

SOMMARIO RASSEGNA STAMPA

Data	Argomento	Sommaro	Pag
<u>AVEDISCO</u>			
01/06/2010	IIGiornoMilano	Non chiamateli «piazziisti». Torna la carica del porta a porta	1
			Pag. i

I MESTIERI ANTI-CRISI

Non chiamateli «piazziisti» Torna la carica del porta a porta

Erano casalinghe, disoccupati, operai: ora fanno i venditori

di LUCIA MAZZER

— BASIGLIO —

C'ERANO una volta i piazzisti, venditori porta a porta che si guadagnavano da vivere convincendo i clienti ad acquistare un po' di tutto, dalle pentole agli shampo, dai libri agli aspirapolvere. Parlatina sciolta, suole a prova di asfalto, volontà di ferro, i più in gamba accumulavano decenni di onorato servizio dopodiché se ne andavano in pensione, forti di un riconoscimento sociale senza grinze, identico a quello tributato ad altri onesti e tradizionali mestieri. Si potrebbe pensare che siano spariti, cancellati dalla facilità di fare la spesa al super o nel centro commerciale vicino casa. E invece no, sono vivi e vegeti, si danno un dannato da fare e, complice la crisi economica, continuano ad aumentare tra le loro fila persone che hanno perso il lavoro o che stanno per perderlo, che hanno bisogno di integrare lo stipendio o sono in cerca di una professione che non comporti investimenti pesanti. Si chiamano incaricati alle vendite e da cinque anni a questa parte una legge nazionale ne ha definito le caratteristiche, tutelando nello stesso tempo i consumatori da un uso improprio e dannoso delle vendite dirette.

UNA CONFERMA del nuovo profilo di venditore la si ha andando a visitare Amway, una delle principali aziende di questo settore che ha sede a Basiglio. Di origini statunitensi, con mezzo secolo di vita alle spalle, in Italia ha fatto la sua comparsa venticinque anni

fa e oggi muove 30.000 dei 270.000 incaricati in circolazione, che battono l'Italia proponendo l'acquisto di integratori alimentari, cosmetici, utensili per la cucina, prodotti per la pulizia della casa e ultimamente alimenti e bevande. «Per lavorare con noi — dicono in azienda — bastano 47 euro per acquistare due kit contenenti materiali informativi sulle attività e il necessario per avviare la vendita dei prodotti. E chi dovesse cambiare idea si vedrà rimborsare l'intera cifra».

NESSUN OBBLIGO di acquistare i prodotti che si andranno a vendere; compenso basato «sul fatturato personale ed eventualmente su quello generato dal gruppo di venditori creato e seguito»; una politica aziendale attenta alla responsabilità sociale: è targata Amway la campagna Goal by Goal che prevedeva, per ogni rete segnata da Ronaldinho, 10.000 dollari da devolvere alla costruzione di un campo sportivo per i ragazzi terremotati dell'Aquila. «Tra i nostri collaboratori — aggiungono ad Amway — ci sono commercialisti, impiegati, operai, casalinghe che cominciando dalla cerchia di amici e conoscenti, estendono poi l'attività ad altri ambienti. Alla loro formazione provvediamo noi con corsi e incontri tenuti da esperti». Che non si tratti di una professione di ripiego, ma di un'opzione che può arrivare a dare molte soddisfazioni, se ci si crede, lo dimostra la definizione usata dai nostri interlocutori: «piano B». Ovvero, l'alternativa al «piano A, l'occupazione che dà da vivere». Mica male, conside-

rati i tempi che corrono.

L'AZIENDA

«Il punto di forza è investire sulla formazione»

— BASIGLIO —

«POCHI lo sanno, ma il titolo della sua trasmissione, "Porta a porta", Bruno Vespa l'ha preso da noi, un giorno che ci trovavamo all'Hotel Gallia di Milano per un evento». L'aneddoto lo racconta Giorgio Giuliani, direttore generale di Avedisco, l'Associazione Vendite Dirette Servizio Consumatori, rappresentante da oltre quarant'anni delle più importanti realtà industriali e commerciali italiane ed estere, che utilizzano la vendita diretta a domicilio per la distribuzione di prodotti e servizi. Per quanto riguarda i venditori, «oggi sette su dieci sono



donne che vogliono arrotondare lo stipendio. Gli uomini sono concentrati per lo più nella vendita di beni durevoli che assicurano redditi più alti». Alla formazione dei venditori, le aziende dedicano molte risorse: «È uno dei capitoli di spesa più importanti». Se ne capisce il motivo considerando che «non c'è selezione all'entrata. Superati i primi tre mesi, durante i quali c'è il più forte turnover, si capisce se si è tagliati o meno». Da parte loro, «le aziende preferiscono collaborare con persone senza esperienza commerciale, ma disposte a imparare tutto sui prodotti che andranno a vendere e a conoscere i consumatori con cui avranno a che fare».

L.M.

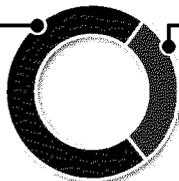
I numeri

255.955

Incaricati alle vendite in Italia

71%

Donne



29%

Uomini



35/51 anni

L'età media

8 anni

La durata media dell'attività di ogni singolo venditore



1,4 miliardi di euro

Fatturato annuo aziende Avedisco*



14,3%

Fatturato delle aziende **Avedisco** in Lombardia sul totale nazionale

Cosa vendono

9,77%

Beni di consumo per la casa

1,80%

Servizi

2,49%

Tessile casa-persona

4,80%

Altro

46,11%

Beni durevoli per la casa

17,87%

Alimentare-nutrizionale

17,16%

Cosmesi e accessori moda

*Associazioni vendite dirette servizio consumatori (38 aziende) Dati aggiornati al 2009

LA TESTIMONIANZA GIORGIO OSSOLA A 40 ANNI SI È REINVENTATO RAPPRESENTANTE

«Vi spiego perché amo questo lavoro...»

— BASIGLIO —

AVRÀ MENO tempo per giocare a tennis e a basket, le sue grandi passioni. In compenso, dal '96, la sua professione lo porta in giro per il mondo e gli permette di conciliare il tempo da dedicare alla professione con quello riservato alla famiglia. «E quando si ha un figlio di cinque anni, non è poco!». A parlare in questo modo è Giorgio Ossola, 48 anni: uno che — come impressione — non si tira indietro quando c'è da faticare per portare a casa lo stipendio. Considerato che, fino a quindici anni fa, di lavori ne faceva non uno, ma due: «Ero responsabile della qualità in una ditta meccanica con 120 dipendenti e mi occupavo della logistica per un negozio di fiori. Un'amica di mia moglie, un giorno, le ha parlato di **Amway** e della possibilità di collabo-

rare con quell'azienda, così ho voluto provare. Ho cominciato a frequentare gli incontri che organizzavano per presentare l'attività e ho capito che mi piaceva».

ANCHE PER un tipo tosto tre lavori possono essere pesanti, così nel giro di qualche anno Ossola ha detto addio ai fiori e ai controlli qualità e si è dedicato a tempo pieno alla nuova professione. Oltre che alla vendita diretta, con Amway, ci si può dedicare anche alla rete di venditori. Una rete che va costruita, gestita, formata, con una grande attenzione ai rapporti personali. L'obiettivo è quello di vendere dei prodotti, ma perché la cosa funzioni, gli incaricati devono essere motivati e soprattutto provare soddisfazione per i risultati che si ottengono. «In questi anni ho conosciuto

tanta gente. Si avvicinano a questo lavoro persone veramente di ogni tipo, che hanno già un'altra occupazione ma anche chi l'ha persa, licenziati, cassintegrati... Per riuscire, comunque, è necessario provare piacere a stare con gli altri oltre ad acquisire tecniche di convinzione. Altrimenti è meglio lasciar perdere!». Oggi Ossola ha a che fare con centinaia di incaricati alle vendite, «sparsi in diverse regioni, presenti in Lombardia, a Milano, Como, Varese e in altre città. La mia sede operativa è a **Legnano**». Rimpianti per i vecchi lavori? Non si direbbe: il cambiamento ha favorito «una crescita personale, la possibilità di viaggiare e conoscere altre culture allarga gli orizzonti». Se si vuole avere un'idea delle possibili entrate, «con un impegno a tempo pieno si arrivano a guadagnare tra i duemila e i tremila euro al mese». Accontentandosi — si fa per dire — all'inizio, di qualche centinaio.

L.M.



APPASSIONATO Giorgio Ossola, 48 anni, ha lasciato i suoi vecchi lavori per la **Amway** (digitalfoto)

AL CINEMA

**PAPER MOON (1973)**

Ryan e Tatum O'Neal

Moses, venditore ambulante di Bibbie, prende in affido Addie, di soli 9 anni. La bimba si rivelerà una stravagante e valida collaboratrice

**RIVELAZIONI (1994)**

Demi Moore

Donna in carriera diventa dirigente di un'azienda di computer al posto dell'ex amante. Quando fra i due riprende la relazione, lei gli fa causa per molestie

**THE BIG KAHUNA (1999)**

Kevin Spacey

In una stanza d'albergo, tre venditori di lubrificanti industriali confrontano le loro vite mentre aspettano di incontrare dei clienti

**WARGAMES (1983)**

Matthew Broderick

Un precoce asso dell'informatica entra nel sistema che controlla la difesa del Pentagono e ingaggia una partita di guerra termonucleare

Per poter vendere i prodotti della Forever Living Products registratevi su www.aloeveraonline.it

come incaricato Novus. Altre informazioni: www.team-one.it