

# Dati, analisi, confronti

**I** rivenditori considerati in questo Dossier sono rappresentativi di due modelli imprenditoriali: ne abbiamo incontrati alcuni, infatti, che hanno scelto la strada dell'aggregazione, e altri che invece hanno optato per l'indipendenza, a loro volta sia di dimensioni medio-piccole sia, all'opposto, multicellulari ed estremamente strutturati.

La loro grandezza media risulta essere pari a 12.850 metri quadrati totali, di cui 8.420 coperti e 4.430 scoperti. Raffrontando come di consueto questi dati con quelli di analisi condotte in precedenza su altre regioni d'Italia emerge che quelle friu-

Dimensione media delle rivendite:

**12.850 mq totali**  
**8.420 mq scoperti**  
**4.430 mq coperti**

Numero medio di addetti per p. v.:

**24,2**

Rapporto addetti/superficie:

**1/531 mq**

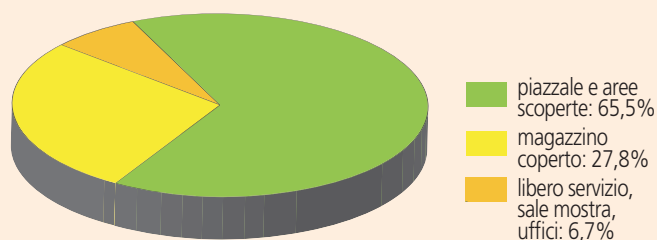
lane sono rivendite di dimensioni medio-grandi, al pari di quelle lombarde, emiliane, laziali o marchigiane. In particolare risultano sovradimensionate rispetto alle altre per quanto riguarda l'area destinata a

piazzale e magazzino scoperto, per quanto la superficie media coperta sia comunque considerevole.

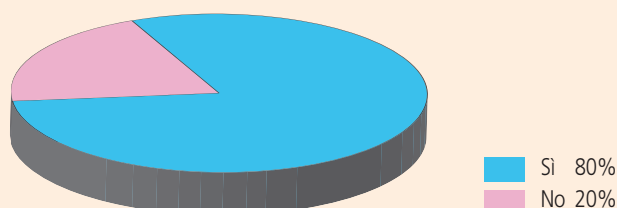
Quanto agli addetti, sono in media impiegate in ciascun punto vendita ben 24,2 persone, per un rapporto medio addetto/superficie pari a 1/531 metri quadrati, praticamente un record. I magazzini sono dunque fortemente presidiati dal personale di vendita e assistenza, cosa che si rende alquanto evidente se paragoniamo questi dati a quelli evidenziati per altre aree territoriali: in Lombardia Occidentale, per esempio, la rivendita media è un po' più piccola e impegna 5 addetti in meno, uno



L'organizzazione degli spazi



Rivendite che offrono il servizio di posa in opera



# Friuli Venezia Giulia

## Dossier

### Prodotti trattati

	Impiantistica termica elettrica	Macchine e attrezzature	Materiali tradizionali	Materiali innovativi	Idraulica	Ferramenta	Pitture e vernici	Pavimenti e rivestimenti in legno	Pavimenti e rivestimenti in ceramica	Finestre da tetto	Arredobagno	Sanitari	Rubinerie	Corpi scaldanti	Cartongesso	Porte interne	Arredo giardino e barbecue	Caminetti e stufe	Arredo urbano
Fontanin - Go	●	✓	✓	◆	✓	◆	✓	-	✓	✓	✓	✓	✓	-	✓	-	-	-	-
Edil Nord - Pn	✓	✓	-	-	✓	-	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Fadalti - Pn	●	●	◆	●	✓	◆	●	●	●	●	●	●	●	●	●	◆	-	●	✓
Raminelli - Pn	●	●	-	✓	●	✓	-	-	✓	-	◆	✓	✓	✓	✓	-	-	-	✓
Edilmartignacco - Ud	✓	●	✓	-	●	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	-	✓	-	✓	✓	✓
Edilpali - Ud	●	●	●	✓	●	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Gruppo Edilfriuli - Ud	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	-	-	●	●
Zanutta - Ud	●	●	✓	✓	●	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Zuliani - Idealdomus - Ud	✓	✓	-	✓	●	✓	●	●	●	●	●	●	●	●	✓	●	✓	●	✓
Edilcem - Ts	✓	✓	-	-	✓	-	-	-	-	-	-	-	-	-	✓	-	-	-	✓
Nuova Edilcomerc - Ts	✓	✓	✓	-	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	-	-	-	-	-
Tecnoedile - Ts	-	●	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

● specializzazione merceologica; ✓ materiali trattati; ◆ materiali trattati marginalmente

ogni 850 metri quadrati circa, e discorso analogo si può fare anche per il Lazio e l'Emilia Romagna.

Particolarmente elevata, poi, la quota di rivenditori che presidiano il territorio anche con agenti o personale tecnico commerciale esterno, il 50%, cosa che conferma come un tratto tipico delle rivendite friulane sia quello di seguire la clientela costantemente, anche al di fuori del magazzino e anche nelle fasi successive all'acquisto dei prodotti.

### L'evoluzione delle merceologie trattate

Nel caso del Friuli Venezia Giulia i rivenditori edili nel corso degli anni hanno quasi sempre affiancato ai materiali pesanti o una gamma di prodotti di finitura - pavimenti, ri-

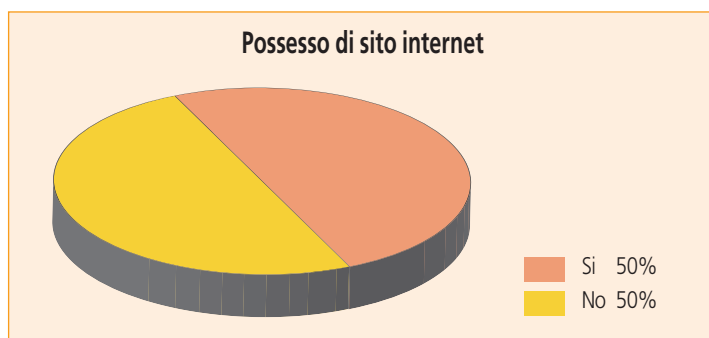
vestimenti, sanitari, caminetti... - o un'offerta di prodotti di ferramenta edile e di macchine e attrezzature professionali.

La tendenza della distribuzione moderna, infatti, porta proprio a intraprendere una di queste strade, con l'aggiunta, per quanto ri-

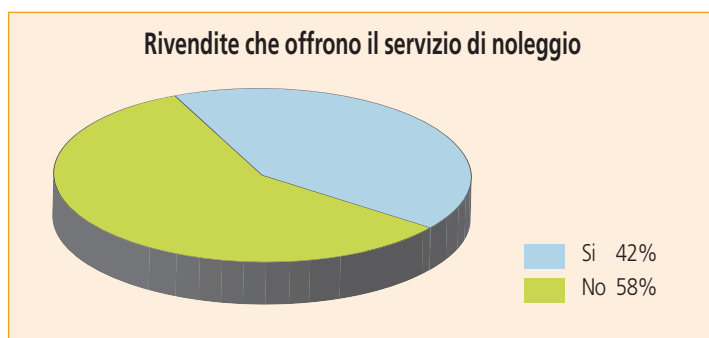
guarda il Friuli, che qui molti punti vendita che attualmente trattano l'edilizia hanno introdotto da alcuni anni anche le merceologie legate alla termoidraulica, annoverando quindi nella propria clientela anche un'alta quota di idraulici e impiantisti.

Rimanendo nell'ambito dei prodotti per l'edilizia la tendenza rilevata per il futuro è quella di orientarsi in modo più specializzato verso le famiglie di prodotti ad alto contenuto tecnico oppure innovativi, vale a dire verso i prodotti per l'isolamento termico e acustico, i macchinari, le coperture in legno e la bioedilizia. Ma sono numerosi anche i casi di rivenditori che mirano a conquistare la clientela privata e che per questo hanno allestito sale mostra anche

Possesso di sito internet



Rivendite che offrono il servizio di noleggio



## Servizi alla clientela

	Consulenza tecnica	Supporto progettuale	Rilievo in cantiere	Noleggio macchinari e attrezzature	Posa in opera	Raccolta macerie
Fontanin - Go	●	●	●	-	●	-
Edil Nord - Pn	●	-	●	-	●	-
Fadalti - Pn	●	●	●	●	●	-
Raminelli - Pn	●	●	●	-	-	-
Edilmartignacco - Ud	●	●	-	-	-	-
Edilpali - Ud	●	-	●	●	●	-
Gruppo Edilfriuli - Ud	●	●	●	-	●	-
Zanutta - Ud	●	-	●	●	●	-
Zuliani - Idealdomus - Ud	●	-	●	-	●	-
Edilcem - Ts	●	-	●	●	-	●
Nuova Edilcomerc - Ts	●	-	●	●	●	-
Tecnoedile - Ts	●	-	-	●	-	-

particolarmente grandi e ricche, in cui l'esposizione è supportata da uno staff di assistenti alla vendita preparati e professionali.

C'è da dire che spesso questa diversificazione merceologica si attua in sedi differenti rispetto a quelle del magazzino edile, per rendere ancora più evidente, propri attraverso l'allestimento di location ad hoc, questa attenzione ai privati.

servizi, a trecentosessanta gradi, è altissima: oltre il 40% dei rivenditori ha attivato, infatti, il servizio di noleggio e addirittura l'80% è attrezzato per la posa in opera, soprattutto con squadre specializzate esterne, di caminetti o rivestimenti o ancora tetti in legno o solai.

Questo orientamento conferma quanto già detto in precedenza sull'elevato grado di imprenditorialità

dei rivenditori di questa regione, che non si risparmiano nel cercare di far perdurare nel tempo il rapporto con la propria clientela, investendo non solo nello stock di materiali a magazzino, per soddisfare le richieste in tempi brevi, ma anche in quelle attività e servizi che vanno oltre la vendita. Un tale orientamento al servizio conferma quindi come l'obiettivo della fidelizzazione della clientela sia considerato primario.

## Le opportunità offerte da Internet

I rivenditori friulani non sono in genere dotati di siti internet della propria attività particolarmente interattivi. Coloro che lo hanno strutturato lo utilizzano prevalentemente per fornire al navigatore qualche informazione sulla storia dell'attività e sulle tipologie di prodotti offerte in vendita, raramente scendendo nel dettaglio dei marchi trattati, ancora più raramente offrendo tramite link i collegamenti ai siti dei produttori.

La funzionalità di e-commerce

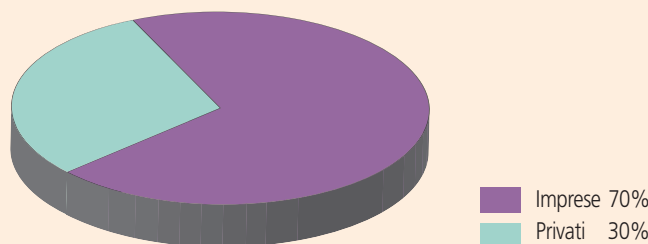
non è quasi mai contemplata dai siti visitati, poiché, ci dicono i rivenditori, la clientela non ha dimestichezza con l'informatica e preferisce avere un rapporto diretto con il venditore.

Sono invece più elaborati e in qualche caso anche molto ricchi i siti dei rivenditori che non trattano esclusivamente l'edilizia, ma anche gli articoli di termoidraulica e le finiture, che spesso mettono on-line anche dettagliate schede tecniche dei prodotti. ■

## L'orientamento al servizio

I servizi, siano essi basici, di consulenza e affiancamento all'acquisto, o ben più complessi, quali il noleggio di macchinari e attrezzature con relativa assistenza o la posa in opera specializzata, trovano nei rivenditori friulani dei validissimi sostenitori. Dalle interviste svolte emerge infatti che l'attenzione verso l'offerta di un valore aggiunto alla vendita intesa come offerta di

Segmentazione della clientela



Rivendite dotate di propri agenti di vendita o promotori

