

Rivendite qualificate e attente ai servizi, molto esigenti con i Produttori, ma capaci però di instaurare con loro importanti rapporti di partnership. È questo il quadro che emerge nell'indagine condotta con l'industria, sulla distribuzione in Trentino Alto Adige.

Il punto di vista dei Produttori

Per conoscere meglio le caratteristiche dei rivenditori attivi in Trentino Alto Adige abbiamo interpellato questa volta alcuni produttori locali che distribuiscono i propri prodotti anche ben oltre i confini regionali: Betonform, Lafarge Roofing, Röfix e Rothoblaas. Dalla loro esperienza di osservazione diretta e quotidiana del fenomeno

distributivo nelle province di Trento e Bolzano emerge un ritratto davvero lusinghiero dei rivenditori. In questa, che è una delle regioni in cui più alta è la concentrazione di coloro che hanno scelto di aderire a forme aggregative, non sorgono soltanto aziende estremamente strutturate, ma anche piccoli operatori, rivenditori locali con

magazzini di piccole dimensioni e bacini di utenza ristretti, che tuttavia sono in grado di sostenere adeguatamente il tenore della domanda. Accanto ad essi, come detto, i grandi distributori i Gruppi e i Consorzi di rivendite, con i quali l'industria intrattiene rapporti strettissimi improntati allo sviluppo di sinergie di crescita comuni.

Le interviste

Christian Gartner
Betonform - Gais (Bz)



Betonform distribuisce tramite il canale della rivendita edile prefabbricati in calcestruzzo per l'arredo urbano ed elementi per l'arredo dei giardini quali piastre, gradini, cordonate, fioriere o muri di sostegno, nella misura del 25% del fatturato totale dell'azienda. Il mercato principale in cui opera Betonform si colloca, oltre che in Trentino Alto Adige, in Emilia Romagna e sono complessivamente 25 i clienti attivi tra i rivenditori edili. Metà dei quali nella regione di nostro interesse.

➔ **Rivendita:** Secondo lei come si è evoluta la distribuzione in Trentino Alto Adige in quest'ultimo periodo?

Gartner: L'immagine del rivenditore è cambiata molto negli ultimi anni. Ciò che abbiamo notato è una trasformazione da semplice punto vendita e luogo di approvvigionamento di materiali a fornitore di servizi. Le rivendite migliori, quelle alle quali preferiscono appoggiarci per la distribuzione dei nostri prodotti, sono in fatti oggi in grado di seguire con professionalità il cliente dal primo contatto fino al termine dell'intervento.

Si può dire che oggi i rivenditori si sono strutturati per offrire un servizio "all inclusive", con personale ben addestrato in grado di presentare il nostro materiale nel modo migliore, in strutture epositive ad hoc.



➔ **Rivendita:** Quali sono le specificità di carattere locale che influenzano la domanda?

Gartner: L'offerta di prodotti simili sul mercato è ormai talmente vasta che spesso ad aggiudicarsi le forniture è il Rivenditore capace di fornire rapidamente il materiale. Ai rivenditori, infatti, viene chiesto in primo luogo il rispetto dei tempi di consegna prestabiliti e possibilmente il just in time. Chi ha il materiale pronto per la consegna è avvantaggiato. Ciò crea talvolta a noi produttori seri problemi. Nel nostro caso, per esempio, per evadere velocemente le richieste occorre

organizzare minuziosamente e in tempi molto brevi i nostri cicli produttivi, per garantire comunque un risultato di buona qualità ed evitare l'innalzamento dei costi di produzione..

➔ **Rivendita:** Qual è secondo voi oggi il servizio più importante che la moderna rivendita edile deve offrire alla sua clientela?



Gartner: Ormai non si può più parlare di un solo servizio importante perché la clientela si aspetta di essere servita dalla rivendita su più fronti e in ogni caso in modo efficiente. È fondamentale offrire un'informazione seria e completa, soddisfare le richieste in tempi celeri e offrire un servizio di assistenza in cantiere professionale. Questi i plus dei nostri rivenditori.

➔ **Rivendita:** Dal canto suo Betonform come supporta i suoi distributori per consentire loro di offrire ai propri clienti il massimo dell'assistenza?

Gartner: La nostra azienda non trascurava nulla e soprattutto siamo strutturati per affiancare la nostra clientela con personale qualificato in grado di offrire consulenza anche in cantiere.

e meno concentrata sulle battaglie sul prezzo. Si sente sempre più che il rivenditore di Trento e Bolzano comprende i problemi, le esigenze e gli obiettivi del suo fornitore. Il tutto in un mercato dove l'utilizzatore è disposto a pagare un valore aggiunto sul prodotto solo se accompagnato del giusto supporto tecnico e commerciale. E questo viene garantito interamente se nasce da un forte sodalizio tra rivendita e produttore.

➔ **Rivendita:** A livello di tecniche e prodotti quali sono le specificità di carattere locale che influenzano la domanda?

Hüber: Il clima, la cultura e il carattere forte della gente del Trentino Alto Adige non possono che privilegiare prodotti e servizi a elevata prestazione. Noi crediamo di sposare appieno queste caratteristiche: lì siamo nati e lì abbiamo testato la validità dei nostri prodotti. Crediamo a nostra volta di essere parte di quella cultura e in virtù di questo crediamo di poter soddisfare, insieme ai nostri rivenditori, la domanda locale nel migliore dei modi.

Emilio Hüber

Direttore Vendite Nord Italia Lafarge Roofing - Borgonovo di Cortefranca (Bs)



Lafarge Roofing, divisione della multinazionale francese Lafarge, opera da oltre 40 anni in Italia. Con i marchi Wierer, Cementegola e Cotto Coperture offre al mercato italiano delle coperture una vasta gamma di prodotti per il tetto: tegole in cemento e cotto, coppi, isolanti sagomati, membrane e accessori per l'aerazione. L'azienda è operativa in tutte le regioni italiane con 12 stabilimenti e 6 depositi. Il fatturato viene sviluppato per oltre il 90% attraverso circa 3.500 rivenditori edili attivi, di cui 60 in Trentino Alto Adige.

➔ **Rivendita:** In base alla vostra esperienza qual è il tipo di rivendita più efficace per Lafarge Roofing?

Hüber: Crediamo molto nella partnership con il rivenditore, dal quale ci aspettiamo supporto nella distribuzione e nella divulgazione dell'immagine dei nostri prodotti. Con i gruppi e i consorzi, che hanno un peso non indifferente sul nostro business, intrattiamo da tempo rapporti costruttivi orientati alla reciproca ricerca di sinergie commerciali. Sono certamente loro i più orientati alla collaborazione con i produttori.

➔ **Rivendita:** Come si è evoluto il profilo della richiesta in Trentino Alto Adige e in che modo questa evoluzione secondo voi ha influito sui compiti e le modalità di lavoro del rivenditore?

Hüber: Negli ultimi anni abbiamo assistito a un'accelerazione dell'evoluzione della rivendita in Trentino Alto Adige: più attenta al mercato, più pronta a cavalcare le opportunità che il mercato stesso offre, molto più organizzata sul fronte dell'attività di promozione e vendita e sul fronte dei rapporti con i fornitori, molto più orientata alla definizione di strategie



➔ **Rivendita:** La competitività del rivenditore si misura anche sui tempi di consegna. Quale strategia adottate per rifornire il punto vendita in modo efficiente e tempestivo?

Hüber: Recentemente abbiamo lavorato all'interno dell'azienda su un progetto che prevede un miglioramento dell'organizzazione logistica (ricezione degli ordini e spedizioni) e dell'efficienza del personale addetto al servizio di carico nei nostri piazzali. Il tutto nell'ambito di ciò che ci pare essere l'esigenza prioritaria dei nostri rivenditori: disponibilità del prodotto, velocità di carico e consegna, precisione nella fatturazione.

➔ **Rivendita:** Oltre al supporto logistico, in quali altri modi supportate e sostenete i vostri rivenditori?

Hüber: Oltre agli strumenti tradizionali di marketing, abbiamo allestito dei

Trentino Alto Adige

Dossier

corsi di formazione dedicati ai nostri rivenditori (Training Lafarge Roofing), che sviluppano competenze sia commerciali sia tecniche. In aggiunta stiamo lavorando sulla nostra rete commerciale affinché sviluppi sempre più la consapevolezza dell'importanza del ruolo di supporto tecnico/commerciale all'attività di vendita dei distributori. Non a caso i nostri agenti sono inquadrati con il titolo di Consulente Commerciale. Infatti, non sempre in edilizia l'innovazione corre di pari passo con la formazione degli utilizzatori. E questo è

critico. Spesso gli utilizzatori si trovano a capitolare nuovi prodotti o nuove tecnologie che hanno una valenza solo se usate correttamente. Ancora una volta è in questa direzione che produttore e rivenditore devono lavorare, insieme. In Trentino Alto Adige in particolare, dove, come detto, la qualità è particolarmente sentita, si punta a costruire con tecniche d'avanguardia. A maggior ragione è necessaria la presenza di una distribuzione professionalmente adeguata, e quella che opera in Trentino Alto Adige lo è certamente.

Wolfgang Brenner
Direttore Generale RÖFIX Italia - Parcines (Bz)



Fondata nel lontano 1888 da Josef Wehinger e suo fratello come fornace di calce e mattoni a Röthis, in Austria, RÖFIX è presente in Italia dal 1982 con lo stabilimento di Parcines in provincia di Bolzano, al quale si sono aggiunte le unità produttive di Prevalle (Bs), Comabbio (Va) e Fontanafredda (Pn). I prodotti distribuiti tramite le rivendite edili, oltre 200 in tutta Italia e più numerose nelle regioni settentrionali, comprendono prodotti comuni come malte per muratura e intonaci di fondo, ma anche rivestimenti murali, prodotti di restauro/risanamento/bio-edilizia, calcestruzzi, massetti e sottofondi e sistemi di isolamento termico. Attualmente circa il 30% del fatturato Italia dell'azienda deriva dal canale rivendita edile e sul mercato domestico il Trentino Alto Adige ha un ruolo di rilievo: sono circa 50 le rivendite servite in questa regione, alle quali si deve il 60% dell'intero fatturato originato da questo specifico canale.



➔ **Rivendita:** C'è un tipo di rivendita che preferite per la distribuzione dei vostri prodotti?

Brenner: Puntiamo principalmente alla rivendita edile generalista, senza distinzioni particolari. Negli ultimi anni ci orientiamo anche verso le rivendite specializzate soprattutto per quanto concerne i prodotti di restauro/risanamento e i sistemi di isolamento termico. Tuttavia nel corso degli anni sta aumentando il fatturato dei rivenditori di materiali edili che fanno capo a gruppi e consorzi di rivenditori.

➔ **Rivendita:** Secondo Voi come si è evoluta la distribuzione in Trentino Alto Adige in questi ultimi anni?

Brenner: La distribuzione negli ultimi anni si è evoluta fortemente in termini di offerta merceologica, spazi del magazzino e offerta di servizi alla clientela, avendo come primo obiettivo la fidelizzazione del cliente.

➔ **Rivendita:** A livello di tecniche e prodotti quali sono le specificità di carattere locale che influenzano la domanda?

Brenner: Per il prossimo futuro in Trentino Alto Adige i rivenditori si attendo-

no un incremento delle vendite dei sistemi di isolamento termico e dei prodotti di risanamento e ristrutturazione. La provincia autonoma di Bolzano, con il progetto "CasaClima", ha posto in vigore l'obbligatorietà del certificato



energetico ai fini dell'abitabilità degli edifici di nuova costruzione, che può essere ottenuto mediante un'adeguata coibentazione dell'edificio.

Ciò significa che il mercato dei sistemi di isolamento a cappotto crescerà parecchio nei prossimi anni. RÖFIX, dal canto suo, già da anni è affermata nel settore dei sistemi compositi di isolamento termico per esterno e offre una vasta gamma di sistemi certificati secondo la guida ETAG 004.

➔ **Rivendita:** Come si compone la vostra offerta di servizi di supporto al rivenditore?

Brenner: Grazie alla vicinanza territoriale dell'azienda con la rete distributiva locale siamo riusciti a introdurre un sistema di distribuzione molto efficiente, utilizzando dei vettori che garantiscono la consegna entro 24 ore. Abbiamo poi predisposto un ampio supporto cartaceo che diamo in dotazione ai nostri rivenditori (catalogo generale, listino prezzi, depliant, pieghevoli, ecc.) e siamo strutturati per offrire alla nostra clientela, tramite venditori e promotori, un'assistenza molto dettagliata, che comprende consulenza tecnica, dimostrazioni pratiche, sopralluoghi in cantiere, calcoli termo-igrometrici e quant'altro si renda necessario. Realizziamo inoltre convegni e corsi di formazione, forniamo espositori e campionature di prodotti. Per finire, RÖFIX ha realizzato un sito internet completamente rinnovato che si presenta ben strutturato e di semplice e intuitiva navigazione.

Andreas Kofler
Responsabile commerciale Rothoblaas - Cortaccia (Bz)



Da 15 anni sul mercato italiano, Rothoblaas distribuisce tramite le rivendite edili elettrodomestici e macchine professionali per la carpenteria in legno e la falegnameria, oltre a viteria e minuteria specifiche per la carpenteria in legno e l'edilizia. 200 le rivendite edili clienti in modo attivo in tutta Italia, che sviluppano un fatturato complessivo di circa 1 milione di euro.

➔ **Rivendita:** C'è un tipo di rivendita che preferite per la distribuzione dei vostri prodotti?

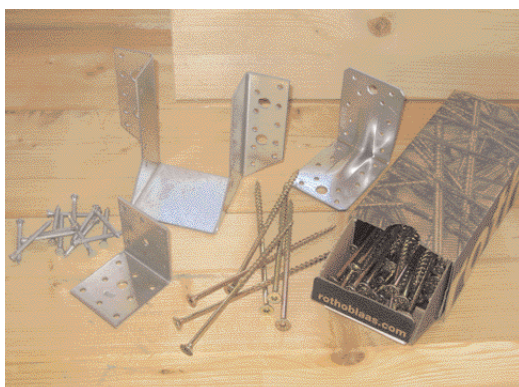
Kofler: Sicuramente la rivendita specializzata che dispone di spazi espositivi in grado di presentare al meglio la nostra vasta gamma prodotti (dalle macchine alla ferramenta) è la rivendita ideale per la nostra distribuzione. Questa tipologia di rivendita consente una visibilità completa dei prodotti disponibili e la specializzazione della stessa la rende adatta alle richieste di un mercato sempre più esigente. La nostra azienda vanta un buon rapporto anche con i gruppi d'acquisto e con i consorzi, che negli ultimi anni hanno acquisito un'importanza sempre maggiore e stanno crescendo sempre di più. La loro organizzazione interna è studiata attentamente e, grazie a una ricca attività di formazione, sono in grado di fornire un supporto tecnico e informativo adeguato anche sui prodotti più innovativi.

➔ **Rivendita:** Secondo Voi l'evoluzione del profilo della richiesta in Trentino Alto Adige ha influito sui compiti e le modalità di lavoro del rivenditore?

Kofler: Negli ultimi anni, qui come nel resto d'Italia, numerosi piccoli e medi rivenditori edili sono entrati a far parte di aggregazioni e hanno sposato la filosofia dei gruppi d'acquisto. I gruppi, disponendo di capitali e strutture adeguate, permettono anche alle piccole realtà di restare al passo con i tempi per rilanciare la propria rivendita al meglio. La richiesta dei clienti finali negli ultimi anni è sempre più mirata e specifica verso particolari tipologie di prodotto. Il cliente di oggi è preparato e possiede una conoscenza tale da obbligare il rivenditore a disporre di varie tipologie di prodotto che gli consentano una fornitura professionale completa dalla ferramenta ai macchinari per tutti i settori edili, dalla muratura al legno, quest'ultimo in forte espansione.

➔ **Rivendita:** A livello di tecniche e prodotti quali sono le specificità di carattere locale che influenzano la domanda?

Kofler: La storica tradizione che vede il legno elemento primario nelle costruzioni, soprattutto nel territorio in questione, ha portato negli anni a una forte specializzazione e crescita del settore anche nel campo delle rivendite edili. Con l'affermarsi delle tipologie di costruzione sostenibili ed eco-compatibili come ad esempio l'evoluzione del concetto di "CasaClima", anche l'ambiente delle rivendite edili ha subito un forte cambiamento. Per far fronte alla domanda sempre più specifica le rivendite hanno inserito nella gamma prodotti una serie di articoli dedicati a questo campo ap-



plicativo e hanno ottimizzato l'organizzazione interna in termini di formazione, gamma prodotti e preparazione tecnica.

➔ **Rivendita:** Dal canto vostro, quali supporti offrite al rivenditore?

Kofler: Dal punto di vista logistico, la nostra azienda si avvale della collaborazione di un vettore locale che garantisce la consegna entro le 24 ore garantendo così un servizio veloce ed efficace ai clienti. Fondamentali poi i nostri agenti, che fungono da intermediari tra l'azienda e il cliente. I nostri rappresentanti dispongono di tutti gli strumenti necessari per l'informazione e l'aggiornamento continuo dei rivenditori: durante le visite periodiche ai punti vendita rispondono alle esigenze dei rivenditori fornendo materiale cartaceo, consulenza tecnica e materiale da esposizione.

➔ **Rivendita:** Qual è secondo Voi oggi il servizio più importante che la moderna rivendita edile deve offrire alla sua clientela?

Kofler: Offrire una gamma completa di prodotti e un buon rapporto qualità-prezzo sono senz'altro due prerogative importanti per la rivendita moderna. Un personale tecnicamente preparato e specializzato e un'offerta completa di prodotti per i vari settori edili (legno, muratura...) sono vantaggi importanti che classificano le rivendite migliori. Anche nella nostra regione le rivendite edili hanno iniziato un percorso di modernizzazione e di crescita, e devo dire che la riunione sotto le insegne dei gruppi e dei consorzi ha contribuito non poco a migliorare il livello del servizio a un mercato sempre più sviluppato.

Tra produzione e distribuzione

Da rivendita di materiali a consulente per sistemi costruttivi. È così che definisce la sua evoluzione una importante realtà distributiva e produttiva del Trentino Alto Adige, la Progress, che qui opera sin dal 1962. Con quasi 200 collaboratori per 55 milioni di euro di giro d'affari nel 2005, l'azienda è strutturata in due divisioni strategiche: da una parte la "SystemBau" Progress, che produce e commercializza prefabbricati, dall'altra la "TopHaus" Progress, ovvero la divisione rivendita di materiali edili. Entrambe accomunate dalla medesima attenzione all'innovazione delle soluzioni proposte e al servizio ai clienti.

Bernard Hipold
Amministratore Delegato Progress S.p.a.



➔ **Rivendita:** Dottor Hipold, ci può illustrare prima di tutto come si colloca Progress sul mercato del Trentino Alto Adige?

Hipold: In questa regione contiamo cinque sedi e più precisamente quattro in Alto Adige, a Bressanone, Bolzano, Merano e Brunico, e una in Trentino, a Lavis, oltre a un'agenzia a Innsbruck. Siamo associati a Eurobaustoff, il più grande gruppo d'acquisto di materiali edili europeo, e dal 2006 anche a DEUS. L'appartenenza a queste strutture ci consente di godere di numerosi vantaggi: prezzi d'acquisto convenienti e un'offerta completa, elevati livelli di servizio e la possibilità di interscambiare esperienze e di intraprendere fruttuose iniziative comuni. Siamo molto attenti alla qualità, sia dei prodotti sia dei servizi, e per questo l'azienda è iscritta alla UNISOA e certificata ISO 9001, mentre la nostra produzione rispetta le norme previste dalla certificazione CE. Progress è poi sempre vicina al cliente e alle richieste di mercato anche con un servizio di consulenza specifica.

➔ **Rivendita:** A proposito di consulenza, la nuova legge sul risparmio energetico vi darà parecchio da fare...

Hipold: Le nuove leggi entrate in vigore negli ultimi tempi e altre di prossima attuazione comportano grandi sfide per i produttori e i costruttori, ma anche per i distributori. La legge sul risparmio energetico, che si richiama anche alla Legge Provinciale detta "CasaClima", e anche le prescrizioni sull'isolamento acustico richiedono a tutti gli operatori della filiera di rispondere a nuove esigenze. Progress non ha mai voluto lasciare soli i propri clienti, costruttori e artigiani edili, e tanto meno intende farlo in questo panorama di mutate condizioni legali. Per questo stiamo rafforzando il nostro ruolo sul mercato, ponendoci non tanto come venditori di materiali, quanto come consulenti per sistemi costruttivi. In quest'ottica investiamo molto nella qualificazione delle risorse umane: i nostri collaboratori partecipano costantemente a corsi di aggiornamento sui più diversi aspetti dell'edilizia, presso o produttori o strutture dedicate; sono già 11 quelli che hanno ottenuto il diploma di "Esperto CasaClima" e due i diplomati come "Consulente Energetico".

➔ **Rivendita:** Veniamo alla distribuzione in Trentino Alto Adige. Ci risulta essere piuttosto particolare: pochi operatori importanti e molto competitivi e molte piccole rivendite situate nelle aree meno strategiche. Ci conferma questa visione? Quali sono secondo lei le ragioni di ciò?

Hipold: Confermo pienamente questa visione. La ragione sta di sicuro nella conformazione geografica, e quindi urbanistica, della nostra regione: pochi centri urbani maggiori e una moltitudine di piccoli agglomerati anche molto distanti dai primi. Questi centri urbani minori hanno un bacino di utenza naturalmente più ristretto e sono quindi seguiti da rivenditori di piccole dimensioni.

Invece, in corrispondenza delle città più grandi sorgono strutture distributive di dimensioni notevoli, anche rispetto all'intero panorama nazionale.

➔ **Rivendita:** Il Trentino Alto Adige è storicamente sede di diverse realtà aggregative e rivenditori multipoint. Questo tipo di struttura distributiva secondo lei ha in qualche modo condizionato la presenza sulla scena di altri attori?

Hipold: La presenza di grandi operatori è uno dei principali fattori che hanno governato la scena distributiva: si è instaurato un clima di forte concorrenza, che negli scorsi anni ha fatto calare notevolmente i prezzi di vendita e di conseguenza anche i margini di guadagno. Le grandi strutture distributive possono sopportare questa situazione e sono poi in grado di offrire molti servizi apprezzati dal mercato, perciò ritengo difficile che altre realtà si intromettano nel nostro mercato.

➔ **Rivendita:** Questa struttura distributiva ha influenzato anche i rapporti con l'industria?

Hipold: Sicuramente l'industria tratta in modo molto favorevole queste grandi realtà, che sono in grado di garantire una presenza capillare sul territorio. Di conseguenza in Trentino Alto Adige il fenomeno della vendita diretta dal produttore all'impresa edile è meno diffuso rispetto alle altre regioni.

➔ **Rivendita:** Il Trentino e soprattutto l'Alto Adige sono indicate come aree in cui l'attenzione ai criteri bio-edili del costruire è più elevata. Crede che sia possibile quantificare la quota percentuale di nuove costruzioni "bio" sul totale di quelle edificate?

Hipold: Questa affermazione di sicuro è in parte giusta, perché la bio-edilizia viene anche fortemente spinta dal concetto di "CasaClima". Tuttavia è fondamentale definire il significato di bio-edilizia. In altre regioni spesso si definiscono "bio" alcuni prodotti che per noi sono standard, come certi laterizi o isolanti termici e acustici. I prodotti veramente "bio" costituiscono solo una nicchia di produzione, marginale per il rivenditore di materiali edili. Una stima generale è difficile da fare, ma direi che nel campo dell'edilizia residenziale le nuove costruzioni bio-edili non superano il 7-8% di quelle complessivamente edificate.

