

## **Professione venditore a domicilio, il sondaggio sul settore Un lavoro sicuro, per tutte le età e ricco di soddisfazioni**

*L'indagine svolta da Univendita svela che questo mestiere offre prospettive solide e viene scelto soprattutto per la flessibilità, l'autonomia e il contatto umano che offre.*

*Il livello di soddisfazione degli incaricati è al 91%*

La vendita a domicilio come “ultima spiaggia” alla quale guardare in attesa di trovare un’occupazione diversa? È un’immagine falsa. A rivelarlo è un sondaggio condotto da Univendita, la maggiore associazione di categoria del settore, su 750 incaricati rappresentativi delle aziende associate, e dal quale emerge prima di tutto che la vendita a domicilio **offre un’occupazione sicura: il 59,2% degli incaricati dichiara di svolgere questo lavoro da più di 6 anni**. Non solo, fa notare il presidente di Univendita **Ciro Sinatra**: «La maggioranza degli incaricati delle aziende di Univendita arriva a intraprendere questa strada per una scelta consapevole: **solo una persona su tre era senza occupazione** prima di diventare venditore, e addirittura **il 44,5% aveva un contratto da dipendente. Senza pentirsene poi**: l’indice di soddisfazione degli incaricati **supera il 91%**».

Solitamente ci si avvicina alla vendita a domicilio perché **in precedenza c’è stato un contatto positivo con questo mondo**: un suggerimento di un amico o familiare che fa questo lavoro (35,5% delle risposte), la proposta di un incaricato conosciuto durante un appuntamento di vendita (26,7%), la voglia di trasformarsi da clienti a venditori (10,3%).

«Ma è significativo notare che **il 39% dei giovani under 25** ha scelto questo lavoro senza averne avuto prima una conoscenza diretta» sottolinea Sinatra. Se si guarda invece agli **over 55**, c’è un dato che spicca: **il 25% svolge questo lavoro da meno di 10 anni, prova evidente del ruolo anticiclico** che la vendita a domicilio ha avuto, negli anni della crisi, per i cosiddetti “esodati”.

**Fra le motivazioni** che spingono a entrare nel mondo della vendita a domicilio, quelle economiche (disoccupazione o necessità di guadagnare di più) sono agli ultimi posti. Molto più forti sono la voglia di **collaborare con un’azienda che si apprezza** (20% delle risposte), la ricerca di **autonomia** (18,2%) e **conciliazione famiglia-lavoro** (17,5%) e la **propensione ai rapporti umani** (16,2%).

«La flessibilità è uno dei punti di forza del nostro settore – commenta il presidente di Univendita –. Se pensiamo che in Italia, secondo l’Ispettorato Nazionale del Lavoro, **oltre 30mila madri lavoratrici nell’ultimo anno hanno lasciato la propria occupazione, principalmente per ragioni riconducibili all’incompatibilità tra lavoro e cura dei figli**, la vendita a domicilio rappresenta una valida alternativa, perché dà la possibilità di organizzare orari e impegni di lavoro in base alle proprie esigenze familiari».

**E le aspettative risultano centrate**: infatti, se si chiede agli incaricati cosa apprezzano di più della professione, al primo posto fra le risposte troviamo proprio **contatto umano e autonomia**, seguite dalle opportunità di **crescita professionale**. «Quest’ultimo è un dato molto significativo – conclude Sinatra –. Non è raro avvicinarsi alla vendita a domicilio con l’idea di fare una prova, magari nel tempo libero o part-time. Sono molti però i casi in cui diventa un’occupazione a tempo pieno, con la possibilità di ricoprire anche ruoli di coordinamento di altri incaricati. Le aziende di Univendita seguono i venditori con grande attenzione, offrendo formazione gratuita e qualificata e strumenti sempre in linea con l’evoluzione del mercato: e così, per molti, la vendita a domicilio diventa il lavoro della vita».

**Univendita** ([www.univendita.it](http://www.univendita.it)) Qualità, innovazione, servizio al cliente, elevati standard etici. Sono queste le parole d’ordine di Univendita, la maggiore associazione del settore che riunisce l’eccellenza della vendita diretta a domicilio. All’associazione aderiscono: AMC Italia, Avon Cosmetics, bofrost\* Italia, CartOrange, Conte Ottavio Piccolomini, Dalmesse Italia, DES, Fi.Ma.Stars, Just Italia, Nuove Idee, Ringana Italia, Starline, Tupperware Italia, Uniquepels Alta Cosmesi, Vast & Fast, Vorwerk Italia - divisione Bimby, Vorwerk Italia - divisione Folletto, Witt Italia, che danno vita a una realtà che mira a riunire l’eccellenza delle imprese di vendita diretta a domicilio con l’obiettivo di rafforzare la credibilità e la reputazione del settore tra i consumatori e verso le istituzioni. Univendita, che aderisce a Confcommercio, rappresenta il 46% del valore dell’intero comparto della vendita diretta in Italia (*fonte: Format Research, marzo 2017*).