



Economia

Dalla vendita a domicilio una risposta all'occupazione femminile

25 feb 2021 11:00 - Redazione



Innalzare l'occupazione delle donne, da un punto di vista sia qualitativo sia quantitativo. Aumentare il tasso di occupazione femminile, che in Italia non arriva al 50%. Sostenere l'avvio di aziende a conduzione femminile o a prevalente partecipazione femminile. Sono alcuni degli obiettivi dichiarati dal Recovery Plan per favorire l'accesso di un numero maggiore di donne nel mondo del lavoro, fattore che consentirebbe un aumento del Pil fino a 7 punti percentuali.

L'Italia è molto indietro, ma ci sono settori economici in controtendenza uno di questi è la vendita a domicilio, dove la parità di genere è, da sempre, realtà. Nelle imprese associate a Unividita – la maggiore associazione di categoria del settore – le donne rappresentano il 69,2% di chi svolge un'attività di tipo imprenditoriale, mentre è del 90,5% la quota femminile sul totale della forza vendita. «Nelle imprese associate Unividita ci sono oggi 8.690 donne imprenditrici – spiega il presidente di Unividita Ciro Sinatra –. Sono venditrici professioniste oppure collaboratrici delle aziende associate che hanno assunto ruoli di coordinamento a vari livelli della rete commerciale e che offrono opportunità di crescita professionale a tante altre persone».

La vendita a domicilio è una professione che dà spazio alle donne perché basata su meritocrazia, autonomia organizzativa e flessibilità. «Si può partire da zero e arrivare a farne un'attività imprenditoriale a tempo pieno – sottolinea Sinatra –. Grazie alla formazione gratuita e al sostegno continuo da parte delle aziende tutti possono seguire percorsi di crescita senza alcuna discriminazione e possono puntare ai massimi risultati e riconoscimenti». A testimoniare quanto dichiarato da Sinatra ci sono le storie di successo che arrivano direttamente dalle collaboratrici delle aziende associate: Unividita ne ha scelte quattro. «Hanno tutte un comune denominatore – fa notare Sinatra – che è anche una peculiarità del nostro settore: nella vendita a domicilio si è autonomi ma non si è mai soli. Un approccio che ha dimostrato tutta la sua forza proprio negli ultimi mesi, che sono stati difficili in particolar modo per chi ha un'attività in proprio, e addirittura catastrofici per le lavoratrici donne».

Anna Marinelli ha 57 anni e fa parte di Avon, storica azienda di prodotti per la bellezza. Racconta di aver cominciato da giovanissima: «Per anni è stato un lavoretto ma a 34 anni ho deciso che volevo farlo a tempo pieno per incrementare i guadagni. Prima sono passata a formare e coordinare altre consulenti, un'ottantina, aiutandole a realizzarsi. A 41 anni poi l'azienda mi ha scelto per diventare responsabile di zona». È a questo punto che Marinelli diventa propriamente imprenditrice e sviluppa ulteriormente la rete commerciale.

Sotto la sua guida le consulenti nella sua area passano da 300 a 800 e, pochi giorni fa, Avon propone a Marinelli un'ulteriore opportunità: «Dal 1° marzo sarò una business development manager e seguirò altre piccole imprenditrici, le Avon Leader Top. Una tale crescita a 57 anni è qualcosa che non avviene in tutte le realtà». Carriera vuol dire guadagni che permettono a Marinelli di garantire

://www.buongiornoalghero.it/contenuto/0/3171788/dalla-vendita-a-domicilio-una-risposta-all-occupazione-femminile

benessere a tutta la famiglia, ma senza rinunciare alla possibilità di conciliare vita professionale e personale: «La flessibilità è sempre stata un plus e in più, in questo momento, posso gestire interamente il lavoro dalla mia scrivania – sottolinea – perché l'azienda mette a disposizione gli strumenti per un vero e proprio smartworking».

Lucia Mariani, 61 anni, ha cominciato 35 anni fa come Consulente per Just Italia, azienda che distribuisce in Italia i cosmetici naturali svizzeri Just. «Facevo l'impiegata amministrativa, poi l'azienda per cui lavoravo ha chiuso e, nel frattempo, sono diventata mamma – racconta –. Ero molto interessata al mondo delle erbe e della cosmesi e così, dopo aver ascoltato la presentazione di una conoscente, mi sono messa in gioco vincendo la timidezza e sono diventata a mia volta Consulente Just».

L'indipendenza economica, la formazione e la passione per il proprio lavoro convincono Lucia Mariani che Just è il posto giusto in cui crescere. Dopo tre anni diventa capo gruppo, ruolo che la gratifica perché può trasferire competenze ed entusiasmo ad altre Consulenti. Oggi è responsabile di una zona top in Italia per vendite. «La cosa che amo di più – conferma – è dare ad altre donne la possibilità di avere tutte le soddisfazioni che ho avuto io in questi anni. Siamo un gruppo molto unito e negli ultimi mesi, in particolare, ci siamo supportate a vicenda e abbiamo imparato tanto, grazie a Just che ci ha dato tutti i mezzi per fare evolvere la nostra attività».

Anche la storia professionale di Laura Fighera, 53 anni, parte da un incontro casuale. A vent'anni partecipa a un party Tupperware e decide di affiancare a vari lavori come dipendente da impiegata e commessa anche l'attività di vendita a domicilio di contenitori e utensili per la cucina. «In pratica guadagnavo un secondo stipendio, poi ho deciso di dedicarmi solo a Tupperware – racconta Fighera –. Non era solo questione di guadagno, ma anche di crescita e riconoscimento personale». Lavora come venditrice professionista fino al 2003, quando arriva un'importante svolta: Tupperware le propone di diventare Concessionaria, con il compito di seguire un territorio che comprende Belluno, Treviso, Venezia, Padova e Rovigo.

Oggi Fighera cura l'inserimento e la formazione di altre consulenti e capo gruppo: «La cosa più bella è offrire opportunità alle persone, motivarle e ispirarle» assicura. Un entusiasmo che non è venuto meno in tempi di Covid, anzi: sviluppare una mentalità imprenditoriale le ha fatto capire che dalle difficoltà possono nascere nuove occasioni. «La pandemia ci ha fatti uscire dalla nostra comfort zone, portandoci a fare cose nuove, e meglio. Per esempio, gestendo alcune attività a distanza, si libera tempo per fare più cose e quindi massimizzare i risultati. E poi – sottolinea – posso dedicarmi alle mie figlie di 23 e 12 anni: se già la mia attività mi permetteva di seguire la famiglia con flessibilità, oggi posso apprezzare ancora di più i vantaggi di questa autonomia».

Un'altra professionista che ha imboccato con decisione la strada dell'autoimprenditorialità, senza avere esperienze precedenti nella vendita a domicilio, è Pina Telesca, 57 anni. Anche lei è partita dalla passione per i cosmetici, in questo caso quelli di Uniquepets, alta cosmesi prodotta in Trentino. «Prima di entrare in questa azienda avevo fatto tanti altri lavori che mi lasciavano poco tempo per seguire le mie figlie – racconta –. Ho cominciato con la vendita di prodotti di bellezza per sfida con me stessa e convinta della bontà di quello che proponevo». In poco tempo il passaparola permette a Telesca di crearsi un buon giro di clienti: dopo un solo anno apre la Partita Iva e dopo due l'azienda le propone di occuparsi dello sviluppo commerciale della sua area, addestrandolo e gestendo altre consulenti e team leader.

Diventare imprenditrice è stato per lei un passaggio sereno perché l'azienda le è sempre stata vicina e l'ha aiutata a sviluppare la forma mentis necessaria, oltre a garantire formazione e strumenti. «Anche quest'anno sostegno e affiancamento non sono mai mancati – conclude –. Abbiamo approfondito la conoscenza dei social aprendoci un mondo, ma non solo, l'azienda si è preoccupata anche del nostro benessere psicofisico, per esempio mettendoci a disposizione video-corsi di Pilates. È un piccolo esempio per sottolineare che, nei momenti difficili, avere al tuo fianco una realtà solida fa tutta la differenza».

Facebook WhatsApp E-mail



1/5

https://www.buongiornoalghero.it/contenuto/0/3171788/italia-vendita-a-domicilio-una-risposta-all-occupazione-femminile

2/5