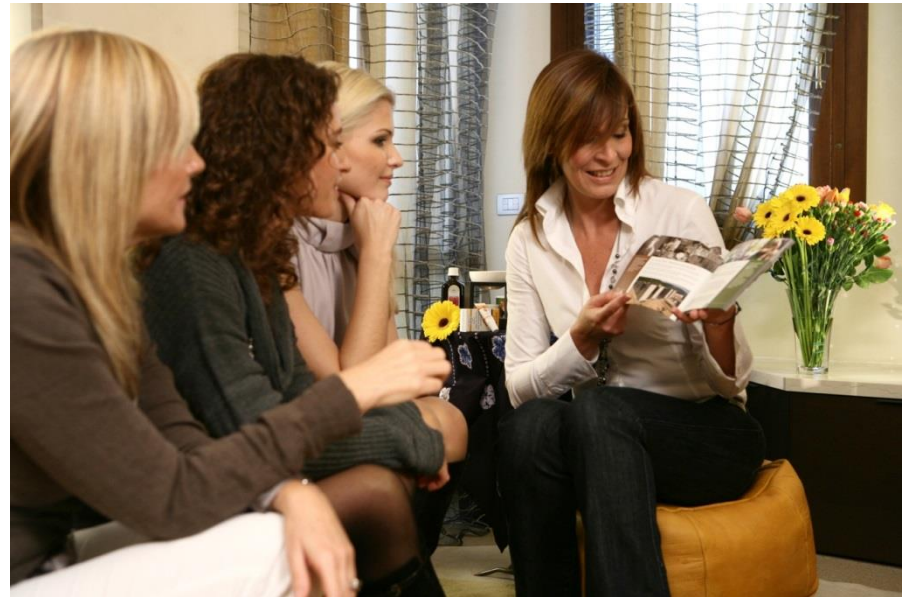




La vendita diretta a domicilio

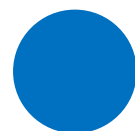
*Il commercio
al dettaglio
che funziona*



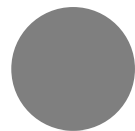
Rapporto di ricerca

Marzo 2017

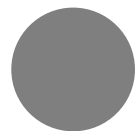
agenda



la ricerca in sintesi



universo delle imprese



morfologia delle imprese



scenario economico



appendice

LA VENDITA DIRETTA A DOMICILIO IN ITALIA

Dati di sintesi:

- **265** imprese
- **66%** risiedono al nord
- **63%** sono società di capitali
- **3,6 mld €** fatturato complessivo (+2,6% sul 2015)
- **520.000** addetti alla vendita (+2% sul 2015)
- **77%** dei venditori sono donne

Nei confronti del terziario:

- maggior **fiducia** verso la situazione generale dell'economia (41,4 vs 37,8)
- elevato livello di **dinamismo** (45,2 vs 38,4)
- buono stato di **salute** (49,1 vs 40,7)

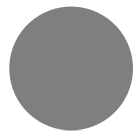
agenda



la ricerca in sintesi



universo delle imprese



morfologia delle imprese



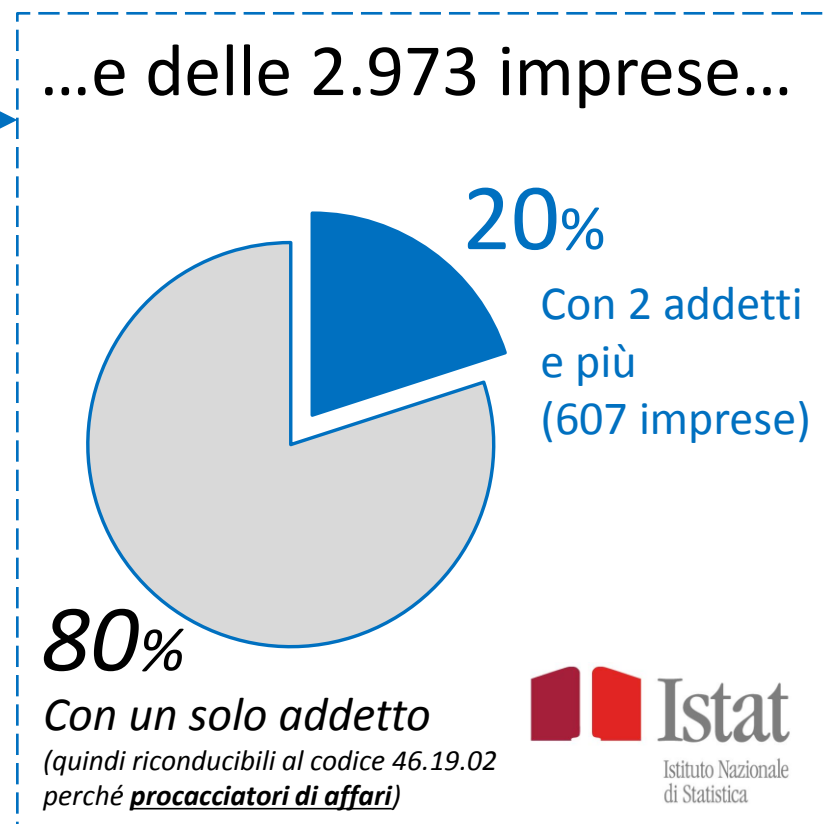
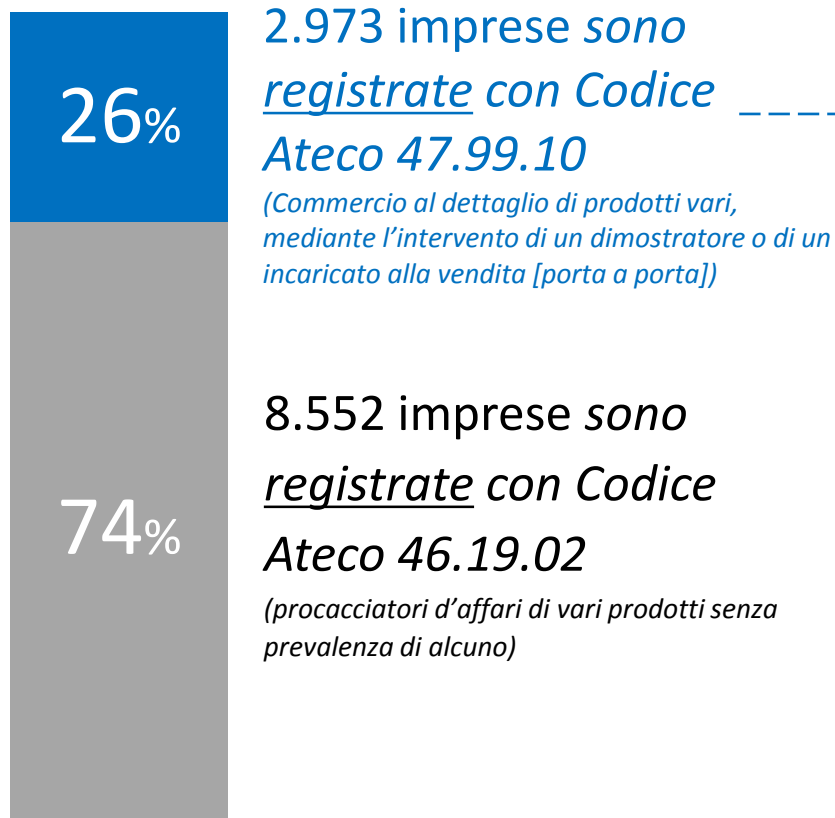
scenario economico



appendice

dati preliminari | secondo le principali fonti statistiche ufficiali esistenti, l'universo delle imprese della vendita diretta ammonterebbe a **oltre 11mila unità...**

11.525 *Imprese di cui...*



universo delle imprese della vendita diretta | ...la fase quantitativa (interviste telefoniche e ricerca sul web) porta il numero di imprese che effettivamente **svolgono attività di vendita diretta a 265 soggetti...**



Ministero dello
Sviluppo Economico

11.525



Istat

Istituto Nazionale
di Statistica

2.973

Imprese **registrate** con Codice
Ateco 47.99.10



Istat

Istituto Nazionale
di Statistica

607

Imprese **registrate** con Codice Ateco
47.99.10 **con almeno due addetti**



265

Imprese che **dichiarano di svolgere
effettivamente** attività di vendita diretta

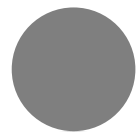
255



275

Considerando un errore campionario pari al $\pm 3,6\%$, è possibile identificare un range di imprese della vendita diretta compreso tra 255 e 275 soggetti.

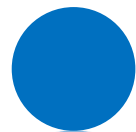
agenda



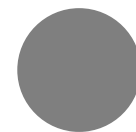
la ricerca in sintesi



universo delle imprese



morfologia delle imprese



scenario economico

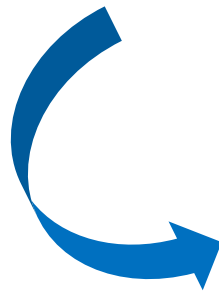


appendice

distribuzione geografica | in generale, tra le imprese della vendita diretta, **due su tre risiedono** nelle regioni del **Nord Italia**...

265

le imprese della vendita diretta a domicilio in Italia sono così distribuite sul territorio...



Nord Ovest

35%

(93 imprese)

Nord Est

31%

(82 imprese)

Centro

15%

(41 imprese)

Sud e Isole

19%

(49 imprese)

Fonte: Format Research, Indagine quantitativa.

distribuzione per forma giuridica | ...la maggior parte delle imprese risultano essere **società di capitali** (è così nel 63% dei casi)...

265

le imprese della vendita diretta a domicilio in Italia sono così suddivise...



...società di capitali

(167 imprese)

63%

...società di persone

(74 imprese)

28%

...altre forme

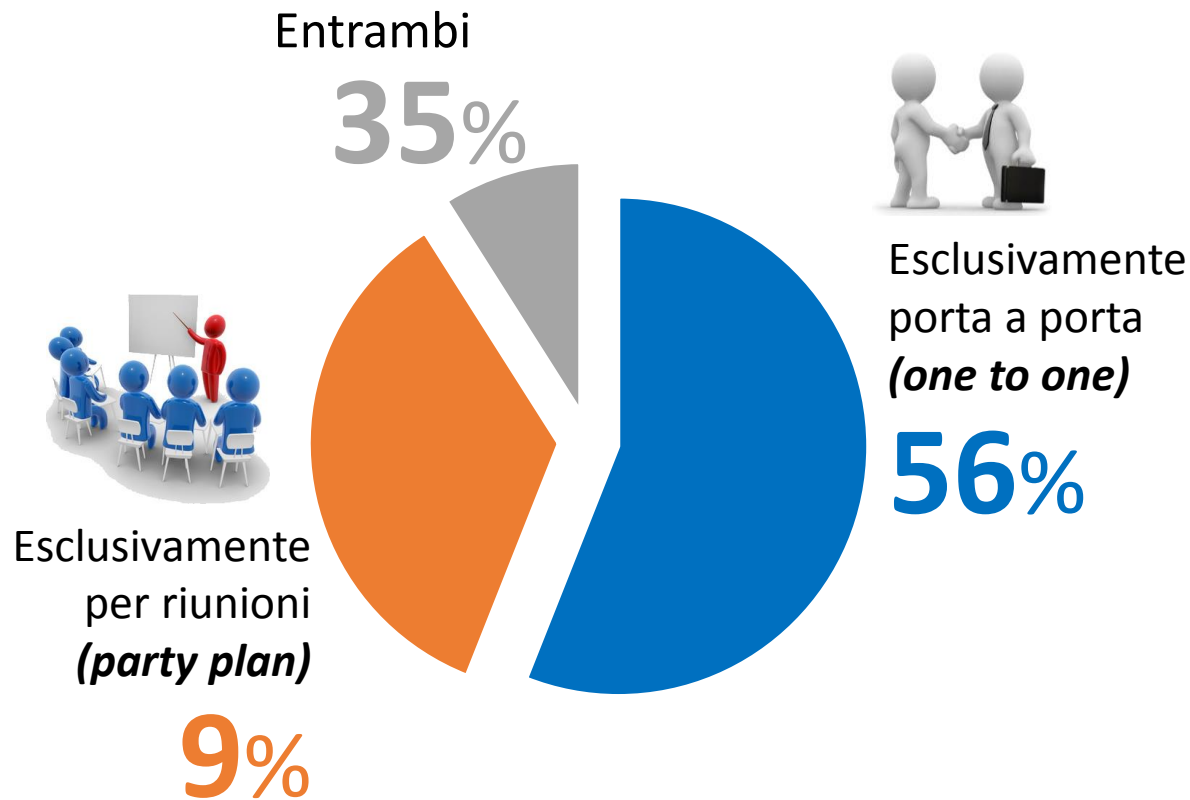
(24 imprese)

9%

Fonte: Format Research, Indagine quantitativa.

modalità di svolgimento dell'attività | il «**porta a porta**» è la forma di vendita più diffusa tra le imprese del settore (il 56% delle imprese utilizza soltanto questo approccio)...

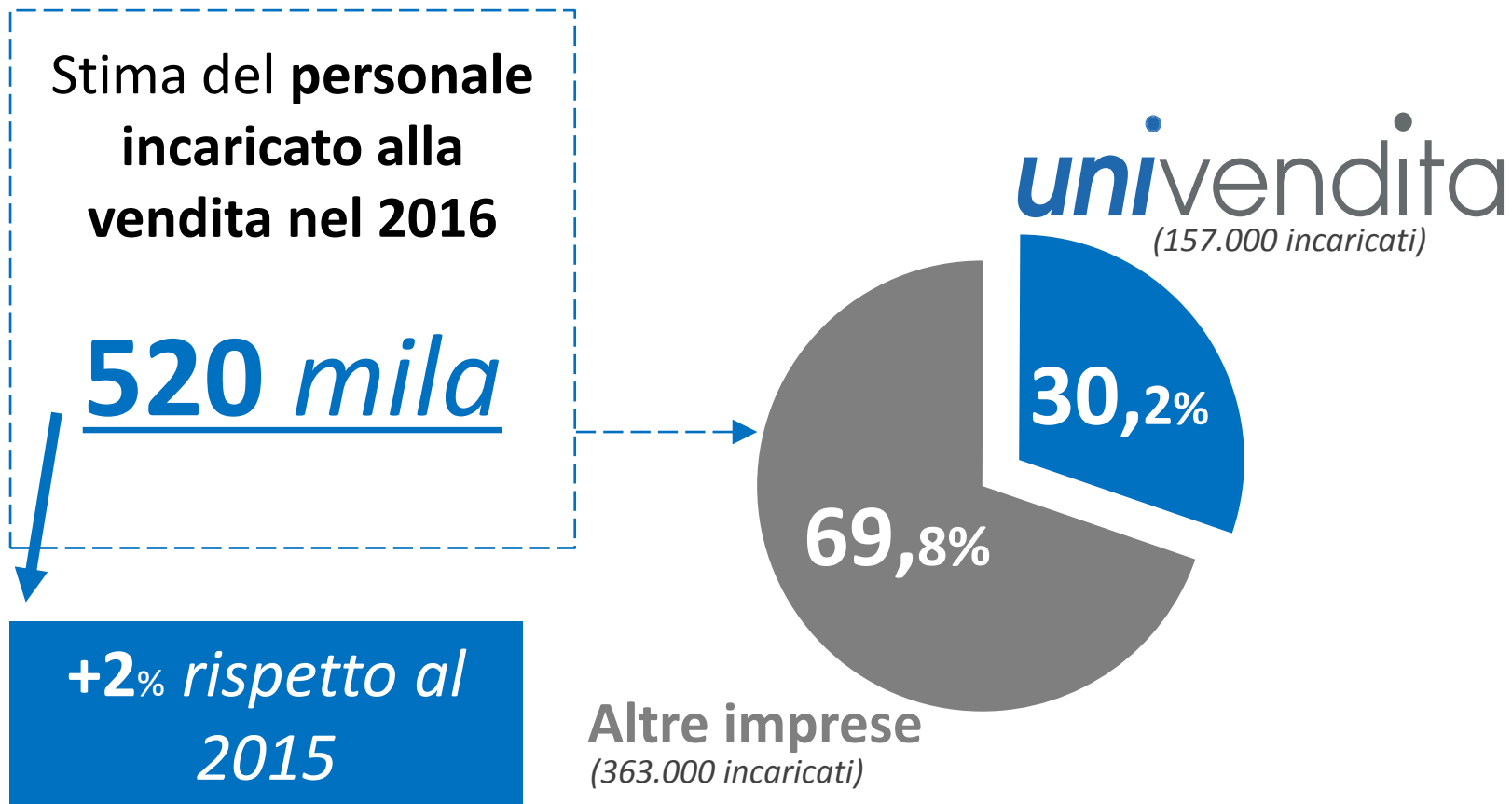
Con quale **modalità** la Sua impresa svolge **attività di vendita**?



La **vendita diretta** è praticata tramite il **porta a porta (*one to one*)** e la vendita per riunioni (***party plan***): due modelli di vendita differenti ma che hanno in comune il contatto diretto e personale degli **incaricati alla vendita** con i consumatori. Gli incaricati, attraverso presentazioni e dimostrazioni, offrono un servizio personalizzato in grado di soddisfare le esigenze di ogni cliente.

Fonte: Format Research, Indagine quantitativa.

occupazione | le imprese della vendita diretta occupano complessivamente circa **520mila incaricati alla vendita** ...
l'analisi tendenziale mostra un incremento del **+2% (2016 su 2015)**...



Fonte: Format Research, Indagine quantitativa.

incaricati alla vendita | tra gli incaricati alla vendita **la componente femminile è fortemente spiccata (77%)...**

Dei 520 mila incaricati alla vendita...



Donne

77%

(400.400 incaricati)

(119.600 incaricati)

23%

Uomini



Fonte: Format Research, Indagine quantitativa.

valore del comparto | il fatturato complessivo del settore è pari a circa **3,6 mld €**... le imprese **associate a Univendita** rappresentano **quasi il 46%** del «**valore**» dell'intero comparto... l'analisi tendenziale mostra un incremento del **+2,6% (2016 su 2015)**...

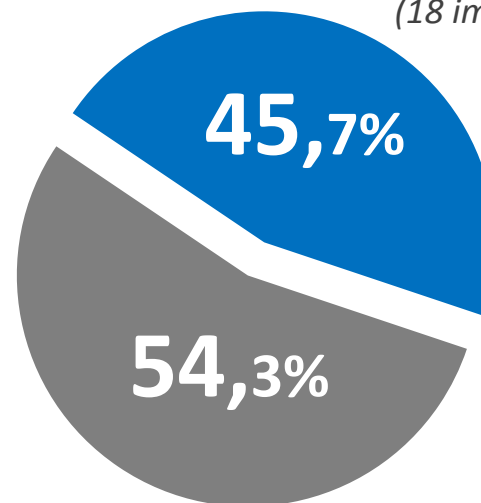
Stima del **fatturato 2016** delle settore delle imprese della vendita diretta

3,6 mld €

+2,6% rispetto al 2015

univendita

(18 imprese)

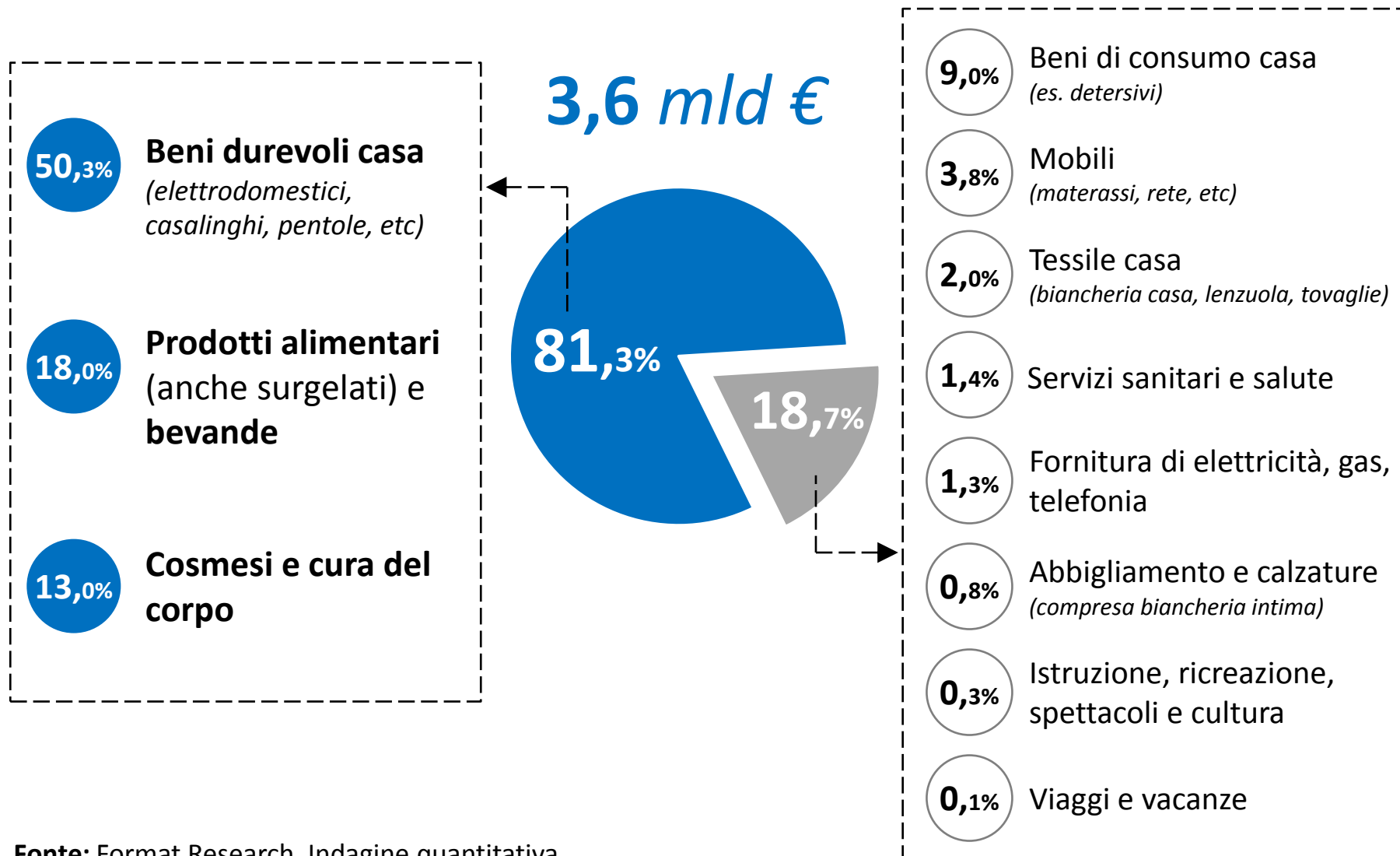


Univendita, da sola, rappresenta quasi la metà del volume totale del giro d'affari della vendita diretta.

Altre imprese
(247 imprese)

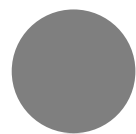
Fonte: Format Research, Indagine quantitativa.

valore del comparto | oltre l'80% del volume dei ricavi deriva dalla vendita di **beni durevoli per la casa, food & beverage e cosmesi/cura del corpo...**



Fonte: Format Research, Indagine quantitativa.

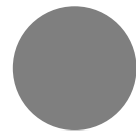
agenda



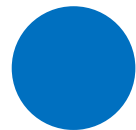
la ricerca in sintesi



universo delle imprese



morfologia delle imprese



scenario economico



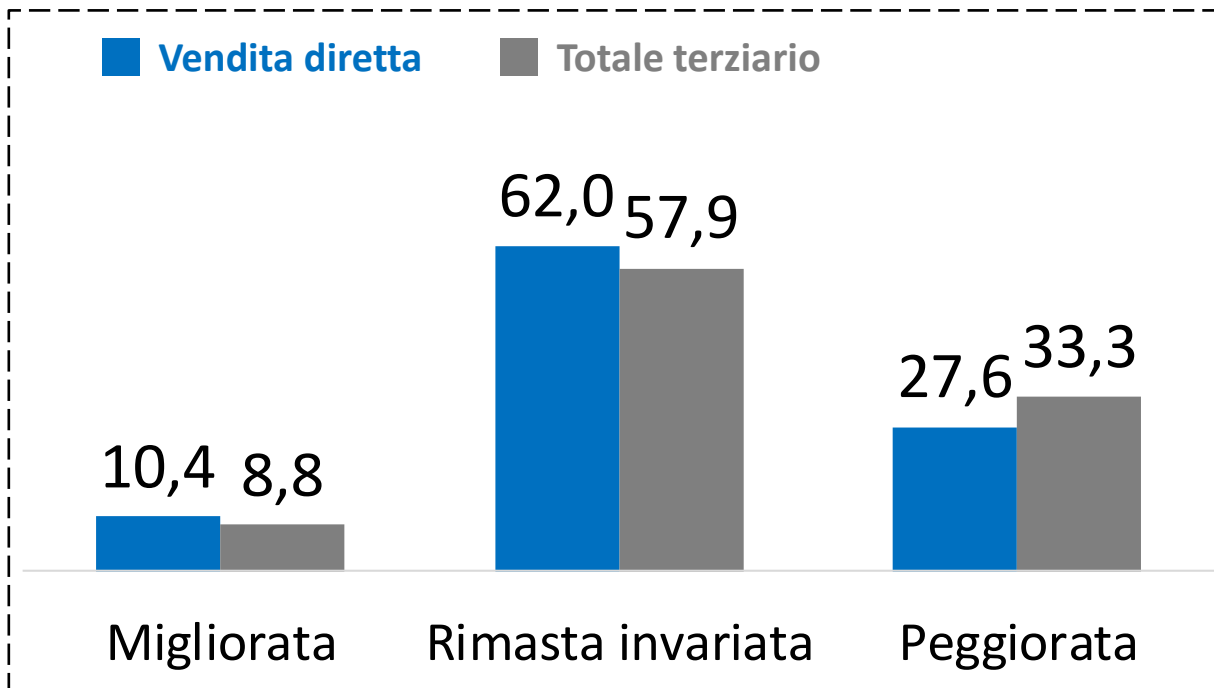
appendice

clima di fiducia | Le imprese della **vendita diretta** mostrano un livello di **fiducia verso l'andamento generale dell'economia più elevato** rispetto al resto delle imprese del terziario (41,4 vs 37,8)...

A suo giudizio la **situazione economica generale dell'Italia**, a prescindere dalla situazione della Sua impresa e del Suo settore, negli ultimi dodici mesi, rispetto ai dodici mesi precedenti, è migliorata, rimasta invariata, peggiorata...?

PERCENTUALI DI IMPRESE

(vendita diretta vs totale terziario)



INDICATORI

(«migliore» + 1/2 «invariato»)

Vendita diretta

41,4

(Previsione 2017: 44,4)

Totale terziario

37,8

(Previsione 2017: 38,0)

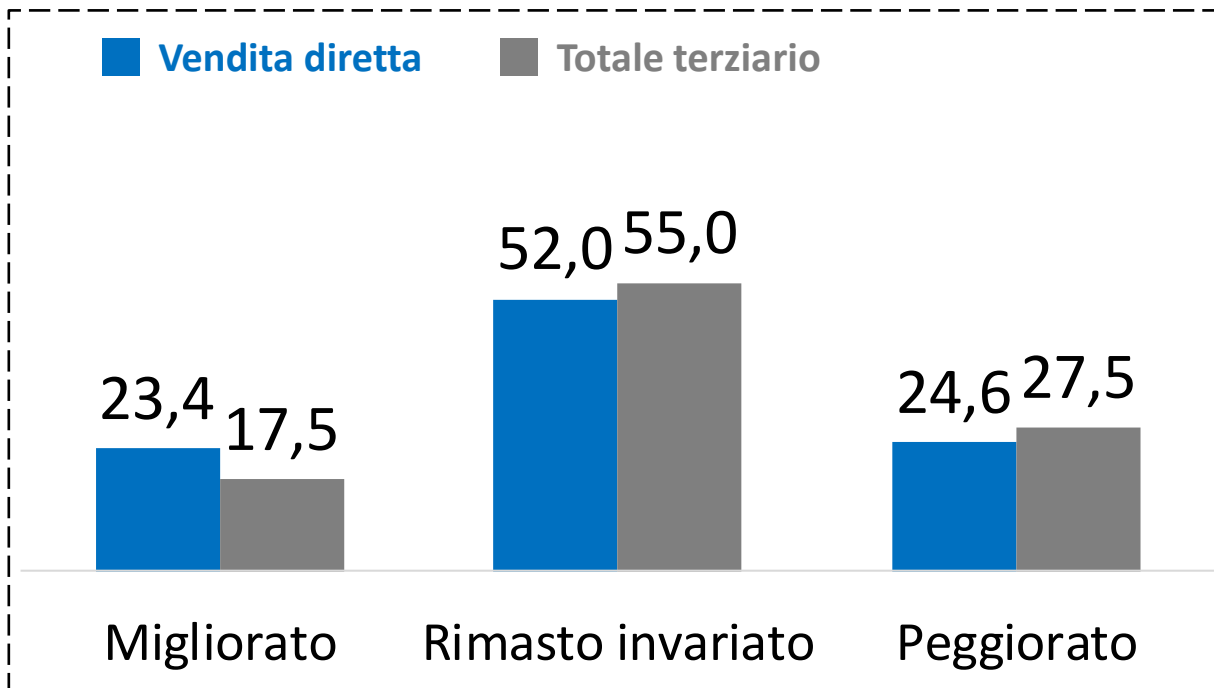
Fonte: Format Research, Indagine quantitativa e Osservatorio Credito Confcommercio (rielaborazione dati trimestrali).

clima di fiducia | tre imprese della **vendita diretta** su quattro ritengono migliorato o quantomeno invariato l'**andamento economico della propria impresa nel corso del 2016**...

Come giudica l'**andamento economico generale della Sua impresa** negli ultimi dodici mesi, rispetto ai dodici mesi precedenti (migliorato, rimasto invariato o peggiorato)?

PERCENTUALI DI IMPRESE

(vendita diretta vs totale terziario)



INDICATORI

(«migliore» + 1/2 «invariato»)

Vendita diretta

49,4

(Previsione 2017: 50,4)

Totale terziario

45,0

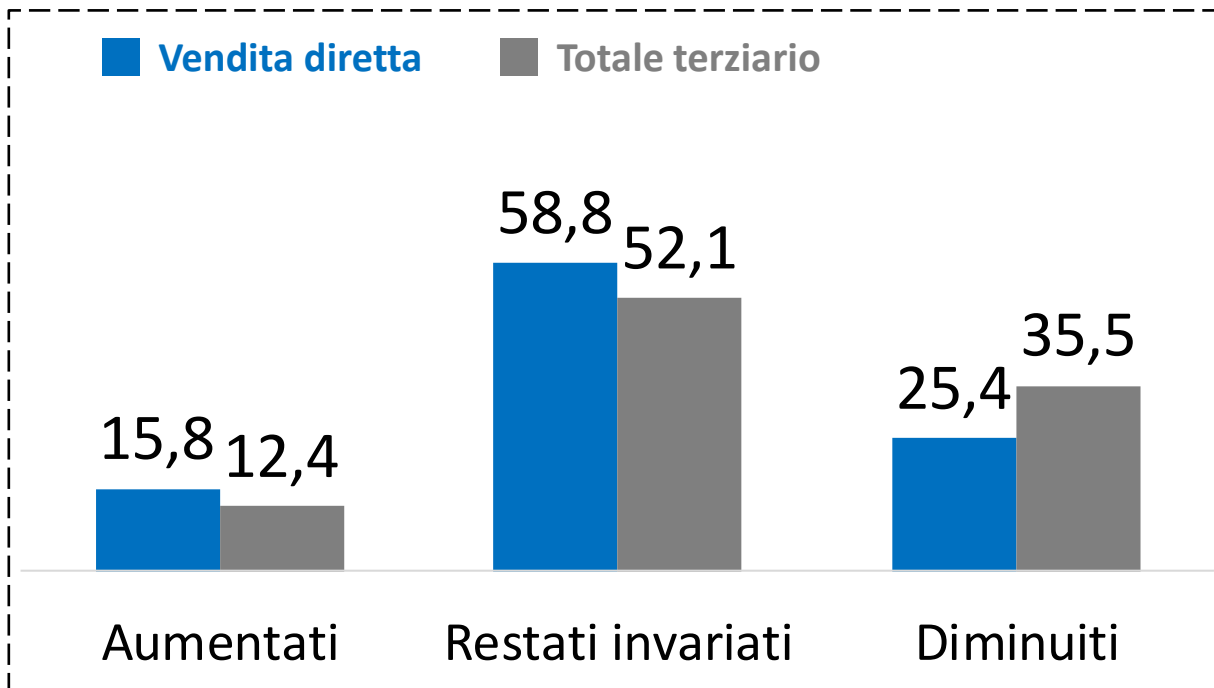
(Previsione 2017: 45,8)

Fonte: Format Research, Indagine quantitativa e Osservatorio Credito Confcommercio (rielaborazione dati trimestrali).

ricavi | le imprese della **vendita diretta** mostrano un **elevato livello di dinamismo**, facendo segnare risultati migliori anche in termini di ricavi, specialmente nel **confronto con il commercio fisso al dettaglio**...

Tenuto conto dei fattori stagionali, negli ultimi dodici mesi, **i ricavi della Sua impresa** rispetto ai dodici mesi precedenti sono aumentati, rimasti invariati, diminuiti...?

PERCENTUALI DI IMPRESE
(vendita diretta vs totale terziario)



INDICATORI
(«aumento» + 1/2 «invariato»)

Vendita diretta

45,2

(Previsione 2017: 47,7)

Totale terziario

38,4

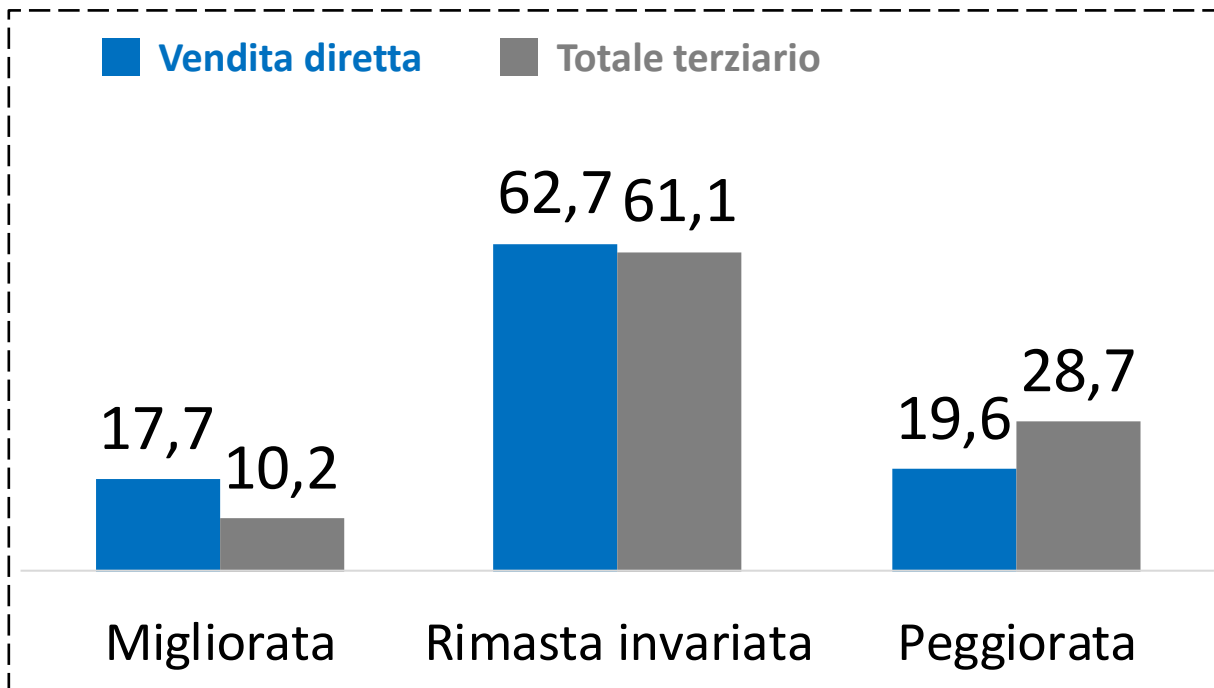
(Previsione 2017: 39,0)

Fonte: Format Research, Indagine quantitativa e Osservatorio Credito Confcommercio (rielaborazione dati trimestrali).

fabbisogno finanziario | ...la percezione delle imprese circa la propria situazione finanziaria dimostra il **buono stato di salute dell'intero comparto della vendita diretta...**

La capacità di fare fronte al fabbisogno finanziario della Sua impresa, ovvero **la situazione della liquidità**, negli ultimi dodici mesi, rispetto ai dodici mesi precedenti, è migliorata, rimasta invariata, peggiorata...?

PERCENTUALI DI IMPRESE (vendita diretta vs totale terziario)



INDICATORI («migliore» + 1/2 «invariato»)

Vendita diretta

49,1

(Previsione 2017: 50,5)

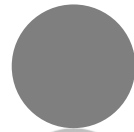
Totale terziario

40,7

(Previsione 2017: 42,0)

Fonte: Format Research, Indagine quantitativa e Osservatorio Credito Confcommercio (rielaborazione dati trimestrali).

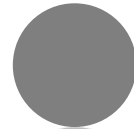
agenda



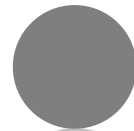
la ricerca in sintesi



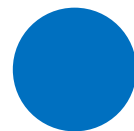
universo delle imprese



morfologia delle imprese



scenario economico



appendice

appendice | scheda tecnica della ricerca

COMMITTENTE

Univendita – Unione italiana vendita diretta

AUTORE

Format Research (www.formatresearch.com)

OBIETTIVI DEL LAVORO

Studio del tessuto delle imprese della vendita diretta a domicilio, sia dal punto di vista della struttura, sia dal punto di vista della dimensione del mercato.

METODO

- A. **Analisi Desk** – Analisi delle principali banche dati provenienti da fonti terze qualificate (Istat, Infocamere), al fine di descrivere puntualmente l'universo delle imprese della vendita diretta così come registrato ufficialmente.
- B. **Analisi Quantitativa** – Indagine di campo supportata da un'azione telefonica (interviste con tecnica Cati, *Computer Assisted Telephone Interview*) al fine di depurare l'universo da tutti i soggetti che nella realtà non svolgono attività di vendita diretta.
- C. **Analisi web** – Studio delle imprese iscritte alle associazioni di categoria del settore + Analisi dell'universo delle imprese italiane.

NUMEROSITA' CAMPIONARIA (ANALISI QUANTITATIVA)

Domini di studio del campione: dimensione delle imprese (classe di addetti), localizzazione geografica (macro area di appartenenza), forma giuridica.

Numerosità campionaria complessiva: 500 casi (500 interviste a buon fine). Anagrafiche “non reperibili”: 45 (7,8%); “Rifiuti”: 34 (5,9%); “Sostituzioni”: 79 (13,6%). Intervallo di confidenza 95% (Errore $\pm 3,6\%$). Fonte delle anagrafiche delle imprese: Camere di commercio.

PERIODO DI EFFETTUAZIONE DELLE INTERVISTE

Dal 6 al 17 febbraio 2017.

CODICE DEONTOLOGICO

La rilevazione è stata realizzata nel rispetto del Codice deontologico dei ricercatori europei Esomar, del Codice deontologico Assirm (Associazione istituti di ricerca e sondaggi di opinione italiani), e della “Legge sulla Privacy” (D.lgs n. 196/03).

DIRETTORE DELLA RICERCA

Dott. Pierluigi Ascani
Dott. Daniele Serio

Sono proibite riproduzioni, anche parziali, del contenuto di questo documento,
senza la previa autorizzazione scritta di Format Research.

2017 © Copyright Format Research Srl