazione professionale nei settori: ristorazione, turismo, estetica, artigianato, amministrazione e assistenza.





## EVERGREEN LIFE PRODUCTS

### LA PIÙ GRANDE AZIENDA TUTTA ITALIANA DI NETWORK MARKETING, FESTEGGIA 7 ANNI

Evergreen Life Products, realtà nata nel 2011 con l'obiettivo di diffondere al grande pubblico la conoscenza e l'utilizzo di OLIVUM®, il benefico Infuso di Foglie d'Olivo brevettato dal fondatore Livio Pesle è riuscita a raggiungere un turnover di 15 milioni di euro (+18%), attirando l'interesse della finanziaria Palladio Holding che proprio a luglio 2018 ha ufficializzato il suo ingresso in società per accelerare lo sviluppo di Evergreen Life e pianificare una futura quotazione in borsa.

Un successo ottenuto grazie ad un'idea imprenditoriale originale, investimenti continui in Ricerca & Sviluppo, utilizzo di materie prime di qualità esclusivamente Made in Italy e ad una rete di Incaricati alle Vendite sempre più capillare: oggi sono oltre 20 mila i networker che operano principalmente sul suolo nazionale ma che stanno iniziando a muoversi anche in Paesi esteri quali Francia, Spagna, Svizzera, Russia, Bulgaria e Stati Uniti.

L'azienda ha festeggiato il settimo compleanno presso il Palazzo della Cultura e dei Congressi a Bologna assieme a circa 1.200 Evergreeners – ovvero i networker che hanno intrapreso un'attività con l'azienda – annunciando nuovi progetti ed un ampliamento del catalogo prodotti. Tra gli investimenti più importanti rientra sicuramente quello dedicato alla formazione, erogata attraverso la Evergreen Life Academy, e che dai prossimi mesi permetterà agli Incaricati alle vendite di partecipare a corsi di aggiornamento condotti dal professionista Gianluca Spadoni, numero uno in Italia per ciò che concerne la formazione in ambito di networking marketing.

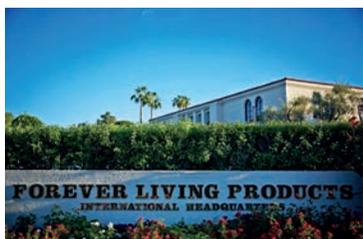
APPUNTI AVEDISCO





## FOREVER LIVING PRODUCTS

CONCLUDE LA CELEBRAZIONE DEI 40 ANNI A SCOTTSDALE, ARIZONA.



I Manager Forever, qualificati ad uno degli incentivi globali, sono rientrati da poco dall'Eagle Managers Retreat 2018 che ha avuto luogo a Scottsdale, in Arizona e siamo certi che questo viaggio lo hanno sognato per tutto il periodo di qualifica dell'incentivo, perché Scottsdale è un luogo speciale per la famiglia Forever, è la Casa di Forever, dove tutto ha avuto inizio.

I qualificati di quest'anno hanno trascorso tre giornate intense durante l'Eagle Managers Retreat (ospitati al Westin Kierland Resort – un hotel che sicuramente lascia a bocca aperta!), ed hanno dedicato un'intera giornata a formazioni di altissimo livello da parte dei top Leader mondiali, del Team Esecutivo e del Global Leadership Team.

Una delle novità che ha colpito maggiormente è stata la presentazione del nuovo Scientific Advisory Board, un comitato scientifico composto da tre esperti esterni specializzati in biochimica, nutrizione e ricerca che affiancheranno il Team di Sviluppo dei prodotti al fine di fornire basi scientifiche e mediche relative all'efficacia della nostra Aloe e dei nostri prodotti.

Un'altra giornata è stata dedicata alle attività, i partecipanti, hanno avuto il privilegio di visitare la Casa Madre, incontrare e stringere la mano di Rex Maughan, Fondatore di Forever Living Products. La Casa Madre si trova naturalmente a Scottsdale - ed è un bellissimo edificio circondato dal verde con una meravigliosa vista sul lago. Qui gli "Eagle Manager" hanno potuto godere anche di momenti di relax con un bel pic-nic in riva al lago. L'attività è poi proseguita alla Forever Nutraceutical dove hanno potuto vedere con i propri occhi dove e come i nutraceutici vengono prodotti.

Il viaggio si è poi concluso con un Party galattico, il Forever Palooza. Il tema è stato la musica e ognuno ha potuto svagarsi vestendosi come il proprio stile musicale o cantante preferito - la conclusione perfetta di un'esperienza memorabile.





## SNEP

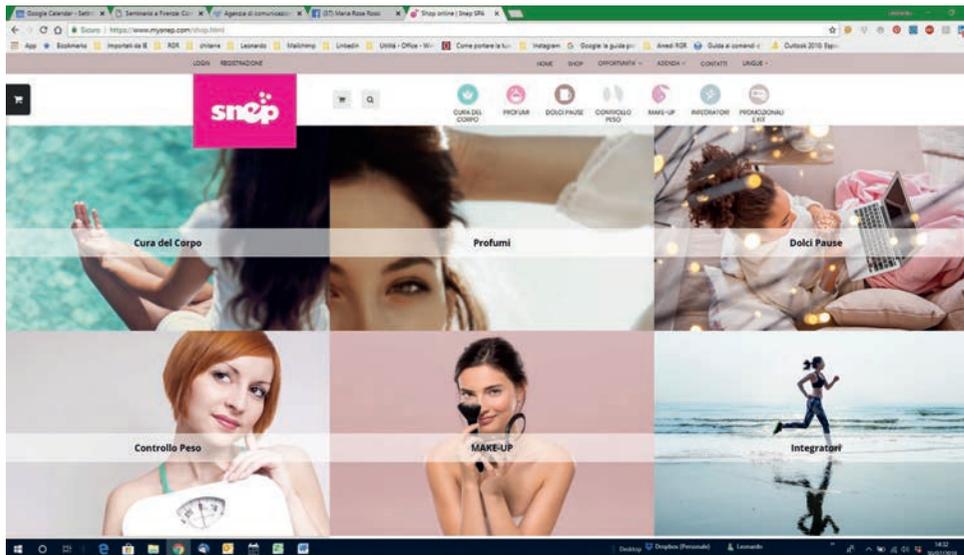
### E' PREMIUM PARTNER DELLA ACF FIORENTINA

APPUNTI AVEDISCO

La partnership tra Sneep SpA e ACF Fiorentina si rinnova anche per la stagione 2018/19. A un anno di distanza dall'avvio della collaborazione, l'azienda toscana scende in campo al fianco del Club per la seconda stagione, aumentando il proprio investimento e diventando Premium Partner.

Sneep ha scelto di puntare ancora sulla Fiorentina per consolidare il suo percorso di crescita e portare i propri prodotti a conoscenza di un pubblico sensibile e affine ai suoi valori, quello dei tifosi viola. È infatti dalla Toscana, dove l'azienda affonda le proprie radici, che Sneep intende lavorare nella direzione di un'affermazione nazionale sempre più marcata, raggiungendo attraverso il calcio il vasto pubblico degli appassionati di sport.

L'investimento in visibilità siglato con la Fiorentina grazie a Infront Italy – advisor ufficiale per le sponsorizzazioni del Club – riguarda sia l'Artemio Franchi, con l'esposizione del marchio Sneep sul Led bordo campo, cartelloni fissi e backdrop delle interviste, sia il sito ufficiale della Fiorentina nonché attivazioni rivolte alla fan base e il diritto all'uso del marchio Premium Partner. "Siamo estremamente soddisfatti del nostro rapporto con la Fiorentina, per questo abbiamo deciso di puntare ancora di più sulla nostra collaborazione. Questo impegno suggella lo spettacolare percorso di crescita compiuto da Sneep e sarà affiancato da altre iniziative con cui Sneep promuoverà il proprio marchio e i suoi prodotti nel corso dei prossimi mesi coinvolgendo clienti e Incaricati per mezzo di eventi e attività di comunicazione, online e offline" ha dichiarato Giorgio Buralassi, Presidente di Sneep.

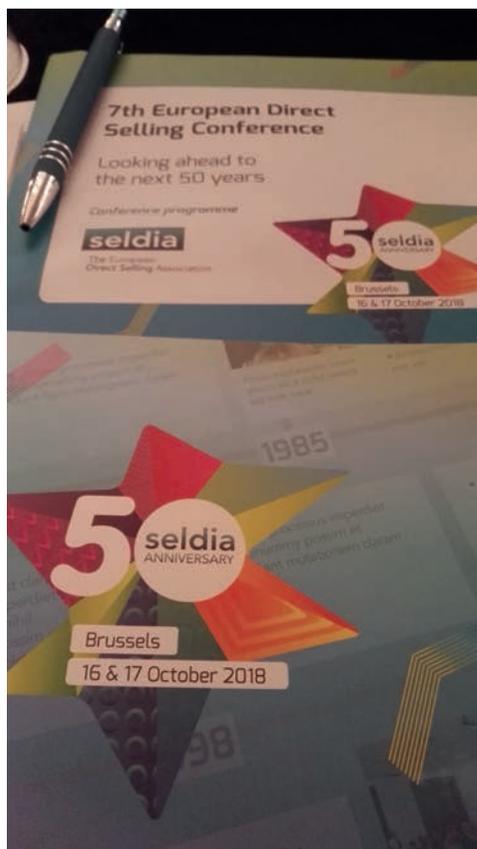




EVENTI

## 50 ° ANNIVERSARIO SELDIA E 7° EUROPEAN DIRECT SELLING CONFERENCE

Lo scorso 17 ottobre, in occasione del 50° anniversario di Seldia – la nostra Associazione Europea di Vendita Diretta – AVEDISCO ha partecipato, in rappresentanza dell'Italia, alla 7° European Direct Selling Conference, un'occasione di confronto che ha visto la presentazione dello studio Ipsos Mori Survey for Seldia 2018, sull'esperienza degli Incaricati alle Vendite nel 2018: una ricerca indipendente che mostra come il Direct Selling continui a promuovere l'uguaglianza, l'indipendenza, l'autoimprenditorialità e la crescita in Europa.



seldia The European Direct Selling Association
Ipsos

### A Socio-Economic Study on Direct Sellers in the European Union

#### Key Findings

Direct selling: a business model that supports female entrepreneurship & inclusiveness

Quality Work  
Challenging Opportunity  
Rewarding  
Flexibility  
Contact Fun  
Independence  
Comfortable  
Satisfaction  
Interesting  
Autonomy  
Freedom

---

#### Direct Selling = Entrepreneurship with Equal Opportunities

Direct selling is a business model whereby anyone may work at their own pace: "independence". "Freedom" and "flexibility" are the main reasons why direct sellers remain in our sector.

**Who are the Direct Sellers?**

- Gender, background, age or education are no barriers to success.
- 9 in 10 direct sellers are women, thereby reducing the entrepreneurial gender gap in the EU.
- 1 in 5 direct sellers are aged 55 and over, thereby reducing pressure on welfare state\*

\*Source: Maastricht University, Institute for Entrepreneurship and Innovation (E&I) - Entrepreneurship and Innovation from Europe's perspective. In: Journal of Business Venturing, 2016, 31(4), pp. 441-458. DOI: 10.1016/j.jbusvent.2016.05.002

**Age**

Age Group	Percentage
16-24	5%
25-34	24%
35-44	26%
45-54	23%
55-64	14%
64+	5%

**Gender**

Gender	Percentage
Female	88%
Male	12%

**Education (top mentions)**

Education Level	Percentage
University Graduate	27%
Apprenticeship/vocational school	18%
Higher education	23%
Secondary school education	25%

---

#### Offering Flexible Earning Opportunities with Low Risk

Direct selling provides opportunities around a whole life cycle - to develop a part-time income generating activity that may turn into a successful full time work.

**6 years** On average, direct sellers stay active 6 years

**50%** of direct sellers stay active 3 years or less

**Flexibility:**

- No mandatory working hours/commitments.
- No inventory risks.
- Low risk, low cost opportunity to earn extra income.

**Long- and short-term supplementary income:**

- Suitable for students without an income.
- Suitable for retired people seeking to compensate for their low pensions.
- 1 in 3 direct sellers chooses our sector because it offers long term supplemental income.

**More than 10 years** 23%

**7-10 years** 9%

**4-6 years** 13%

**1-3 years** 26%

**Less than 1 year** 24%

#### A social retail channel, thriving in the modern world

Direct selling continuously adapts to the needs of the modern customer. It strives to keep personal connection at the core of the business - whether face-to-face, or online.

**Methods used by direct sellers to contact existing or potential customers**

- 68% use personal, social and professional networks
- 54% use social media
- 47% use home parties and product demonstrations

Others include telephone, e-mail, personal website/blog, chance encounters and knocking.

---

#### Personal contacts at the core of our business

- Face-to-face meetings remain the most popular channel for customers.
- The personalised services between consultants and customers is the strength of direct selling.
- Continuously adapting to the needs of modern consumers.
- Social media an increasingly popular way for sellers to communicate with their customers.

---

#### A Better Work/Life Balance

Direct Selling is an opportunity to improve skills, earn extra income and improve quality of life.

**78%** satisfied with their direct selling activity

---

#### Direct Seller's Experience

**8 in 10** are involved in direct selling mainly because of the products/services offered by their company

**9 in 10** are likely to continue with their main company

**8 in 10** direct sellers believe that direct selling is a good way to earn additional income

**7 in 10** agree that direct selling has helped improve their self-esteem and confidence

---

#### Direct selling is...

A growing sector boosting Europe's competitiveness. An industry of 29 billion euro turnover in 2017, a 50% increase over the past 10 years.

An alternative distribution channel. Uniquely able to create markets for novel and innovative products.

---

**Ipsos** Ipsos Direct Sellers Survey 2018 [www.ipsos.com](http://www.ipsos.com)

**seldia** Seldia - The European Direct Selling Association [www.seldia.com](http://www.seldia.com)

The independent study is the first of its kind in a decade, and provides evidence-based understanding of the direct selling sector and the individuals involved in it. Ipsos conducted the study over a two-month period (2nd-April 2018), via online surveys of direct sellers. Participants are from databases of direct sellers provided by Seldia and direct selling companies. Responses were received across all 11 markets from over 30,000 direct sellers, giving great insights into their daily lives. Data are weighted to reflect the direct selling population across the respective countries.



Dallo studio emerge chiaramente che la Vendita Diretta sta contribuendo all'uguaglianza di genere all'interno dell'imprenditorialità europea. Le donne sono la forza trainante del successo del settore: 4 su 5 Incaricati alle Vendite sono donne, un risultato tre volte più alto rispetto alla media europea nelle realtà imprenditoriali. Inoltre l'imprenditorialità rappresenta un valore chiave con la maggior parte degli Incaricati che afferma di aver raggiunto indipendenza, libertà e flessibilità grazie a questa professione. I Consulenti alle Vendite sono determinati infatti a costruire il proprio business secondo i propri ritmi, decidendo in autonomia orari e modalità di gestione del proprio lavoro. Uguaglianza, imprenditorialità, flessibilità e meritocrazia sono i caratteri distintivi di un settore che continua a supportare i cittadini europei e le economie dei vari Paesi.

AVEDISCO inoltre ha visto riconosciuto il proprio impegno nella valorizzazione della Vendita Diretta e nella promozione dei benefici socio economici del settore con la riconferma di Giuliano Sciortino come membro del Board of Directors.





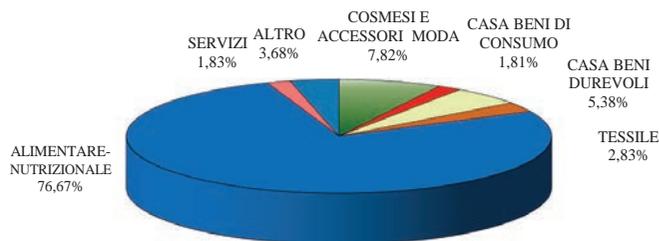
## AZIENDE AVEDISCO IN CRESCITA PER FATTURATO E OCCUPAZIONE NEI PRIMI SEI MESI DEL 2018

AVEDISCO rende noti i dati del primo semestre 2018 che confermano il mercato del direct selling vivo, dinamico e apprezzato dai consumatori in Italia: le Aziende Associate AVEDISCO nei primi sei mesi del 2018 hanno raggiunto un fatturato di quasi 376 milioni di euro con una crescita del +3.4% in riferimento allo stesso periodo del 2017.

Parallelamente anche il valore occupazionale si dimostra in crescita: con oltre 228 mila Incaricati alle Vendite - +7.5% rispetto al primo semestre dell'anno precedente - quasi 16.000 mila persone in più hanno trovato lavoro attraverso questo modello di business ottenendo una crescita professionale e un'affermazione personale.

L'andamento positivo è confermato dai diversi comparti merceologici: nei primi sei mesi dell'anno il comparto più rappresentativo è quello "alimentare - nutrizionale" con un fatturato che supera i 288 milioni di euro, +4.2% rispetto allo stesso periodo del 2017. Seguono il settore "cosmesi e accessori moda", con quasi 30 milioni di euro, e il comparto "casa beni durevoli" con oltre 20 milioni di euro di fatturato. Significativa la crescita del comparto "servizi" che cresce del 28.4% raggiungendo un fatturato di quasi 7 milioni di euro e del settore "tessile" che tocca oltre 10 milioni di euro (+5.4%).

1° Semestre 2018



CATEGORIE MERCEOLOGICHE	1° Semestre 2017	1° Semestre 2018	DIFFERENZA Assoluta	DIFFERENZA %
COSMESI E ACCESSORI MODA	30.717	29.382	-1.335	-4,35%
CASA BENI DI CONSUMO	7.167	6.806	-361	-5,04%
CASA BENI DUREVOLI	19.915	20.209	294	1,48%
TESSILE	10.079	10.626	547	5,43%
ALIMENTARE-NUTRIZIONALE	276.642	288.229	11.587	4,19%
SERVIZI	5.350	6.872	1.522	28,45%
ALTO	13.674	13.832	158	1,16%
<b>TOTALE</b>	<b>363.544</b>	<b>375.956</b>	<b>12.412</b>	<b>3,41%</b>
<b>N. INCARICATI ALLE VENDITE</b>	<b>212.205</b>	<b>228.006</b>	<b>15.801</b>	<b>7,45%</b>



25°

PREMIO  
NAZIONALE  
AVEDISCO



Milano, 24 - 25 maggio 2019



**ROBERTO ZORZO**

PRESIDENTE DEL GRUPPO GRENZOR TECHNOLOGIES SPA



*Qual è stato il suo primo incontro con la Vendita Diretta e come ha visto cambiare questo settore nel corso del tempo?*

*Il mio primo incontro è stato nel 1986 quando ho capito che per produrre prodotti di grande qualità e venderli senza dover sottostare alle leggi del mercato tradizionale, dovevo arrivare fino al Consumatore finale. Era l'unico modo per poter diffondere quella che è da sempre stata la mia filosofia: studiare e fare ricerca al fine di poter aiutare le persone a stare meglio. Un negoziante, un supermercato, non sono in grado di fare veramente da consulente a chi è in cerca di una soluzione.*

*La Vendita Diretta è il più bel lavoro del mondo e oggi, finalmente, molte Aziende che nulla avevano a che vedere con questa filosofia sono sparite. Studio, Vera Ricerca, Materiali eccellenti, Servizio, Assistenza, Cortesia sono i cardini delle aziende che ho creato grazie al mio Team. Dal 2011 ho realizzato un centro ricerche dove medici e biologi lavorano a tempo pieno. Grazie a loro e alle università con cui collaboriamo da anni, abbiamo condotto importanti studi e ricerche che, in virtù degli eccezionali risultati ottenuti, a visto pubblicare su importanti riviste scientifiche. Ho realizzato un sogno e, grazie questo sogno, ho potuto a offrire a tanti l'opportunità di farne parte. Questa è la mia Vendita Diretta. Il miglior modo di vivere il lavoro. La Vendita Diretta è un modello che è notevolmente evoluto rispetto a quando ha fatto i suoi esordi negli anni '60. Non esistono più i classici venditori porta a porta che suonano il campanello ma l'Incaricato alla vendita è diventato una figura professionale a cui è richiesto di portare le proprie competenze al servizio del cliente. Allo stesso tempo sono fortunatamente state abbandonate le tecniche di vendita invasive tipiche degli anni '90 in favore di una maggiore trasparenza e capacità di ascolto nei confronti delle esigenze dei Consumatori, che d'altra parte sono sempre più informati e attenti nel fare le loro scelte.*

*I cambiamenti fortunatamente hanno anche riguardato la regolamentazione del settore, merito dell'azione di associazioni come AVEDISCO, che hanno anche contribuito a cambiare in positivo l'immagine e la percezione di questo modello di business.*

*Quali sono, a suo parere, le caratteristiche che hanno contribuito maggiormente al successo di questo modello di business? e come deve evolvere la Vendita Diretta per essere sempre al passo con i tempi?*

*Uno dei fattori che ha determinato e che tuttora si rivela fondamentale per il successo di questo modello di vendita è proprio il rapporto diretto con i Consumatori e la possibilità di offrire loro un'esperienza di acquisto personalizzata. A questo si aggiunge il sentimento di fiducia che viene ad instaurarsi con il conseguente effetto dirompente del passaparola. Nella Vendita Diretta possiamo dire che "le persone acquistano dalle persone", non*





dall'Azienda, ed è ovvio che le persone acquistino da coloro di cui si fidano. In futuro ritengo che per rimanere sul mercato le Aziende debbano continuare ad investire sulla qualità dei prodotti, facendo leva sulla loro esclusività, così che i clienti possano chiaramente percepire che stanno comprando qualcosa che altrimenti non sarebbe disponibile in altri canali. E' fondamentale continuare a porsi in modo concreto, serio e trasparente nei confronti dei clienti.

Allo stesso tempo, è indispensabile offrire adeguata formazione ai propri collaboratori e mantenere il loro ruolo centrale nella vendita. Questo, fra l'altro, credo rappresenti l'attuale sfida che molte Aziende di Vendita Diretta si trovano ad affrontare, ovvero coniugare il ruolo dell'Incaricato alla vendita con quello delle nuove tecnologie digitali, sfruttando quest'ultime non in sostituzione della persona ma bensì per rendere più efficiente la loro operatività e raggiungere più facilmente potenziali clienti.

*Cosa consiglia alle persone che vedono nella Vendita Diretta un'opportunità di lavoro e vogliono iniziare ad intraprendere l'attività di Incaricato alle Vendite?*

Considerando l'attuale evoluzione del mercato del lavoro, l'attività di Incaricato alla vendita è sicuramente una delle professioni del futuro dove veramente e concretamente ognuno può ritagliarsi il proprio spazio.

Il modello della Vendita Diretta offre diversi vantaggi tra cui indipendenza, flessibilità, autonomia. Caratteristiche che attraggono sempre più potenziali Incaricati alla vendita ma che allo stesso tempo potrebbero destabilizzare chi non si è mai approcciato a questo lavoro dove è richiesto ad ognuno di essere "imprenditore di se stesso". Proprio per questo mi sento di suggerire a tutti coloro che vogliono intraprendere questa professione di non perdere comunque mai di vista l'obiettivo ed applicarsi costantemente nell'attività con passione e determinazione seguendo le linee guida e utilizzando gli strumenti che l'Azienda mette loro a disposizione.

*Cosa può fare, a suo parere, AVEDISCO per favorire l'ingresso di nuove Aziende e per tutelare e sostenere sempre di più Aziende, Incaricati e Consumatori?*

Credo che in un periodo come questo, dove la "fiducia", come detto in precedenza, rappresenta un elemento imprescindibile per poter presidiare un mercato, l'entrar a far parte di realtà come AVEDISCO sia d'obbligo. AVEDISCO deve continuare ad esercitare un'azione di tutela nei confronti dei Consumatori e rafforzare l'immagine delle Aziende che ne fanno parte. A questo proposito potrebbero essere potenziate le attività di comunicazione ai fini di diffondere, oltre ai valori che AVEDISCO promuove, la serietà delle Aziende che fanno parte e le potenzialità della Vendita Diretta.



## EDICOLA

CORRIERE DELLA SERA  
ROMA / CRONACA

### Vendita diretta, come acquistare a domicilio (senza fregature)

Un volume di affari di circa 2,9 miliardi di euro, in crescita del 25% rispetto allo scorso anno: è il mercato del Direct Selling. L'Unione nazionale consumatori ha stilato una guida per acquistare a domicilio senza problemi (disponibile online)

# S.D.S.



A qualcuno sarà capitato: nessuno alla porta per vendere prodotti di qualsiasi genere. «Direct Selling» è un neologismo di servizio al cliente. Come dimostrano le iniziative del servizio clienti di Amazon. A casa tua, in un momento di stress o di noia, un venditore a domicilio. Che non è un semplice piazzante e un venditore ambulante. Per acquistare a questo domicilio, un servizio di vendita a domicilio. «Unione Nazionale Consumatori» ha stilato la guida «Vendita a domicilio», redatta da Ede in collaborazione con Anviva - Associazione Vendite Dirette Servizio Consumatori (il vostro garante online sul sito dell'associazione).

## CORRIERE DELLA SERA

1 OTTOBRE 2018

TGCOM 24

MEGASET

MF-DOW JONES NEWS

< indietro

### AVEDISCO: IN 6 MESI FATTURATO AZIENDE ASSOCIATE A +3,4%

20/09/2018 17:19

Associazione Vendite Dirette Servizio Consumatori rende noti i dati del primo semestre 2018 che confermano il mercato del direct selling vivo, dinamico e apprezzato dai consumatori in Italia: le Aziende Associate nei primi sei mesi del 2018 hanno raggiunto un fatturato di quasi 376 milioni di euro con una crescita del +3,4% in riferimento allo stesso periodo del 2017. Parallelamente, spiega una nota, anche il valore occupazionale si dimostra in crescita: con oltre 228 mila incaricati alle Vendite - +7,5% rispetto al primo semestre dell'anno precedente - quasi 16.000 mila persone in più hanno trovato lavoro attraverso questo modello di business ottenendo una crescita professionale e un'affermazione personale. L'andamento positivo è confermato dai diversi comparti merceologici: nei primi sei mesi dell'anno il comparto più rappresentativo è quello "alimentare - nutrizionale" con un fatturato che supera i 209 milioni di euro (+4,2% rispetto allo stesso periodo del 2017). Seguono il settore "cosmesi e accessori moda", con quasi 30 milioni di euro, e il comparto "casa beni durevoli" con oltre 20 milioni di euro di fatturato. Significativa la crescita del comparto "servizi" che cresce del 28,4% raggiungendo un fatturato di quasi 7 milioni di euro e del settore "Tessile" che tocca oltre 10 milioni di euro (+5,4%).

## TG COM 24

20 SETTEMBRE 2018

16 INCONTRI

## Italia Oggi

AVEDISCO E UNC  
Una guida alla vendita diretta

L'Unione Nazionale Consumatori (Unc) ha quadrato con Avedisco per definire le regole della vendita diretta, un settore che muove un volume di affari di circa 2,9 miliardi di euro. Ne è nata la guida «Vendita a domicilio», realizzata da Unc in collaborazione con l'Associazione vendite dirette servizio consumatori e scaricabile sul sito [www.consumatori.it](http://www.consumatori.it). Contiene le 10 regole fondamentali per acquistare prodotti e servizi attraverso questo modello di vendita dal chiedere all'incaricato di mostrare il tesserino di riconoscimento a sapere che le vendite piramidali sono vietate per legge, fino a cosa l'incaricato deve illustrare in tema di caratteristiche dei prodotti e condizioni d'acquisto. C'è poi la spiegazione sul diritto di recesso per ordini superiori a 50 euro e per persone fisiche e non società o gli adempimenti a tutela della privacy. A impreziosire la guida, la testimonianza di Giovanni Calabrò, d.g. per la tutela del garante dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato e Giuseppe Busia, segretario generale del garante per la protezione dei dati personali.

## ITALIA OGGI

21 SETTEMBRE 2018

## Cronaca DELL'ECONOMIA.com

AVEDISCO E LA SFIDA DEL LAVORO

### VENDITA DIRETTISSIMA

L'ASSOCIAZIONE REGISTRA UNA CRESCITA POSITIVA NEL NORDEST D'ITALIA. NELL'AREA IL CIRO D'AFFARI HA SUPERATO I 194 MILIARDI INCIDENDO PER IL 27,6% SUL BUSINESS NAZIONALE. PAOLINO SODDISFATTO



Giovanni Paolino, presidente di Avedisco, è soddisfatto per i dati del primo semestre 2018 che confermano il mercato del direct selling vivo, dinamico e apprezzato dai consumatori in Italia: le Aziende Associate nei primi sei mesi del 2018 hanno raggiunto un fatturato di quasi 376 milioni di euro con una crescita del +3,4% in riferimento allo stesso periodo del 2017. Parallelamente, spiega una nota, anche il valore occupazionale si dimostra in crescita: con oltre 228 mila incaricati alle Vendite - +7,5% rispetto al primo semestre dell'anno precedente - quasi 16.000 mila persone in più hanno trovato lavoro attraverso questo modello di business ottenendo una crescita professionale e un'affermazione personale. L'andamento positivo è confermato dai diversi comparti merceologici: nei primi sei mesi dell'anno il comparto più rappresentativo è quello "alimentare - nutrizionale" con un fatturato che supera i 209 milioni di euro (+4,2% rispetto allo stesso periodo del 2017). Seguono il settore "cosmesi e accessori moda", con quasi 30 milioni di euro, e il comparto "casa beni durevoli" con oltre 20 milioni di euro di fatturato. Significativa la crescita del comparto "servizi" che cresce del 28,4% raggiungendo un fatturato di quasi 7 milioni di euro e del settore "Tessile" che tocca oltre 10 milioni di euro (+5,4%).

## CRONACA DELL'ECONOMIA

10 SETTEMBRE 2018

## ANSA.it

### Commercio: vendita diretta, crescono fatturato e occupazione

Avedisco, in Lombardia 161 milioni di euro e 52 mila incaricati

05 Settembre, 18:51

(ANSA) - MILANO, 5 SET - La Lombardia è la regione che registra i valori più alti nella vendita diretta, sia in termini di fatturato che di valore occupazionale. 161 milioni di euro e quasi 52 mila incaricati alle vendite. Lo rende noto il centro studi e ricerche di Avedisco (Associazione vendite dirette servizio consumatori), secondo cui si registra una crescita positiva in tutto il Nord Ovest d'Italia (il numero di incaricati alle vendite presenti in Piemonte, Valle D'Aosta, Lombardia e Liguria è infatti di oltre 77 mila unità, rappresentando il 30,9% del totale nazionale. Nell'area il fatturato raggiunge quasi 245 milioni di euro incidendo per il 34,8% sul business nazionale. "Il nostro settore", afferma Giovanni Paolino, presidente di Avedisco, "affronta ogni giorno la sfida del lavoro contribuendo concretamente all'incremento dell'occupazione e di conseguenza alla possibilità di crescita di diverse professionalità". Avedisco ricorda infine che nel 2017 sono stati organizzati 2.636 corsi di addestramento per un totale di 235.593 partecipanti e 814 corsi di formazione dedicati a 99.996 aspiranti incaricati. (ANSA)

## ANSA

5 SETTEMBRE 2018

## FRILI BUSINESS



I numeri del porta a porta. L'Associazione Vendite Dirette Servizio Consumatori rende noti i dati del primo semestre 2018 che confermano il mercato del direct selling vivo, dinamico e apprezzato dai consumatori in Italia: le Aziende Associate nei primi sei mesi del 2018 hanno raggiunto un fatturato di quasi 376 milioni di euro con una crescita del +3,4% in riferimento allo stesso periodo del 2017. Parallelamente, spiega una nota, anche il valore occupazionale si dimostra in crescita: con oltre 228 mila incaricati alle Vendite - +7,5% rispetto al primo semestre dell'anno precedente - quasi 16.000 mila persone in più hanno trovato lavoro attraverso questo modello di business ottenendo una crescita professionale e un'affermazione personale. L'andamento positivo è confermato dai diversi comparti merceologici: nei primi sei mesi dell'anno il comparto più rappresentativo è quello "alimentare - nutrizionale" con un fatturato che supera i 209 milioni di euro (+4,2% rispetto allo stesso periodo del 2017). Seguono il settore "cosmesi e accessori moda", con quasi 30 milioni di euro, e il comparto "casa beni durevoli" con oltre 20 milioni di euro di fatturato. Significativa la crescita del comparto "servizi" che cresce del 28,4% raggiungendo un fatturato di quasi 7 milioni di euro e del settore "Tessile" che tocca oltre 10 milioni di euro (+5,4%).

## IL FRILI BUSINESS

17 SETTEMBRE 2018



EDICOLA

## Italia Oggi

**PRIMO SEMESTRE**  
**Avedisco, ricavi su del 3,4%**

Crescono i ricavi delle aziende delle vendite dirette associate ad Avedisco. Nel primo semestre 2018 il fatturato ha raggiunto quasi 376 milioni di euro con una crescita del +3,4% in riferimento allo stesso periodo del 2017. Parallelamente aumenta anche l'occupazione: con oltre 228 mila incaricati alle vendite, +7,5% rispetto al primo semestre dell'anno precedente, quasi 16 mila persone in più hanno trovato lavoro attraverso questo modello di business. L'andamento positivo è confermato dai diversi comparti merceologici: nei primi sei mesi dell'anno il comparto più rappresentativo è quello alimentare-nutrizionale con un fatturato che supera i 288 milioni di euro, +4,2% rispetto allo stesso periodo del 2017. Seguono il settore cosmetici e accessori moda, con quasi 30 milioni di euro, e il comparto casa ben attrezzati con oltre 20 milioni di euro di fatturato. Il comparto servizi assistenza del 28,4% raggiungendo quasi 7 milioni di euro, mentre il settore tessile tocca oltre 10 milioni di euro (+5,4%).

## QUOTIDIANO DI SICILIA

Il centro studi e ricerche di Avedisco registra l'andamento positivo in termini di volumi d'affari e occupazione

### Vendita diretta, la Sicilia stacca tutti

Crescita positiva nel Sud e Isola d'Italia: il numero di incaricati alle vendite presenti in Abruzzo/Molise, Calabria, Campania, Basilicata, Puglia, Sicilia, Sardegna è di quasi 55.000 unità, rappresentando il 21,8% del totale nazionale. Il giro d'affari è di 120 milioni, oltre 25 milioni provengono dalla nostra Isola

MILANO - Avedisco, Associazione vendite dirette servizio consumatori, rende noti i dati regionali relativi al Direct Selling e registra una crescita positiva nel Sud e Isola d'Italia: il numero di Incaricati alle vendite presenti in Abruzzo/Molise, Calabria, Campania, Basilicata, Puglia, Sicilia, Sardegna è di quasi 55.000 unità, rappresentando il 21,8% del totale nazionale.

Un risultato importante confermato anche dal giro di affari dell'area dove il fatturato supera i 120 milioni di euro incidendo per il 17,1 % sul business nazionale.

Nel dettaglio, la Sicilia è la regione che registra i valori più alti sia in termini di fatturato che di valore occupazionale: oltre 12 milioni di euro e quasi 17 mila Incaricati alle Vendite (6,6 % del totale Incaricati delle Aziende Associate) sono i dati provenienti da tutte le province siciliane. Seguono la Campania, con oltre 8.000 Incaricati, il 3,2% del totale Avedisco, e un fatturato complessivo di oltre 25 milioni di euro e la Puglia con fatturato di quasi 22 milioni di euro ed un totale di oltre 11.000 Incaricati; Abruzzo/Molise re-



gistrano oltre 10 milioni di euro di fatturato e 6.000 Incaricati alla vendita mentre la Sardegna ha ottenuto oltre 15 milioni di euro con 5.000 professionisti del settore (il 2% del totale).

Ultima ma non meno importanti la Calabria, con quasi 12 milioni di euro

**Sono 8.000 gli occupati nel settore della vendita diretta in Sicilia**

## Vendita diretta a domicilio, Unc e Avedisco lanciano guida per acquisti sicuri

Contatto diretto col consumatore, consulenza personalizzata, consegna dei prodotti a domicilio. Questi alcuni punti di forza della vendita diretta, che secondo dati Avedisco è aumentata del 3,4% nei primi sei mesi di quest'anno. Ma come riconoscere un incaricato alle vendite affidabile e cosa guardare quando si firma un contratto per un acquisto a casa? La risposta viene dalla guida **"Vendita a domicilio"**, realizzata dall'Unione Nazionale Consumatori in collaborazione con Avedisco, l'Associazione Vendite Dirette Servizio Consumatori, scaricabile gratuitamente sul sito [www.consumatori.it](http://www.consumatori.it).



La guida contiene **10 regole fondamentali** per acquistare prodotti e servizi attraverso questo modello di vendita: chiedere all'incaricato di mostrare il **tessero di riconoscimento**, sapere che le **vendite piramidali sono vietate per legge**, chiedere all'incaricato di illustrare caratteristiche dei prodotti e condizioni d'acquisto, ricordare che il diritto di recesso è valido solo per ordini superiori a 50 euro e per persone fisiche e non società.

controllare la presenza sul contratto di adempimenti per la tutela della privacy. Inoltre è necessario conservare la copia dell'ordine, non firmare per omaggi distribuiti a titolo gratuito e ricordare:

"Il più grande vantaggio di acquistare a domicilio -afferma il presidente di **Unc Massimo Dona** - è quello di testare il prodotto comodamente a casa propria senza alcuna tretta e avendo il diritto a cambiare idea, esercitando il recesso, qualora il prodotto non sia del tutto soddisfacente. In questo, sicuramente giocano un ruolo fondamentale gli incaricati alle vendite che in un momento in cui regna un clima di sfiducia generale e le persone sono sempre più circospette nell'aprire la porta di casa, sono chiamati ad ancora maggiore trasparenza e professionalità. Per questo **diamo ai consumatori gli strumenti per riconoscere la serietà del venditore che hanno davanti e ricordiamo loro quelli che sono i loro diritti**. Io facciamo con questa guida e dieci semplici consigli per gli acquisti porta a porta".

ITALIA OGGI

4 OTTOBRE 2018

QUOTIDIANO DI SICILIA

13 SETTEMBRE 2018

HELP CONSUMATORI

28 SETTEMBRE 2018



Associazioni

## Vendita diretta: il settore cresce del 3,4% nel 1° semestre



AVEDISCO - Associazione Vendite Dirette Servizio Consumatori ha divulgato i dati relativi al direct selling facenti riferimento ai primi sei mesi del 2018: il settore della vendita diretta conferma il proprio dinamismo, ottenendo un diffuso riscontro tra i consumatori italiani. Il fatturato delle aziende associate ha toccato i 376 milioni di euro, registrando un incremento del 3,4% rispetto alla prima metà del 2017.

Alla stesso modo, il valore occupazionale cresce del 7,5% con un incremento del personale stimato a circa 16000 persone in più rispetto al semestre di riferimento dell'anno precedente, incentivato da maggiore crescita professionale e individuale.

A sottolineare il complessivo sviluppo positivo del settore intervengono i risultati registrati dai diversi comparti merceologici: sempre nel periodo di riferimento l' "alimentare-nutrizionale" ha aumentato il proprio fatturato del 4,2% superando i 288 milioni di euro, seguito dal segmento "cosmesi e accessori moda" e dal comparto "casa beni durevoli" che hanno chiuso il proprio giro di affari rispettivamente a 30 milioni e 20 milioni di euro.

Con una crescita del 28,4% il settore "servizi" ha raggiunto un fatturato di circa 7 milioni di euro, mentre il comparto "tessile" chiude il primo semestre incrementando del 5,4%.

OGGI TREVISO

28 SETTEMBRE 2018

OGGI Treviso

28 settembre 2018

## Commercio: Unc-Avedisco, guida on line contro truffe vendite a domicilio.

★★★★☆

Roma, 27 set. (Labitalia) - Come riconoscere un incaricato alle vendite affidabile? A cosa fare attenzione quando si firma un contratto per un acquisto a domicilio? Che cos'è un sistema piramidale e come difendersi? Sono alcuni dei quesiti che spesso i consumatori rivolgono agli sportelli dell'Unione nazionale consumatori, in tema di vendite a domicilio e ai quali è stato risposto con la guida "Vendita a domicilio", realizzata da Unc in collaborazione con Avedisco-Associazione vendite dirette servizio consumatori e scaricabile gratuitamente su [www.consumatori.it](http://www.consumatori.it). La guida contiene le 10 regole fondamentali per acquistare prodotti e servizi attraverso questo modello di vendita: chiedere all'incaricato di mostrare il tessero di riconoscimento, sapere che le vendite piramidali sono vietate per legge, chiedere all'incaricato di illustrare caratteristiche dei prodotti e condizioni d'acquisto, ricordare che il diritto di recesso è valido solo per ordini superiori a 50 euro e per persone fisiche e non società, controllare la presenza sul contratto di adempimenti per la tutela della privacy.

DISTRIBUZIONE MODERNA

25 SETTEMBRE 2018

INCONTRI 17



## **AVEDISCO**

Viale Andrea Doria, 8 - 20124 Milano  
Tel 02.6702744 - Fax 02.67385690  
[www.avedisco.it](http://www.avedisco.it) - [info@avedisco.it](mailto:info@avedisco.it)

Incontri