

## GIORNALE DI BRESCIA

# Vendite porta a porta: un affare da 31,4 milioni

## Il fenomeno a Brescia secondo le statistiche di Univendita. Il caso della Vorwerk Folletto

### A lezione

Angela Dessì

BRESCIA. Se vi domandate se nel tempo dell'e-commerce e degli acquisti fatti con lo smartphone la vendita porta a porta abbia ancora motivo di esistere, la risposta è «sì». Sì, e senza tanti dubbi, almeno stando ai dati emersi nel corso della lezione di «Economia e gestione delle imprese» organizzata per gli studenti di Scienze Linguistiche dal professor Alberto Albertini nelle aule dell'Università Cattolica.

Una lezione - interamente dedicata al tema degli Operatori internazionali di impresa - che per far toccare con mano ai corsisti cosa significhi «case history» ha portato in aula niente di meno che la Vorwerk Folletto, l'«azienda madre» dell'aspirapolvere più famoso al mondo, e Univendita, l'associazione che rappresenta l'eccellenza del settore.

**Il punto.** I numeri messi sul piatto dai relatori parlano chiaro e la dicono lunga sull'attualità della cara e vecchia vendita porta a porta: solo nel bresciano, nel 2016, il fatturato delle vendite a domicilio ha toccato quota 31,4 milioni di euro, coinvolgendo oltre 3.100 venditori e coprendo una molteplicità di categorie merceologiche. Il dato è peraltro in crescita e in linea con quello nazionale: in Italia, infatti, il comparto vede attive 256 imprese e 520mila addetti (il 77% dei quali di sesso femminile) per un fatturato annuale pari a 3,6 miliardi di euro (la fonte è lo studio «La vendita diretta a domicilio in Italia» realizzato da Format Research nel 2017 per Univendita-Confcommercio).

Entrando nel dettaglio, per illustrare il caso Vorwerk Folletto a salire in cattedra è stato Ciro Sinatra, direttore relazioni istituzionali e affari legali dell'azienda che dal 1938 è sinonimo di «aspirapolvere» per tutti gli italiani e oggi fa parte di un gruppo internazionale con 4,9 miliardi di euro di fatturato all'anno a livello globale, di cui



In università. In piedi, da sinistra, Ciro Sinatra e Alberto Albertini

3,1 realizzati attraverso la vendita diretta, e quasi 630mila persone occupate, di cui il 98% venditori.

**L'approccio.** Per lui, la vendita a domicilio si rivela un «approccio vincente di fronte alle sfide poste attualmente dal mercato, perché da sempre riesce in quello che ricercano tutti gli esperti di marketing, cioè costruire un rapporto diretto fra il brand e il cliente».

Sulla medesima lunghezza d'onda Daniele Pirola, segretario generale di Univendita, che nel 2016 ha visto le aziende iscritte fatturare 1,6 miliardi di

euro (+2,5% sull'esercizio precedente). «La nostra associazione è nata nel 2010 e da allora ha sempre puntato su condotta etica e rispetto del consumatore, riunendo oggi 18 imprese che rappresentano il 46% dell'intero settore della vendita diretta in Italia» spiega Pirola che sottolinea come si tratti di aziende che «si distinguono per qualità dei prodotti, professionalità dei venditori, investimenti in ricerca e sviluppo e correttezza dei rapporti con la clientela». Tra queste, realtà come Avon Cosmetics, Tupperware Italia e Vast & Fast, per citarne solo alcuni. //