

## Sprzedaż bezpośrednia nadal rośnie

**W 2015 roku sprzedaż całego sektora sprzedaży bezpośredniej wyniosła 3 mld 1 mln PLN, co stanowi czteroprocentowy wzrost w stosunku do roku 2014. Liczba osób współpracujących z przedsiębiorstwami sprzedaży bezpośredniej wzrosła nieznacznie do 955 tys. Łączna liczba zamówień wyniosła ok. 36 mln, z czego 90% zostało zrealizowanych w sprzedaży indywidualnej, a 10 % w sprzedaży grupowej podczas prezentacji organizowanych na życzenie i w domach konsumentów.**

Rok 2015 był kolejnym pomyślnym okresem dla branży sprzedaży bezpośredniej, przynosząc wzrost sprzedaży całego sektora o 4% do poziomu 3 mld 1 mln PLN. Wzrost sprzedaży rozłożył się na siedem kategorii produktowych, nieznacznie zmieniając ich udział w rynku w stosunku do roku poprzedniego. Od wielu lat najpopularniejszą kategorię stanowią kosmetyki z 69 procentowym udziałem. Na kolejnych pozycjach uplasowały się: suplementy diety (10%), AGD (9%), odzież i akcesoria mody (6%), żywność i napoje (2%), telekomunikacja (2%) oraz chemia gospodarcza (1%).

W 2015 roku z firmami sprzedaży bezpośredniej współpracowało 955 tys. osób, o 5 tys. więcej niż rok wcześniej. Profil sprzedawcy nie uległ zmianie – to przede wszystkim kobiety, które stanowią 86% ogółu sprzedawców bezpośrednich.

*Wyniki ubiegłego roku stanowią kolejny dowód na to, że branża sprzedaży bezpośredniej rozwija się stabilnie, dając zajęcie, a także szansę rozwoju zawodowego i personalnego olbrzymiej rzeszy ludzi, z których wielu ma kłopoty ze znalezieniem swojego miejsca na rynku pracy – bądź to z powodu wieku, bądź braku doświadczenia, lub ze względu na sytuację rodzinną - mówi Mirosław Luboń, dyrektor generalny PSSB. I dodaje: Cieszy również fakt, że – jak wykazują nasze badania – coraz więcej osób jest zadowolonych z kontaktów z tym kanałem dystrybucji i docenia troskę branży o przestrzeganie wysokich standardów etycznych w prowadzeniu biznesu.*

Wykres 1. - Kategorie produktów – porównanie lat 2014 i 2015

