

# Unioni Strategiche

Parlare di distribuzione edile in Emilia Romagna significa parlare anche di gruppi. La regione crocevia tra nord e centro Italia, infatti, è una delle terre d'elezione dell'associazionismo, dove sono presenti aggregazioni, di diverso tipo, che raccolgono quasi un decimo del totale dei punti vendita edili.

157 punti vendita monitorati in Emilia Romagna che sono riuniti in forme di associazione appartengono a tre diverse tipologie di gruppo e precisamente:

- 31 p.v. fanno capo a 4 realtà multicellulari del tipo "a rete",

che uniscono sotto forma di gruppo o di consorzio 27 rivenditori, per i quali il gruppo svolge in modo centralizzato una o più funzioni;

- 20 p.v. appartengono a 3 realtà imprenditoriali costituite da una rivendita capogruppo che ha moltiplicato "per clonazione" il suo modello imprenditoriale sul territorio con la creazione di filiali, tutte di proprietà;

- 5 rivenditori, per 6 p.v., sono soci del gruppo di vendita BigMat.

In tutti i casi le motivazioni che hanno portato un così grande numero di rivenditori a scegliere di agire nell'ottica del gruppo sono le medesime, più volte sottolineate nei nostri dossier: maggiore potere contrattuale nei confronti delle aziende produttrici, migliore copertura del territorio d'influenza, abbassamento dei costi di gestione e possibilità di attivare maggiori e soprattutto migliori servizi da offrire alla clientela.

La data di nascita di queste forme di aggregazione non si colloca prima del 1999 e ha il suo momento clou tra il 2001 e il 2002. L'associazionismo qui non è più un fenomeno in incubazione, ma, anzi, è un fiume in piena, che si sta ingrossando sempre di più. Infatti, i rivenditori coinvolti in questa dinamica ritengono di essere in piena fase di sviluppo; hanno allo studio progetti di espansione che intendono attuare in un futuro molto prossimo, come l'apertura a nuovi associati, la creazione di nuovi punti vendita, la progressiva centralizzazione di funzioni e servizi, secondo un piano di strutturazione che sia sempre più efficiente, che permetta di affrontare il mercato in modo più capillare e di sviluppare appieno le proprie potenzialità.

Come si potrà notare dalla lettura delle schede delle pagine successive, i frutti di questo slancio sinergico verso forme di cooperazione sono costituiti essenzialmente da due elementi: l'ampliamento della gamma o la specializzazione (elementi che non si escludono a vicenda) e la diversificazione dei servizi offerti alla clientela, in particolare riguardanti il post-vendita.

Questi traguardi rispondono proprio all'ipotesi di proposta





Anno di costituzione	
1949	Eternedile s
1956	Silla s
1995	BigMat s
1999	G.D.E. s
2000	Edilgroup s
2000	G.E.M. s
2000	SIN.ED s
2001	Mondoedile s

commerciale moderna che tende a soddisfare bisogni sempre più complessi del consumatore, non solo la semplice fornitura di prodotti, e a trasformare il punto vendita in un centro di servizi. Il tutto con una necessaria e imprescindibile attenzione a non trasformare il centro di servizi in un centro di costi. Un simile contesto, inoltre, favorisce anche le realtà che, sviluppando volumi di fatturato medio-piccoli e non potendo competere con punti vendita più grandi o a rete in termini di prezzo, per una evidente questione di economie di scala, si riposizionano sul mercato di riferimento, affinando il rapporto con la clientela proprio migliorando la qualità del servizio e attribuendo quindi un maggiore valore aggiunto al prodotto commercializzato. Tutti questi elementi di successo sono presenti

laddove, a prescindere dal settore, sia elevato il livello di imprenditorialità del rivenditore, che è ritenuto un fattore veramente discriminante, affiancato dall'orientamento alla innovazione, alla flessibilità e quindi all'adattamento costante alle mutevoli esigenze della domanda. Vale la pena, a questo punto della nostra trattazione, proporre al lettore una riflessione, avvalendoci dei risultati di alcune indagini sul comportamento di acquisto dei consumatori e sulla conseguente evoluzione delle attività commerciali. Queste ci dicono, infatti, che

la fedeltà del consumatore emiliano al suo rivenditore non è più un fatto consolidato, ma una funzione di molte variabili: il consumatore è meno abitudinario e più informato e soprattutto è sempre più disposto a spostarsi, in particolare qualora stia cercando prodotti di qualità elevata o di difficile reperimento. Ma la qualità non è sempre sufficiente per soddisfarlo: il servizio post-vendita e la competenza dei consulenti di vendita sono elementi che influenzano le abitudini di acquisto in maniera sempre più determinante. Solitamente siamo abituati a vedere questo

Gruppi/punti vendita	Coperto	Scoperto	Show room	Libero Servizio
Eternedile/5	10.000	45.000	-	-
Silla/10	13.600	59.000	1.300	-
SIN.ED/5*	9.000	36.000	-	-
Edilgroup/12	53.200	86.500	700	-
G.D.E./5	10.000	40.000	-	1.000
G.E.M./9	10.000	80.000	-	-
Mondoedile/5	15.000	40.000	-	-
Big.Mat/6*	18.000	30.000	2.000	-

\* i dati si riferiscono ai soli punti vendita presenti sul territorio dell'Emilia Romagna.

Servizi

	Supporto progettuale	Rilievo in cantiere	Noleggio macchinari e attrezzature	Posa in opera	Raccolta macerie
Eternedile		•			
LCM Area	•		•	•	
Silla	•	•		•	
SIN.ED	•	•		•	
Edilgroup		•		•	
G.D.E.		•	•	•	•
G.E.M.	•	•			
Mondoedile	•	•			
BigMat	•	•		•	•

genere di riflessioni applicate al campo dei consumi alimentari e del vestiario e dei beni per la casa, ma non vi sembra che il ritratto delineato del consumatore e del commerciante emiliani che esce dalle analisi possa calzare anche quando si tratti di acquirenti professionali o privati dei punti vendita di materiali per edilizia?

A noi sembra di sì. Il

consumatore, il privato che si rivolge alla rivendita edile per acquistare una pavimentazione ceramica o l'antimuffa per l'intonaco, così come l'impresa o l'artigiano che cerca il materiale pesante o l'attrezzatura per l'applicazione, non sempre si accontenta di un punto vendita "comodo" o "conveniente".

Spesso cerca l'assortimento, la

specializzazione di gamma e il materiale pronto a magazzino; cerca il servizio di consegna in cantiere e l'assistenza post-vendita; cerca figure professionali che risolvano i suoi problemi e gli facciano risparmiare tempo. Il modello distributivo moderno, dunque, deve offrire tutto ciò, mettendo in atto tutte quelle strategie che consentano di rispondere efficacemente alle richieste di un consumatore sempre più esigente.

E una di queste strategie è proprio l'aggregazione, che potenzia le risorse individuali e le incanala in modo da trarre da esse il massimo dei vantaggi.

Per questo in Emilia Romagna l'offerta risulta sempre più concorrenziale, cosa che è proprio il tratto caratteristico della distribuzione moderna.

## Gruppi a confronto

**eternedile**  
MAGAZZINI PER L'EDILIZIA

Eternedile è una Spa che conta cinque magazzini edili, tre in provincia di Bologna, uno a Modena e uno a Reggio Emilia. La sede amministrativa sorge nel magazzino di San Lazzaro di Savena, sorto nel 1976 dopo che quello originario, dal 1949 nel centro storico di Bologna, cominciava a risultare insufficiente. Nel corso degli anni sono stati aperti o acquistati gli altri magazzini, secondo un'ottica di espansione e di consolidamento sul mercato di riferimento.

Accanto al commercio dei materiali per edilizia, nel senso più stretto e tradizionale del termine, Eternedile si occupa anche della lavorazione del ferro e della vendita di ceramiche, ma non

Nr. Rivenditori:	1
Nr. Punti vendita:	5
Anno di costituzione:	1949
Sede amministrativa:	S. Lazzaro di Savena - Bo
Amn. delegato:	Franco Nessi
Area territoriale servita:	Bologna, Modena, Reggio Emilia
Magazzino centrale:	no
Nr. Addetti:	50
Superficie coperta:	10.000 mq
Superficie scoperta:	45.000 mq
Automezzi:	1 autotreno, 4 motrici, 7 autocarri, 26 muletti, 1 pala
Segmentazione clientela:	imprese 90% - privati 10%
Servizi alla clientela:	consulenza tecnica, rilievo in cantiere
Funzioni centralizzate:	acquisti centralizzati, attività di marketing e promozione, servizi informatici, organizzazione corsi di formazione,
Principali marche vendute:	Gruppo Danesi, Italcementi, Lafarge Gessi, Mapei, Saint-Gobain Weber, Tecnochem Italiana

direttamente. Infatti, l'azienda partecipa a due società distinte, la Fersider, che ha sede presso il magazzino di Borgo Panigale, e la Marmoceramica, che conta due sale mostra all'interno dei punti vendita Eternedile di Borgo Panigale e Modena.

La scelta di delegare ad una società separata il commercio dei materiali ceramici deriva dalla volontà di lasciare che Eternedile continui a percorrere la stessa direzione che la contraddistingue da sempre. Tra gli investimenti recenti da segnalare l'ampliamento del parco automezzi, con l'acquisto di 7 autocarri, e lo sviluppo del sistema informatico: tutti i magazzini sono ora collegati tramite una rete intranet, un ulteriore passo della strategia commerciale



coordinata della società. Per il futuro, invece, Eternedile intende consolidare la sua presenza nel territorio servito e ampliare la sala mostre di ceramiche nel magazzino di Borgo Panigale.

Il gruppo Silla è nato nel 1956 a Copparo, in provincia di Ferrara, come attività a conduzione familiare di importazione e vendita di legnami.

A partire dagli anni Sessanta ha ampliato l'offerta a tutti gli articoli per edilizia e ha iniziato ad aprire nuove filiali e ad acquisire alcune società che si occupano anche di produzione, come la filiale di San Giuseppe di Comacchio, in cui è presente una centrale di produzione del calcestruzzo - una seconda è stata aperta a Correggio di Ferrara e una terza a Imola - la Padana Sabbia, che commercializza inerti e produce malte pronte, e la Ferredil, che lavora ferro per cemento armato.

Gli ultimi obiettivi raggiunti in termini di espansione del gruppo sul territorio emiliano sono stati l'acquisizione, nel 2000, di una quota societaria della Samea Coop, presente con due magazzini edili a Forlì e a Ravenna, della Marchedil Due di Ferrara e dell'Artigianferro di Forlì, società di fabbricazione e lavorazione del ferro.

Le funzioni svolte in modo centralizzato sono essenzialmente due: quelle amministrative (denunce IVA, buste paga, 626 ecc) e quelle relative agli acquisti e agli accordi con i produttori per la realizzazione di corsi di formazione, sia per i 135 dipendenti del gruppo



Nr. Rivenditori:	1
Nr. Punti vendita:	10
Anno di costituzione:	1956
Sede centrale:	Cento - Fe
Presidente:	Aldo Mattei
Area territoriale servita:	province di Ferrara, Bologna Forlì, Ravenna
Magazzino centrale:	No
Nr. Addetti:	150
Superficie coperta:	15.000 mq
Superficie scoperta:	59.000 mq
Sala mostre:	1.300
Automezzi:	2 autotreni, 29 autocarri, 24 muletti, 9 pale

Segmentazione clientela: imprese 80% - privati 20%

Servizi alla clientela: consulenza tecnica, supporto progettuale, rilievo in cantiere, posa in opera con squadre esterne

Funzioni centralizzate: stipulazione accordi di acquisto con i produttori, attività di marketing e promozione, organizzazione corsi di formazione, funzioni amministrative

Principali marche vendute: 3ELLE, Dow, IBL, Industrie Cotto Possagno, Italcementi, Mapei, Marca Corona, Polyglass, San Marco Laterizi, Stiferite, Velux Italia

sia per le imprese e la clientela professionale che si serve presso i magazzini Silla.

Numerosi i progetti di espansione previsti per il futuro: a breve i magazzini di Forlì e di Cento saranno trasferiti in altre sedi più ampie; inoltre, è intenzione della proprietà espandersi a macchia d'olio su altri territori, sia tramite l'apertura di ulteriori punti vendita del gruppo sia acquisendo punti vendita già avviati.



SIN.ED, Sinergie Distributive è una SpA i cui soci sono i proprietari di tre aziende ormai storiche nel settore della distribuzione in edilizia nelle province di Brescia, Mantova e Cremona, ovvero Cammi Group, Foresti Distribuzione Laterizi e Carem Group. La società da loro creata nel 2000, che si dedica alla



commercializzazione di materiali da costruzione, ha il suo cuore operativo a Reggio Emilia e quello strategico a Parma: comprende, infatti, due magazzini a Verona, uno a Reggio Emilia e quattro a Parma, di cui tre rilevati nel mese di giugno di quest'anno dal gruppo Tommasi, operante in Emilia Romagna. La strategia di espansione del gruppo, infatti, mira a raggiungere una copertura capillare del territorio con un certo numero di punti vendita che consenta non solo di essere presenti ovunque vi sia richiesta, ma anche di offrire una molteplicità di servizi che permettano al gruppo di porsi come punto di riferimento principale sul territorio. Ogni magazzino offre, oltre ai servizi fondamentali e imprescindibili di qualsiasi punto vendita edile, il servizio di posa in opera di pavimentazioni, coperture e dei tetti in legno prodotti da aziende collegate alla proprietà. Tutti, inoltre, sono collegati tramite un sistema informatico, una linea HDSL dedicata, che permette di ottimizzare i rapporti tra i vari punti vendita e di gestire le scorte in maniera coordinata. L'approvvigionamento dei materiali da parte di ogni magazzino avviene in modo indipendente: non esiste un magazzino centralizzato, ma ognuno acquista per sé sulla base degli accordi stipulati a livello centrale.

Nr. Rivenditori:	1
Nr. Punti vendita:	7 (di cui 2 a Vr)
Anno di costituzione:	2000
Sede centrale:	Reggio Emilia
Presidente:	Alberto Cammi
Area territoriale servita:	Parma, Reggio Emilia (Verona)
Magazzino centrale	no
Nr. Addetti:	80 totali, 18 Verona
Superficie coperta*:	in arrivo 9.000 mq
Superficie scoperta*:	in arrivo 36.000 mq
Automezzi*:	4 autotreni, 15 motrici, 4 furgoni, 18 muletti
Segmentazione clientela:	n. p.
Servizi alla clientela:	consulenza tecnica, supporto progettuale, rilievo in cantiere, posa in opera
Funzioni centralizzate:	stipulazione accordi di acquisto con i produttori, servizi informatici, attività di marketing e promozione, organizzazione corsi di formazione
Principali marche vendute:	Dow, Index, Kerakoll, Mapei, Robert Bosch, Velux Italia

\* dati relativi ai magazzini emiliani



Il consorzio Edilgroup è stato fondato nel 2000 da dieci rivendite localizzate nella provincia di Parma, dopo oltre cinque anni improntati su accordi comuni nelle politiche di acquisto. Oggi, quest'unione, costituisce uno dei punti di forza del Consorzio, unitamente alla ricerca di una sempre maggiore qualità del servizio offerto, che spazia dalla puntualità nelle consegne al supporto progettuale ed al servizio di raccolta differenziata dei rifiuti da cantiere, presto attivi. Il Consorzio è, a quest'oggi, dotato di una sede amministrativa ubicata in Parma e da qualche mese ha inaugurato un nuovo punto vendita nella frazione di San Polo di Torrile; quest'ultimo, oltre a coprire una parte del territorio provinciale non ancora servito, funge da magazzino centralizzato per lo stoccaggio ed il deposito di tutte quelle merci, per le quali l'acquisto di grandi quantitativi

Nr. Rivenditori:	10
Nr. Punti vendita:	12
Anno di costituzione:	2000
Sede centrale:	Parma
Presidente:	Daniele Marusi
Area territoriale servita:	Parma
Magazzino centrale:	si
Nr. Addetti:	75
Superficie coperta:	53.200 mq
Superficie scoperta:	86.500 mq
Sala mostre:	700
Automezzi:	30 camion, 6 autocarri, 34 muletti, 13 pale
Segmentazione clientela:	imprese 70% - privati 30%
Servizi alla clientela:	consulenza tecnica, rilievo in cantiere, posa in opera con squadre esterne
Funzioni centralizzate:	stipulazione accordi di acquisto con i produttori, attività di marketing e promozione, organizzazione corsi di formazione, fatturazione
Principali marche vendute:	Buzzi Unicem, Gruppo Danesi, Gruppo Latercom, Isea, Italiana Membrane, Landini, Mapei, Pica, R.P.R., Torggler Chimica, Tenax.



risulta essere m a g g i o r m e n t e conveniente. Nel suddetto magazzino sono, inoltre, proposti nuovi articoli per l'edilizia quali l'abbigliamento, articoli per la sicurezza e materiali ecologici. A breve termine, inoltre, dal punto di

vista informatico, sarà predisposto un sistema comune di lettura dei codici a barre attuato tramite un collegamento in rete e la creazione di un portale destinato a diventare un punto di riferimento per i clienti di tutti i magazzini. Per il prossimo futuro Edilgroup scarl prevede di allargare la propria attività anche al di fuori della Provincia di Parma, consentendo, non solo, l'ingresso a nuovi soci, ma anche aprendo nuovi punti vendita ed acquisendone alcuni già presenti sulle zone interessate.

Il gruppo GDE è nato nel 1999 dall'iniziativa di 6 magazzini edili della provincia di Bologna, uno dei quali è stato poi trasformato in centro di noleggio di macchinari e in esposizione di ceramiche, con molteplici finalità: dare una risposta adeguata alle nuove esigenze del mercato, offrire migliori servizi alla clientela, ottenere una struttura più rispondente alle esigenze dei produttori e, da ultimo ma non da meno, razionalizzare le funzioni gestionali (acquisti, vendite, amministrazione, trasporti, ecc). Punti di forza del gruppo, infatti, accanto alla qualificazione del personale e all'ubicazione strategica dei punti vendita sul territorio della provincia di Bologna, è proprio la struttura organizzativa ben delineata, che si traduce anche nell'ampiezza dei servizi offerti. Oltre agli ormai immancabili servizi di consulenza tecnica e rilievo in cantiere, infatti, il gruppo offre quelli di raccolta delle macerie, presso tutti i punti vendita, di posa in opera, sia con squadre proprie che con squadre esterne, e, novità recente, il noleggio di macchinari e attrezzature. La gamma merceologica trattata è molto ampia e si prevede di aprire un secondo show room di ceramiche, indipendente in una nuova sede a Bologna, oltre a quello da poco aperto presso il magazzino principale di Casalecchio, dove hanno sede anche gli uffici



Nr. Rivenditori:	5
Nr. Punti vendita:	5
Anno di costituzione:	1999
Sede centrale:	Casalecchio di Reno
Presidente:	Valerio Lermi
Area territoriale servita:	Bologna
Magazzino centrale:	no
Nr. Addetti:	70
Superficie coperta:	10.000 mq
Superficie scoperta:	40.000 mq
Libero servizio:	1.000 mq
Automezzi:	3 motrici, 10 autocarri, 3 furgoni, 30 muletti, 3 pale

Segmentazione clientela: imprese 80% - privati 20%  
 Servizi alla clientela: consulenza tecnica, rilievo in cantiere, raccolta macerie, posa in opera, noleggio macchinari e attrezzature  
 Funzioni centralizzate: acquisti centralizzati, fatturazione, attività di marketing e promozione, servizi informatici, organizzazione corsi di formazione  
 Principali marche vendute: Aco Elementi da Costruzione, Cabox, Colorificio San Marco, Eraclit, Isea, Isolgomma, Knauf, Mapei, Poliglass, Scrigno, Tenax, Velux Italia

amministrativi del gruppo. Tra gli investimenti recenti spicca l'acquisizione di alcuni immobili per l'apertura di nuovi punti vendita da parte del gruppo, con i quali si intende consolidare la presenza sul territorio di azione attuale. In particolare, il magazzino in zona fiera sarà trasferito, sempre nella stessa zona, ma in un complesso più ampio.

GEM riunisce 5 soci e 2 affiliati per un totale di 9 magazzini, 8 dei quali dislocati su una stessa direttrice che percorre il territorio a Sud di Parma in cui il mercato ha caratteristiche analoghe. La nascita del gruppo risale al 2000 e si deve ai 5 attuali soci che erano già stati uniti negli anni precedenti sotto il marchio ACME, gruppo di acquisto nato in seno all'Ascomed provinciale.



La volontà di restare uniti deriva dalla constatazione che uno spirito di collaborazione su uno stesso territorio porta innumerevoli vantaggi: i rivenditori sono più informati, possono



risulta essere  
maggiormente  
conveniente. Nel suddetto  
magazzino sono, inoltre,  
proposti nuovi articoli per  
l'edilizia quali  
l'abbigliamento, articoli  
per la sicurezza e  
materiali ecologici. A breve termine, inoltre, dal punto di

vista informatico, sarà predisposto un sistema comune di lettura dei codici a barre attuato tramite un collegamento in rete e la creazione di un portale destinato a diventare un punto di riferimento per i clienti di tutti i magazzini. Per il prossimo futuro Edilgroup scarl prevede di allargare la propria attività anche al di fuori della Provincia di Parma, consentendo, non solo, l'ingresso a nuovi soci, ma anche aprendo nuovi punti vendita ed acquisendone alcuni già presenti sulle zone interessate.

Il gruppo GDE è nato nel 1999 dall'iniziativa di 6 magazzini edili della provincia di Bologna, uno dei quali è stato poi trasformato in centro di noleggio di macchinari e in esposizione di ceramiche, con molteplici finalità: dare una risposta adeguata alle nuove esigenze del mercato, offrire migliori servizi alla clientela, ottenere una struttura più rispondente alle esigenze dei produttori e, da ultimo ma non da meno, razionalizzare le funzioni gestionali (acquisti, vendite, amministrazione, trasporti, ecc). Punti di forza del gruppo, infatti, accanto alla qualificazione del personale e all'ubicazione strategica dei punti vendita sul territorio della provincia di Bologna, è proprio la struttura organizzativa ben delineata, che si traduce anche nell'ampiezza dei servizi offerti. Oltre agli ormai immancabili servizi di consulenza tecnica e rilievo in cantiere, infatti, il gruppo offre quelli di raccolta delle macerie, presso tutti i punti vendita, di posa in opera, sia con squadre proprie che con squadre esterne, e, novità recente, il noleggio di macchinari e attrezzature. La gamma merceologica trattata è molto ampia e si prevede di aprire un secondo show room di ceramiche, indipendente in una nuova sede a Bologna, oltre a quello da poco aperto presso il magazzino principale di Casalecchio, dove hanno sede anche gli uffici



Nr. Rivenditori:	5
Nr. Punti vendita:	5
Anno di costituzione:	1999
Sede centrale:	Casalecchio di Reno
Presidente:	Valerio Lermi
Area territoriale servita:	Bologna
Magazzino centrale:	no
Nr. Addetti:	70
Superficie coperta:	10.000 mq
Superficie scoperta:	40.000 mq
Libero servizio:	1.000 mq
Automezzi:	3 motrici, 10 autocarri, 3 furgoni, 30 muletti, 3 pale

Segmentazione clientela: imprese 80% - privati 20%  
 Servizi alla clientela: consulenza tecnica, rilievo in cantiere, raccolta macerie, posa in opera, noleggio macchinari e attrezzature  
 Funzioni centralizzate: acquisti centralizzati, fatturazione, attività di marketing e promozione, servizi informatici, organizzazione corsi di formazione  
 Principali marche vendute: Aco Elementi da Costruzione, Cabox, Colorificio San Marco, Eraclit, Isea, Isolgomma, Knauf, Mapei, Poliglass, Scrigno, Tenax, Velux Italia

amministrativi del gruppo. Tra gli investimenti recenti spicca l'acquisizione di alcuni immobili per l'apertura di nuovi punti vendita da parte del gruppo, con i quali si intende consolidare la presenza sul territorio di azione attuale. In particolare, il magazzino in zona fiera sarà trasferito, sempre nella stessa zona, ma in un complesso più ampio.

GEM riunisce 5 soci e 2 affiliati per un totale di 9 magazzini, 8 dei quali dislocati su una stessa direttrice che percorre il territorio a Sud di Parma in cui il mercato ha caratteristiche analoghe. La nascita del gruppo risale al 2000 e si deve ai 5 attuali soci che erano già stati uniti negli anni precedenti sotto il marchio ACME, gruppo di acquisto nato in seno all'Ascomed provinciale.



La volontà di restare uniti deriva dalla constatazione che uno spirito di collaborazione su uno stesso territorio porta innumerevoli vantaggi: i rivenditori sono più informati, possono

rispondere anche a richieste di materiali che non trattano direttamente (come ceramiche, arredobagno, porte, parquet e prodotti naturali che sono trattati solo da alcuni dei soci), hanno

Nr. Rivenditori:	7
Nr. Punti vendita:	9
<hr/>	
Anno di costituzione:	2000
Sede centrale:	Felino, Pr
Presidente:	Ermanno Chiari
Area territoriale servita:	Parma
Magazzino centrale:	no
<hr/>	
Nr. Addetti:	70
Superficie coperta:	10.000 mq
Superficie scoperta:	80.000 mq
Automezzi:	9 autotreni, 15 motrici, 21 muletti,
	9 pale
<hr/>	
Segmentazione clientela:	imprese 70% - privati 30%
Servizi alla clientela:	consulenza tecnica, supporto progettuale, rilievo in cantiere
Funzioni centralizzate:	stipulazione accordi di acquisto con i produttori, acquisti, fatturazione, organizzazione corsi di formazione
Principali marche vendute:	Abbaini Roto, Basf Coatings, Cementi Rossi, Ferrari BK, Index, Laterpoint, Mapei, Orsogril, Pica, RDB, San Marco Laterizi



un maggiore peso contrattuale verso i produttori e riescono a dialogare con le altre rivendite. GEM, unico in Emilia, ha scelto di dotarsi di una comune sede amministrativa a Felino, in cui sono impiegati 3 addetti che si occupano degli acquisti centralizzati (a seconda del caso si utilizzano i magazzini dei soci per le consegne comuni) e della fatturazione, oltre che dell'organizzazione, in sedi apposite, dei corsi di formazione per sé e per la clientela. Dimensione, dislocazione strategica, esperienza, ovvero affidabilità, completezza e accuratezza dei servizi sono i punti di forza del gruppo, che già sta pensando al suo futuro in termini di supercentrale. Per l'immediato, è previsto l'ingresso nella società delle due rivendite attualmente affiliate e il consolidamento della presenza sul territorio con l'acquisizione di ulteriori punti vendita.



Mondoedile è il più giovane dei gruppi presenti in Emilia Romagna e conta attualmente 4 soci e un affiliato.

Per scelta non esiste né un magazzino centralizzato né una sede amministrativa unica: ogni magazzino, infatti, ordina i materiali indipendentemente dagli altri, avendo naturalmente concordato le condizioni di acquisto con i produttori a livello di gruppo, fatturando autonomamente.

Le attività promozionali, così come lo sviluppo dei servizi informatici prevista per il futuro, vengono invece gestite in maniera centralizzata. Tutto ciò consente una notevole snellezza operativa e un certo risparmio sui costi di gestione del gruppo.

La scelta di associarsi è maturata, dopo molti anni di conoscenza e di collaborazione reciproca tra i soci, dall'osservazione del modello distributivo nord-europeo: le frequenti visite ai rivenditori stranieri, infatti, hanno fatto nascere la convinzione che la dimensione del

Nr. Rivenditori:	5
Nr. Punti vendita:	5
<hr/>	
Anno di costituzione:	2001
Sede centrale:	Modena
Presidente:	Massimo Martinelli
Area territoriale servita:	Modena, Reggio Emilia
Magazzino centrale:	no
<hr/>	
Nr. Addetti:	80
Superficie coperta:	15.000 mq
Superficie scoperta:	40.000 mq
Automezzi:	20 autocarri, 20 muletti, 5 pale
<hr/>	
Segmentazione clientela:	imprese 70% - privati 30%
Servizi alla clientela:	consulenza tecnica, supporto progettuale, rilievo in cantiere
Funzioni centralizzate:	stipulazione accordi di acquisto con i produttori, attività di marketing e promozione, organizzazione corsi di formazione
Principali marche vendute:	Dow, Ferrari BK, Fornaci Calce Grigolin, Italcementi, Kerakoll, Mapei, Röfix, Scigno, Stabile, Velux Italia, Volteco

gruppo è quella migliore per la crescita dell'attività, nell'ottica del miglioramento della posizione contrattuale nei confronti dei rivenditori e del consolidamento del proprio ruolo nel territorio di influenza, aprendo il gruppo a nuovi soci e anche entrando a far parte di supercentrali di acquisto.

Per il futuro, Mondoedile intende ampliare la specializzazione nei prodotti di bioedilizia e nei sistemi fotovoltaici e aprirsi alla gamma di ceramiche, porte e ferramenta.

Inoltre, si sta studiando un piano di collaborazione con aziende specializzate per ampliare i servizi offerti anche al noleggio di macchinari e attrezzature.



L'idea BigMat è nata in Francia nel 1980 e si è sviluppata nel corso degli anni anche in Belgio, Italia e Spagna.

La creazione del marchio e della formula proposta è dovuta alla necessità per le rivendite di collaborare per ottenere vantaggi competitivi difficilmente raggiungibili da soli.

Il gruppo, infatti, è in grado di stipulare con i produttori accordi di acquisto privilegiati, che consentono ai rivenditori soci (ognuno dei quali acquista in modo indipendente), di godere di condizioni vantaggiose, in virtù della forza contrattuale del gruppo nel suo insieme.



In Italia il gruppo, che ha la sua sede centrale a Brugherio (Mi), è presente in 9 regioni, riunisce 47 soci per un totale di 66 magazzini.

La presenza in Emilia Romagna è consistente:

sono 5 i rivenditori BigMat, che occupano 50 dipendenti in 6 rivendite, in provincia di Ferrara, Parma e Rimini.

Gli investimenti più recenti hanno riguardato la formazione del personale delle rivendite e la comunicazione, per dare maggiore notorietà al marchio, in funzione del consolidamento dell'immagine del gruppo sul mercato italiano e del superamento di una certa generale diffidenza che le rivendite indipendenti a volte dimostrano verso il gruppo come "concetto". E' importante sottolineare, a questo proposito, che l'ingresso delle rivendite nel gruppo BigMat non comporta la perdita della propria autonomia



Nr. Rivenditori: 47 Italia, 5 Emilia Romagna  
Nr. Punti vendita: 66 Italia, 6 Emilia Romagna

Anno di costituzione: 1995  
Sede centrale: Milano  
Presidente: Valerio Giudice  
Area territoriale servita: Italia Centro Nord. Con riferimento

all'Emilia Romagna: province di

Fe,Pr,Rn  
Magazzino centrale. no

---

Nr. Addetti\*: 50  
Superficie coperta\*: 18.000 mq  
Superficie scoperta\*: 30.000 mq  
Esposizione\*: 2.000 mq  
Automezzi\*: 15 autotreni, 20 muletti

Segmentazione clientela: imprese 70% - privati 30%  
Servizi alla clientela: consulenza tecnica, supporto progettuale, rilievo in cantiere, raccolta macerie, posa in opera con squadre proprie  
Funzioni centralizzate: acquisti centralizzati (in alcuni casi), stipulazione accordi di acquisto con i produttori, fatturazione (in alcuni casi), attività di marketing e promozione, servizi informatici, organizzazione corsi di formazione  
Principali marche vendute: ACO Elementi da Costruzione, First Corporation, Fischer Italia, Grascalce, Laterlite, Mapei, Robert Bosch, Sika Italia, Torggler Chimica, Velux Italia

\* dati relativi ai magazzini emiliani

decisionale e gestionale all'interno della rispettiva rivendita.

Sul lato dei servizi, a livello centrale non si cessa mai di ricercarne di nuovi che siano utili ai rivenditori soci e alla loro clientela; sono centralizzate, infine, anche le funzioni di consulenza legale e fiscale e la ricerca del personale.