



La **V**ente directe

Une Solution majeure pour l'emploi en Europe

*Qui est plus entreprenant qu'une personne
qui fait de la Vente Directe ?*

Etude IPSOS 2008
réalisée en Europe à l'initiative de la FEDSA
(Federation of European Direct Selling Associations)

Les Femmes...

...le moteur

qui propulse la Vente Directe, elles ne veulent plus faire le traditionnel 9H/17H au sein d'une entreprise.

83% des vendeurs à domicile sont des femmes, elles

sont très satisfaites de l'opportunité de revenus complémentaires que leur offre la Vente directe, couplée à la possibilité de développer de nouvelles compétences professionnelles tout en étant son propre employeur. 92% des personnes interrogées disent que leur emploi dans la Vente Directe leur a donné de l'indépendance.

L'Age...

**...n'est pas un handicap
dans la Vente Directe**

43% des vendeurs sont âgés entre 35 et 49 ans ; 20 %
ont plus de 50 ans.

La moyenne d'âge des vendeurs directes est proportionnellement plus élevée que la moyenne d'âge des travailleurs dans l'Union européenne.

La flexibilité offerte par la vente directe encourage les personnes plus âgées à recommencer ou à débiter une activité professionnelle active.

l'esprit d'entreprise est une réalité en Europe....

**...particulièrement chez les femmes
actives dans la vente directe !**

Les femmes représentent 83 % des vendeurs à domicile et sont en grande majorité indépendantes...

Alors qu'en Europe, les femmes ne représentent que 30 % des entrepreneurs, parmi lesquelles seulement 8,6 % sont indépendantes.

A ce titre, la vente directe apporte une forte contribution à la politique sociale et de l'emploi de l'Europe.

La flexibilité et le choix du lieu de travail...

... 2 aspects importants de la vente directe

La vente directe permet une totale flexibilité en termes d'engagement, de temps et de lieu ; Cette activité peut se dérouler à domicile et ne requiert aucun local spécifique; elle peut débuter très rapidement et ne demande aucune formation particulière ou investissement important; Il existe de nombreuses bonnes raisons de devenir vendeur à domicile; les possibilités de revenus complémentaires ont attiré 49 % d'entre eux, mais ils apprécient également les produits qu'ils vendent; 29 % des vendeurs à domicile mentionnent la flexibilité, l'indépendance et la possibilité de développer leur entreprise à leur propre rythme et sans pression comme raison pour débuter en vente directe.

La vente directe

... une opportunité pour tous

80 %

des vendeurs à domicile sont très satisfaits de leur activité ;

la vente directe offre des opportunités de revenus à tous, sans distinction de genre, d'âge ou d'ethnie, et ce quelque soit le niveau d'expérience.

46 % des vendeurs à domicile ont un niveau d'éducation supérieure ou universitaire ; la vente directe attire de plus en plus des personnes venant de tous les horizons dans un monde du travail en pleine mutation ; Débuter une activité de vente directe ne demande qu'un investissement modeste. C'est en partie ce qui rend cette activité attractive parmi un nombre croissant de personnes en Europe.

Opportunités de revenus complémentai- res...

La vente directe apporte une solution à chaque étape de la vie

La vente directe n'est pas restrictive et offre à tout moment de la vie la possibilité d'entreprendre une activité lucrative à mi-temps qui peut se développer en un emploi à plein temps;

Elle offre une voie nouvelle pour remplacer un emploi perdu et ou pour la ré-insertion professionnelle;

31 % des vendeurs à domicile étaient préalablement sans emploi ou au chômage ;

Les sociétés de vente directe offrent une formation de base continue à leurs forces de vente ; celles-ci reconnaissent la valeur ajoutée que cette formation leur apporte, tout en leur permettant de développer leurs connaissances et leurs compétences afin de mieux gérer leurs activités de vendeurs.

Indépendance...

... et solidarité

Etre vendeur à domicile permet l'indépendance et encourage l'esprit d'entreprise, sans investissement important et sans dépendre de l'aide sociale;
Secteur en croissance constante avec 83 % de participation féminine et 80 % des vendeurs satisfaits de leurs activités, la vente directe est confiante dans l'avenir et les possibilités qu'elle offre.

78 % des produits vendus par les sociétés de vente directe...

... sont d'origine européenne

Un secteur qui représente plus de 1.300 sociétés en Europe qui

ont réalisé en 2006 un chiffre d'affaires de 20 milliards d'euros¹.

Un secteur qui offre une opportunité de revenus supplémentaires à plus de 9 millions de vendeurs à domicile en Europe ;

Beaucoup de ces sociétés sont des PME qui ont un solide ancrage dans leurs régions et contribuent de manière significative au développement des économies locales en payant des impôts directs et indirects et en offrant de l'emploi;

Un secteur qui emploie en Europe plus de 50.000 personnes dans l'administration, la production, le marketing, la distribution, la logistique, etc...

¹ Selon une estimation de la FEDSA, Fédération Européenne de la Vente Directe (www.fedsa.eu)

Un canal de distribution idéal

pour des produits innovants

La vente directe, une autre manière de distribuer

La vente directe offre une alternative intéressante à la distribution traditionnelle. Une notion bien comprise par des groupes industriels comme L'Oréal, Virgin, Unilever, Bertelsmann, Yves Rocher qui, parmi d'autres, ont choisi d'investir dans des sociétés de vente directe ou d'utiliser la vente directe comme une alternative à la distribution traditionnelle leurs produits.

La vente directe est un canal de distribution qui convient particulièrement bien à des produits innovants qui ne trouvent pas leur place dans les rayons des magasins, que ce soit pour des raisons financières liées au coût du marketing ou parce qu'ils nécessitent une démonstration pour faciliter la vente.

En cela, la vente directe permet à des produits nouveaux de se frayer un chemin à moindre prix vers le consommateur.

La vente directe contri- bue à une plus grande cohé- sion sociale

tant en milieu urbain que rural

Le contact direct entre le vendeur et le consommateur et la présen-

tation personnalisée du produit sont appréciés tant par le consommateur que par le vendeur ;

Les ventes en réunion sont socialement bien acceptées ; elles représentent 34 % des ventes directes en Europe et sont particulièrement présentes en milieu rural (39 %) où elles permettent de développer et renforcer les liens sociaux et familiaux que l'exode vers les villes tend à dissoudre ;

En milieu urbain où se déroule 66 % des ventes, la vente directe permet au consommateur de faire ses achats sans stress, loin des centres commerciaux remplis de monde et à des heures plus flexibles.

M é t h o d o l o g i e de l'enquête

Échantillon / cible et mode de recueil de l'information

2800 interviews ont été réalisés dans 7 pays de l'union européenne (Royaume-uni, France, Allemagne, Italie, République Tchèque, Pologne et Finlande)

La représentativité de cette cible est assurée par l'interrogation d'un échantillon national représentatif de 1.000 individus de 15 ans et plus.