

La distribuzione



Materiali per murature e per solai, foratame, elementi per coperture e faccia a vista... Quella dei laterizi è una famiglia merceologica molto ampia che la rivendita edile propone in vendita nell'interezza di gamma e che determina una quota elevata del suo giro d'affari. Altrettanto ricco il network di produttori da cui i rivenditori si approvvigionano e con cui hanno stabilito rapporti giudicati complessivamente soddisfacenti.

di Laura Maffei

Dopo aver presentato le opinioni dei produttori di laterizi, in questo terzo Dossier che La Rivendita dedica a una lettura merceologica della distribuzione è ora il momento di ascoltare la voce dei rivenditori, per capire in che modo affrontano la vendita di questa importante e ampia famiglia di prodotti. 16 i rivenditori edili di tutta Italia interpellati, che ci hanno raccontato come giudicano il rapporto con l'industria e in che modo si sono strutturati per la vendita dei laterizi, voce merceologica tra le più importanti in termini di fatturato.

raramente vi è un solo brand best-seller, ma, al contrario, ve ne è quasi sempre almeno uno per segmento. Forte la presenza, all'interno delle liste dei fornitori, dei grandi network industriali nell'ambito del laterizio.

◆ Dai laterizi il 25% del giro d'affari

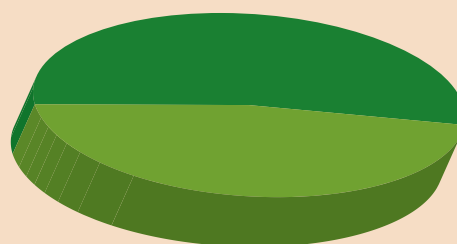
Considerando complessivamente le varie tipologie di laterizi che i rivenditori edili offrono alla loro clientela, è subito evidente che essi originano una importante quota del giro d'affari dei rivenditori intervistati, pari al 25%, una quota tre volte superiore a quella relativa al cemento e quasi doppia rispetto a quella dei prodotti per l'impermeabilizzazione.

I laterizi sono infatti prodotti presenti in tutti i magazzini e, nonostante il loro costo contenuto, il volume commercializzato è tale da giustificare una incidenza così elevata sul fatturato complessivo della rivendita, nonostante la grande impresa di costruzioni, generalmente, si approvvigioni direttamente alla fonte.

◆ I produttori

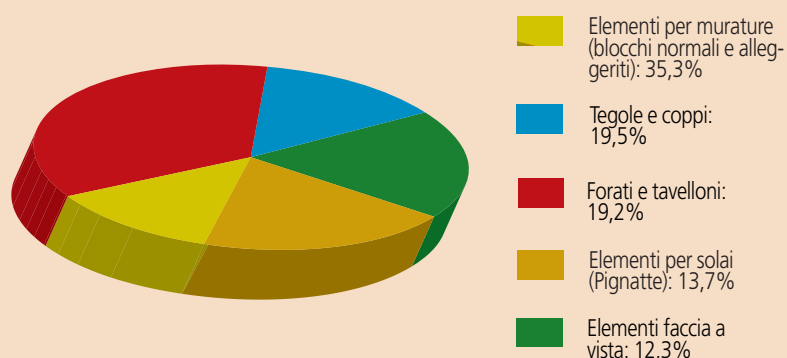
Elementi per murature e per solai, forati e tavelloni, tegole, coppi ed elementi faccia a vista... La gamma dei prodotti in laterizio è talmente ampia che è naturale che i rivenditori si approvvigionino da una rosa ampia e articolata di produttori. L'offerta in questo ambito merceologico è quindi multimarca e

Trend delle vendite dei laterizi



In crescita: 53,3%
Stabile: 46,4%

La segmentazione delle vendite dei laterizi



◆ L'andamento e la segmentazione delle vendite

Se dunque i laterizi contribuiscono in misura sostanziale a sostenere il giro d'affari del rivenditore edile, a ciò occorre aggiungere che il trend delle vendite negli ultimi anni non ha mai accusato cali, ma, al contrario, o si è mantenuto stabile (nel 46,4% dei casi) o ha registrato un generalizzato incremento in tutti i segmenti merceologici (secondo il 53,3% degli intervistati). Se modificazioni di rilievo vi sono state, esse dipendono da fasi congiunturali del mercato, limitate nel tempo, come per esempio quella - positiva - che ha riguardato l'area di Torino, fino al 2006 interessata dai lavori di nuova costruzione relativi alle infrastrutture per le Olimpiadi invernali.

Quanto alla performance delle vendite delle singole tipologie di prodotti in laterizio, se si esclude la crescita rilevata da alcuni rivenditori dei prodotti di rivestimento faccia a vista, dalle interviste non sono emersi dati di particolare rilevanza.

◆ Il target di clientela

Come accennato, la grande impresa di costruzione impegnata in cantieri di particolare entità in genere acquista i laterizi direttamente alla fonte, quindi senza avvalersi dell'intermediazione del trade. A sostenere questa affermazione basti analizzare la segmentazione della clientela dei

rivenditori edili per tipologia: i migliori clienti dei magazzini edili sono le imprese edili medio-piccole e gli artigiani, che rappresentano il 54,3% della loro clientela, contro il 28,2% di imprese di grandi dimensioni. Di rilievo, la quota di clienti privati, pari al 17,5%.

◆ Stoccaggio e rotazione del magazzino

Materiali ingombranti, i laterizi, richiedono aree di stoccaggio molto ampie all'interno dei magazzini dei rivenditori. Nel caso di quelli intervistati, la grandezza media dell'area deputata a raccogliere i vari tipi di laterizio è di 4.100 metri quadrati, ma la forbice va da 300 a 10.000 metri quadrati, quindi è più significativa un'analisi di tipo diverso. Raggruppando i rivenditori in tre categorie per classe di grandezza dell'area di stoccaggio destinata ai laterizi,

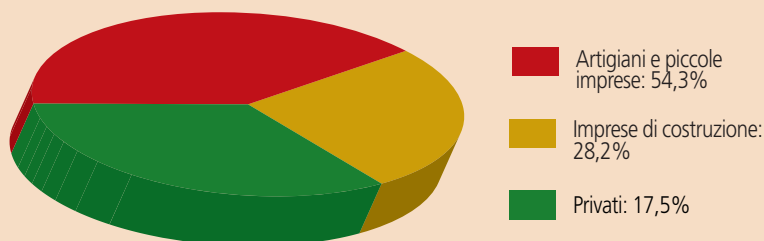
emerge che nel 40% dei casi lo spazio va dai 300 ai 1.500 metri quadrati (mediamente 1.000), nel 26,6% dei casi da 1.500 a 5.000 (mediamente 3.950) e nel 33,4% dei casi oltre i 5.000 metri, fino a 10.000 (da cui la media di 7.900 metri quadrati). Nel caso dei laterizi è stato possibile anche ottenere dai rivenditori intervistati dei dati piuttosto precisi relativamente alla rotazione del magazzino. In media, in rivendita è sempre presente materiale misto in laterizio equivalente a 15 autotreni di prodotto e l'approvvigionamento settimanale è di 7,6 autotreni, da cui un indice di rotazione medio di una volta ogni due settimane, che naturalmente varia a seconda della tipologia del prodotto stesso. Difficilmente quantificabile, invece, l'entità della fornitura al cliente, che varia dal singolo bancale alla motrice intera.

◆ Il rapporto con l'industria

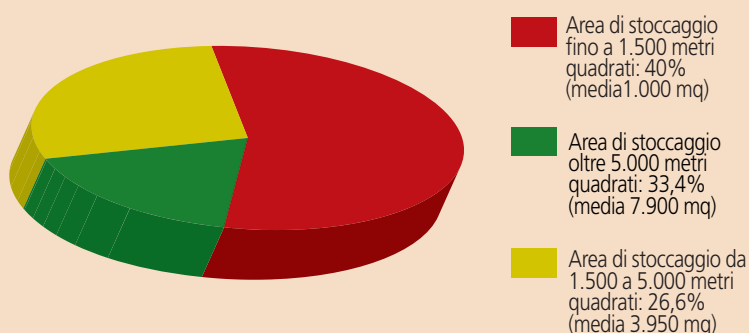
Nel caso dei laterizi, come è noto, il mercato è guidato da una rosa piuttosto ristretta di produttori nazionali, affiancati da un gran numero di fornaci con un bacino di utenza locale. Quello delle relazioni tra il mondo industriale e i rivenditori è il secondo aspetto su cui il Dossier vuole focalizzare l'attenzione. Abbiamo già visto, nei lavori precedenti, dedicati alla distribuzione del cemento e degli impermeabilizzanti, che le opinioni dei rivenditori sono generalmente buone, con alcune eccezioni relative a particolari aspetti del rapporto, aspetti diversi a seconda del tipo di produzione cui



Segmentazione della clientela dei laterizi



Stoccaggio dei laterizi in magazzino



ci si riferisce, poiché i criteri di valutazione non sono, se non in parte, i medesimi. Nel caso dei laterizi ci sembra che i punti nodali del rapporto siano i seguenti:

- **Rispetto di zona:** a questo proposito i rivenditori considerano

“normale” che i produttori effettuino anche forniture dirette all’utente finale nel caso l’entità degli ordinativi sia consistente. Semmai qualche critica viene rivolta a chi fornisce anche punti vendita concorrenti nella medesima area di mercato.



- **Attività formative e supporti informativi:** nonostante il fatto che sulla maggior parte dei prodotti in laterizio non si manifesti la necessità di trasferire ai rivenditori informazioni tecniche tali da giustificare un’attività formativa strutturata, l’industria si dimostra abbastanza attenta alla formazione dei suoi partner rivenditori. E’ questa l’opinione della metà dei rivenditori intervistati, che apprezza in particolare l’operato dei produttori di blocchi porizzati ed elementi faccia a vista. Strettamente legato al tema delle attività formative, quello dei supporti informativi cartacei: quasi tutti gli interpellati giudicano di buona qualità cataloghi, depliant, brochure esplicative e illustrative, soprattutto se relative agli elementi faccia a vista e alle tegole. Nel caso di queste ultime, il materiale cartaceo è ritenuto utile in particolare in quanto complementare agli espositori delle campionature di prodotto, giudicate all’unanimità indispensabili ed efficaci.

- **Attività promozionali:** questo tema sembra invece uno dei più delicati nel rapporto industria/trade e quello su cui le opinioni dei rivenditori sono più discordanti. Circa un terzo degli intervistati afferma di essere coinvolto in iniziative promozionali e di esserne soddisfatto, mentre i due terzi o non sono coinvolti assolutamente o lo sono ma con estrema sporadicità.

- **Imballaggi:** il packaging, nel caso dei laterizi, è uno degli elementi maggiormente strategici su cui le aziende di produzione negli ultimi anni hanno puntato, poiché un buon imballaggio contribuisce in misura sostanziale a elevare, o al contrario abbattere, il livello di servizio che l’industria offre sia al rivenditore sia all’utente finale. La quasi totalità dei rivenditori intervistati concorda nel giudicare migliorato il livello qualitativo degli imballi di questi prodotti, che generalmente non creano più problemi a livello di stoccaggio e di logistica. ■

B.B.B.

Sede	Sarzana Sp
Fornitori	Ballatore, Marconara, Pica, Quagliolini, San Marco Laterizi, Tempora, Vincini
Quota di fatturato derivante dalla vendita dei laterizi	60%
Trend degli ultimi 5 anni	Crescente
Segmentazione delle vendite per tipologia di laterizi	Elementi per murature (blocchi normali e alleggeriti): 35% Elementi per solai (Pignatte): 15% Forati e tavelloni: 20% Tegole e coppi: 20% Elementi faccia a vista: 10%
Segmentazione della clientela per tipologia	Imprese edili: 20% Imprese artigiane: 40% Privati: 40%
Ampiezza area stoccaggio laterizi	10.000 mq
Stock di laterizi a magazzino in pronta consegna	30 autotreni
Quantitativo medio approvvigionamento settimanale	15 autotreni
Quantitativo medio fornitura al cliente	Variabile, difficilmente quantificabile
Modalità di consegna	Tramite mezzi di proprietà anche in quota fino a 23 m

Approfondimenti

I laterizi costituiscono una delle principali voci di fatturato per la rivendita B.B.B. (60%), che li tratta nella più completa articolazione di gamma e rifornendosi da un ampio network di produttori. I volumi di vendita, che negli ultimi anni sono in aumento, sono molto elevati, pari a 15 autotreni a settimana. Per questo anche il quantitativo di prodotto in pronta consegna è elevato: nei 10.000 metri quadrati di magazzino che B.B.B. dedica ai laterizi sono stoccati 30 autotreni di materiale misto. La rivendita effettua anche il servizio di consegna in cantiere con mezzi di proprietà in grado di raggiungere i 23 metri di quota. Diversificata la segmentazione della clientela, in cui spicca una quota di privati molto elevata (40%).

Il rapporto con i fornitori

B.B.B. apprezza il rapporto di partnership con il mondo industriale nel campo dei laterizi, che complessivamente mostra di essere corretto, attivo e propositivo su più fronti. A cominciare da quello della formazione, con iniziative interessanti, utili e frequenti accolte con favore dalla rivendita. Altrettanto ricca l'offerta di materiale informativo per la rivendita e per la clientela: cataloghi e depliant sono apprezzati nei loro contenuti che li rendono efficaci strumenti di lavoro. Buona la funzionalità degli espositori di tegole, coppi ed elementi faccia a vista, migliorata la qualità degli imballaggi che raramente creano problemi logistici.



Be.Ma

Sede	Monserato - Ca
Aggregazione di appartenenza	C.R.E.A.
Fornitori	Fornace Calandra, Fornaci Scano, ILR, Impredil, Latercom, Latersistem, Toppetti
Fornitore principale	Latercom
Quota di fatturato derivante dalla vendita dei laterizi	40%
Trend degli ultimi 5 anni	Stabile dopo il quinquennio di crescita 2001/2004
Segmentazione delle vendite per tipologia di laterizi	Elementi per murature (blocchi normali e alleggeriti): 30% Elementi per solai (Pignatte): 10% Forati e tavelloni: 30% Tegole, coppi ed elementi faccia a vista: 30%
Segmentazione della clientela per tipologia	Imprese edili: 60% Imprese artigiane: 20% Privati: 20%
Ampiezza area stoccaggio laterizi	6.000 mq
Stock di laterizi a magazzino in pronta consegna	20 autotreni
Quantitativo medio approvvigionamento settimanale	3 autotreni
Quantitativo medio fornitura al cliente	Dal bancale all'autotreno intero
Modalità di consegna	Tramite mezzi di proprietà anche in quota fino a 24 m

Approfondimenti

Anche per la Be.Ma quello dei laterizi costituisce uno dei segmenti merceologici principali della rivendita, che determina il 40% del suo giro d'affari. Le vendite dei laterizi, rileva il titolare, hanno percorso un trend crescente dal 2001 al 2004 per poi stabilizzarsi negli anni recenti. Il target della Be.Ma per questo tipo di prodotti è variegato (ma è unanime la preferenza per i prodotti provvisti di certificazione) e comprende un 60% di imprese edili medio-grandi, un 20% di imprese artigiane e altrettanto di privati; da ciò deriva la difficoltà a determinare il quantitativo medio della fornitura al cliente, che può variare dal bancale all'autotreno intero. Alla clientela la rivendita offre in pronta consegna l'equivalente di 20 autotreni di materiale, stoccati nei 6.000 metri quadrati del magazzino ad essi dedicati. L'approvvigionamento alla fonte avviene mediamente ogni due giorni, per circa 900 quintali di prodotto a settimana, equivalente a 3 autotreni.

Il rapporto con i fornitori

Be.Ma offre alla sua clientela un range di prodotti estremamente articolato nell'ambito dei laterizi e un ventaglio di produttori particolarmente ampio. Di questi ultimi il titolare apprezza particolarmente le iniziative promozionali, frequenti ed efficaci, la disponibilità a creare iniziative di formazione per gli addetti alla vendita e il livello qualitativo della depliantistica informativa predisposta per la clientela, mentre risulta un po' meno soddisfacente la qualità degli imballaggi per i laterizi, migliorata, negli ultimi anni, ma ottimizzata soltanto dai grandi produttori a livello nazionale.

Oltre a ciò, sono giudicati molto utili anche gli espositori di tegole per il punto vendita, che Be.Ma ha collocato all'esterno del magazzino, che incuriosiscono la clientela e fungono da volano delle vendite.

De Tommasi Bruno

Sede	Chieri - To
Aggregazione di appartenenza	BigMat Pro.Ma Italia
Fornitori	Fornace Carena, Fornace Silpa, Mosso, Nigra, San Marco Laterizi
Quota di fatturato derivante dalla vendita dei laterizi	13%
Trend degli ultimi 5 anni	Stabile, a parte l'impennata 2006 in concomitanza con le Olimpiadi
Segmentazione delle vendite per tipologia di laterizi	Elementi per murature (blocchi normali e alleggeriti): 60 % Elementi per solai (Pignatte): 17 % Forati e tavelloni: 5 % Tegole e coppi: 13 % Elementi faccia a vista: 5 %
Segmentazione della clientela per tipologia	Imprese edili: 50% Imprese artigiane: 50%
Ampiezza area stoccaggio laterizi	5.500 mq
Stock di laterizi a magazzino in pronta consegna	20 autotreni
Quantitativo medio approvvigionamento settimanale	40 autotreni
Quantitativo medio fornitura al cliente	1 autotreno
Modalità di consegna	Tramite mezzi di proprietà anche in quota fino a 36 m

Approfondimenti

Per la De Tommasi la vendita dei laterizi negli ultimi anni è stata piuttosto stabile (trend interrotto soltanto dall'impennata degli ordini in occasione delle Olimpiadi invernali del 2006) ed è pari al 13% la quota di fatturato generata da questa famiglia merceologica. I cinque magazzini De Tommasi dedicano complessivamente ai laterizi una superficie di stoccaggio di circa 5.500 metri quadrati, con una notevole capacità di materiale in pronta consegna, equivalente a 20 autotreni di prodotto, e un indice di rotazione di due volte a settimana. La clientela è costituita esclusivamente da imprese, edili e artigiane, che mediamente ritirano un autotreno di materiale in occasione di ciascun ordine. La rivendita effettua anche il servizio di consegna in cantiere tramite fino a 36 metri di quota.

Il rapporto con i fornitori

La rivendita De Tommasi ha un rapporto complessivamente soddisfacente con i fornitori di laterizi, di cui apprezza soprattutto la disponibilità a organizzare occasioni di formazione in cui divulgare le specifiche tecniche dei materiali. Gli eventi e le iniziative promozionali sono frequenti, soprattutto nel caso dei materiali per il rivestimento di facciata e dettate dall'aumento generalizzato della produzione a fronte di un mercato che non cresce alla stessa velocità. Di buon livello qualitativo il materiale informativo cartaceo predisposto dai produttori di tegole e mattoni faccia a vista, che lo considerano di supporto e affiancamento agli espositori delle campionature di prodotto; scarno, invece, negli altri casi.

Dellea F.lli

Sede	Mesenzana - Va
Fornitori	Fornaci Calandra, Giavarini, Laterizi Danesi, PCL, Vela, Wienerberger Brunori
Fornitori principali	PCL, Vela
Quota di fatturato derivante dalla vendita dei laterizi	20%
Trend degli ultimi 5 anni	Blocchi da muro in calo, le altre tipologie di laterizi in crescita
Segmentazione delle vendite per tipologia di impermeabilizzanti	Elementi per murature (blocchi normali e alleggeriti) 25% Elementi per solai (Pignatte): 30% Forati e tavelloni: 20% Tegole e coppi: 20% Elementi faccia a vista: 5%
Segmentazione della clientela per tipologia	Imprese edili: 60% Imprese artigiane: 30% Privati: 10%
Ampiezza area stoccaggio laterizi	10.000 mq
Stock di laterizi a magazzino in pronta consegna	20 autotreni
Quantitativo medio fornitura approvvigionamento settimanale	3 autotreni
Quantitativo medio fornitura al cliente	100 quintali
Modalità di consegna	Tramite mezzi di proprietà anche in quota fino a 25 m

Approfondimenti

La F.lli Dellea, rivendita storica in provincia di Varese, negli ultimi anni riscontra un aumento generalizzato delle vendite – dovuto a un'impennata dei cantieri di edilizia residenziale e industriale – che riguarda anche i laterizi, con la sola esclusione dei blocchi poroton, leggermente in calo. Ai laterizi, che concorrono nella misura del 20% a generare il fatturato della rivendita, la F.lli Dellea dedica un'area di stoccaggio ampia, di 10.000 metri quadrati, con l'equivalente di 20 autotreni di merce in pronta consegna, acquistata prevalentemente da imprese edili e artigiane.

Il rapporto con i fornitori

Il rapporto con i produttori di laterizi è ritenuto buono, ma ancora migliorabile. Le occasioni di formazione dovrebbero essere più frequenti nel caso dei blocchi isolati portanti o dei laterizi speciali, settori in cui sul mercato c'è ancora una certa confusione. Generalmente scarse anche le iniziative promozionali, auspicabili, visto che quelle che l'industria offre ai rivenditori riuniti in gruppi o consorzi sembrano dare buoni frutti. Di buona qualità ed esauriente il materiale informativo cartaceo predisposto dai produttori di tegole, suscettibile di miglioramento quello offerto alla rivendita dai produttori di blocchi. Utili e ben fatti, infine, gli espositori di tegole, che la F.lli Dellea ha collocato all'interno dell'area del magazzino e che soddisfano l'esigenza manifestata dalla clientela di non comprare a scatola chiusa.

ECO 90

Sede	Morolo - Fr
Fornitori	Cotto Cusimano, Fornaci Briziarelli Marsciano, San Marco Laterizi
Fornitore principale	Cotto Cusimano
Quota di fatturato derivante dalla vendita dei laterizi	40%
Trend degli ultimi 5 anni	In crescita, dopo un forte periodo di crisi iniziato nel 2002-2003
Segmentazione delle vendite per tipologia di laterizi	Elementi per murature (blocchi normali e alleggeriti): 30% Tegole e coppi: 35% Elementi faccia a vista: 35%
Segmentazione della clientela per tipologia	Piccole e medie imprese edili: 50% Privati: 50%
Ampiezza area stoccaggio laterizi	5.000 mq
Stock di laterizi a magazzino in pronta consegna	5 autotreni
Quantitativo medio fornitura approvvigionamento settimanale	3 autotreni
Quantitativo medio fornitura al cliente	Dal bancale in su
Modalità di consegna	Tramite mezzi di proprietà anche in quota fino a 10 m

Approfondimenti

Dalla provincia di Frosinone, ECO 90 all'interno della merceologia dei laterizi distribuisce solamente elementi per murature, tegole e coppi ed elementi per faccia a vista, poiché il foratame e gli elementi per solai sono in genere forniti alle imprese direttamente dai produttori. Il trend delle vendite negli ultimi 5 anni può dirsi ormai in crescita, dopo un forte periodo di crisi iniziato nel 2002-2003 e proseguito fino al 2005. La famiglia dei laterizi concorre nella misura del 40% a determinare il giro d'affari di ECO 90, che a questi prodotti ha riservato 5.000 metri quadrati del magazzino, per lo stoccaggio quotidiano di 5 autotreni di materiale. Gli approvvigionamenti avvengono tre volte a settimana, un autotreno per volta, mentre l'entità delle forniture al singolo cliente variano dal bancale in su.

Il rapporto con i fornitori

ECO 90 giudica complessivamente soddisfacente il rapporto con i suoi fornitori di laterizi, ma evidenzia uno scarso impegno nel promuovere i prodotti novità, che, a detta dei titolari, sul mercato di Frosinone arrivano con ampio ritardo rispetto a al più ricco mercato della Capitale. Rare, quindi, le occasioni di formazione, mentre sul fronte promozionale a essere attivi sono soprattutto i produttori del comparto dei mattoni faccia a vista. Ben fatto e di grande utilità il corredo cartaceo dei prodotti, rari i gadget. ECO 90 in magazzino è strutturata anche per mostrare le campionature di tegole e coppi con l'ausilio degli appositi espositori ed evidenzia la collaborazione di Cotto Cusimano che ha offerto per alcuni mesi alla rivendita lo stand itinerante allestito con l'intera gamma prodotta, strumento molto utile per soddisfare il bisogno della clientela di visionare ampie superfici campionarie di prodotto.

Edil Commercio

Sede	Rende - Cs
Aggregazione di appartenenza	BigMat Pro.Ma Italia
Fornitori	Alfa Refrattari, Cotto Coperture, Cotto Cusimano, Europak, Fantini Scianatico, San Marco Laterizi
Fornitore principale	Europak
Quota di fatturato derivante dalla vendita dei laterizi	20%
Trend degli ultimi 5 anni	Crescente
Segmentazione delle vendite per tipologia di laterizi	Elementi per murature (blocchi normali e alleggeriti): 20% Elementi per solai (Pignatte): 20% Forati e tavelloni: 20% Tegole e coppi: 30% Elementi faccia a vista: 10%
Segmentazione della clientela per tipologia	Piccole e medie imprese edili: 70% Privati: 30%
Ampiezza area stoccaggio laterizi	1.500 mq
Stock di laterizi a magazzino in pronta consegna	30 autotreni
Quantitativo medio approvvigionamento settimanale	8 autotreni
Quantitativo medio fornitura al cliente	Dal bancale in su

Approfondimenti

Edil Commercio dispone di un ampio stock di laterizi a magazzino in pronta consegna, pari a 30 autotreni di materiale di ogni tipo, dal foratame ai coppi, cui è dedicata un'area di magazzino di 1.500 metri quadrati. L'azienda si approvvigiona da diversi produttori nazionali e locali ed è Europak il fornitore principale. Il volume di laterizi commercializzato è particolarmente elevato, pari a 8 autotreni a settimana, ma non sono inusuali le vendite frammentate, anche di un bancale alla volta, poiché il 30% della clientela è costituita da privati. Il trend delle vendite negli ultimi anni è in crescita in tutti i settori merceologici e questo vale anche per i laterizi, nelle loro varie tipologie. Edil Commercio è in grado di effettuare le consegne su richiesta con mezzi di proprietà e di raggiungere i 26 metri di quota.

Il rapporto con i fornitori

Nel settore dei laterizi, ci dice il titolare di Euro Commercio, è il prezzo che governa la trattativa con il mondo dei produttori, ma da parte di questi ultimi non manca la disponibilità ad affiancare la rivendita con iniziative promozionali, frequenti e legate all'andamento del mercato. Scarse, invece, le iniziative formative/informative, ma non indispensabili nel caso di questo tipo di prodotti, salvo che per quanto riguarda le coperture, nel qual caso sono invece frequenti ed efficaci. A non essere giudicato pienamente soddisfacente, invece, è il materiale informativo predisposto dalle aziende di produzione per la rivendita, non tanto per la qualità dei contenuti, quanto per la sporadicità con cui viene consegnato.

Edilizia Soratte

Sede	Civita Castellana - Vt
Fornitori	Fantini Scianatico, Fornaci Briziarelli Marsciano, Salan, Toppetti Wienerberger Brunori
Fornitore principale	Fornaci Briziarelli Marsciano
Quota di fatturato derivante dalla vendita dei laterizi	n.d.
Trend degli ultimi 5 anni	Crescente
Segmentazione delle vendite per tipologia di laterizi	n.d.
Segmentazione della clientela per tipologia	Medie imprese edili: 80% Privati: 20%
Ampiezza area stoccaggio laterizi	1.000 mq
Stock di laterizi a magazzino in pronta consegna	10 autotreni
Quantitativo medio approvvigionamento settimanale	2 autotreni
Quantitativo medio fornitura al cliente	1 motrice
Modalità di consegna	Tramite mezzi di proprietà anche in quota fino a 30 metri

Approfondimenti

Edilizia Soratte è una realtà distributiva di medie dimensioni in provincia di Viterbo che offre alle medie imprese edili una gamma di prodotti particolarmente articolata. Così è anche nel caso dei laterizi, proposti nella completa articolazione di gamma (tuttavia la segmentazione delle vendite per tipologia è difficilmente identificabile). Ad essi Edilizia Soratte dedica un'area di 1.000 metri quadrati all'interno del magazzino, dove è stoccata in genere, per la pronta consegna, una quantità di prodotti equivalenti a 10 autotreni.

Negli ultimi 5 anni il trend delle vendite è stato in crescita in tutti i segmenti della famiglia dei laterizi. Ad alimentarlo, le richieste delle imprese clienti impegnate prevalentemente in cantieri di edilizia residenziale di media grandezza, che mediamente ritirano una motrice di prodotto per ciascun ordine.

Il rapporto con i fornitori

Edilizia Soratte giudica complessivamente buoni i rapporti con i suoi fornitori e, tra di essi, rileva quello particolarmente soddisfacente con Fornaci Briziarelli Marsciano, il fornitore principale della rivendita. Nonostante sia piuttosto usuale che i produttori si rivolgano in modo diretto ai cantieri della zona, ciò non costituisce un problema per la rivendita, che punta sul fatto di poter offrire alle imprese, se non la totalità dei laterizi necessari, una gamma notevolmente ricca di tutti gli altri prodotti e materiali edili (14.000 gli articoli a magazzino). Non convincenti, invece, le iniziative di formazione, generalmente molto sporadiche, e le iniziative promozionali offerte alla rivendita. Buona la qualità dei gadget e del materiale informativo cartaceo, completo ed esauriente; efficaci, infine, gli espositori di tegole per il punto vendita, collocati all'esterno del magazzino.

Ediltosi

Sede	Colognola ai Colli - Vr
Aggregazione di appartenenza	Stea
Fornitori	Cotto Coperture, IBL, ICP, Stabila
Quota di fatturato derivante dalla vendita di laterizi	20%
Trend degli ultimi 5 anni	Crescente soprattutto quello relativo alle coperture
Segmentazione delle vendite per tipologia di laterizi	Elementi per murature (blocchi normali e alleggeriti): 50% Elementi per solai (Pignatte): 30% Tegole e coppi: 20% Elementi faccia a vista: 10%
Segmentazione della clientela per tipologia	Imprese artigiane: 90% Privati: 10%
Ampiezza area stoccaggio laterizi	5.000 mq
Stock di laterizi a magazzino in pronta consegna	20 autotreni
Quantitativo medio approvvigionamento settimanale	10 autotreni
Quantitativo medio fornitura al cliente	3 - 4 bancali
Modalità di consegna	Tramite mezzi di proprietà anche in quota fino a 20 m

Approfondimenti

Per la Ediltosi, rivendita veronese aderente al gruppo Stea, i laterizi costituiscono una importante voce di fatturato (20%) che negli ultimi anni è cresciuta in tutti i segmenti merceologici e soprattutto in quello delle coperture. Settimanalmente Ediltosi riceve dai suoi fornitori una decina di autotreni di prodotti in laterizio, che stocca in un'area di 10.000 metri quadrati continuamente riassortita in modo da avere sempre in pronta consegna l'equivalente di 20 autotreni di prodotto misto, forniti poi alla clientela, costituita per il 90% da imprese artigiane, in quantitativi medi di 3-4 bancali per ciascun ordine. Anche Ediltosi è in grado di effettuare la consegna direttamente in cantiere con mezzi di proprietà, in grado di raggiungere i 20 metri di altezza.

Il rapporto con i fornitori

La rivendita Ediltosi si dice soddisfatta del rapporto con i produttori di cui è cliente su tutti i fronti, a partire dalle iniziative di formazione e promozionali, in cui l'azienda è spesso coinvolta. Giudizio analogo quello espresso nei confronti del materiale informativo per la rivendita e per la clientela (cataloghi, depliant...), esauriente e chiaro. Gli imballi dei laterizi non creano di solito problemi logistici: le aziende di produzione negli ultimi anni lo hanno migliorato e reso più funzionale, in particolare IBL. Ediltosi auspica unicamente che, nel settore dei laterizi, da parte dei produttori vi sia un maggiore rispetto di zona e che i fornitori che hanno ottenuto la sua fiducia non servano altri operatori direttamente concorrenti.



Euroedile

Sede	Firenze
Fornitori	Agricola Industriale Faella, Alan Metauro, Fantini Scianatico, Laterizi Danesi, Solava
Fornitore principale	Solava
Quota di fatturato derivante dalla vendita dei laterizi	10%
Trend degli ultimi 5 anni	stabile
Segmentazione delle vendite per tipologia di laterizi	Elementi per murature (blocchi normali e alleggeriti): 35% Elementi per solai (Pignatte): 10% Forati e tavelloni: 35% Tegole e coppi: 20%
Segmentazione della clientela per tipologia	Piccole e medie imprese edili: 95% Privati: 5%
Ampiezza area stoccaggio laterizi	1.500 mq
Stock di laterizi a magazzino in pronta consegna	3 autotreni
Quantitativo medio fornitura approvvigionamento settimanale	1,5 autotreni
Quantitativo medio fornitura al cliente	1-2 bancali
Modalità di consegna	Tramite mezzi di proprietà anche in quota fino 3 a m

Approfondimenti

Euroedile si rivolge a una clientela prevalentemente professionale, costituita quasi totalmente da piccole e medie imprese di costruzione. Per la famiglia merceologica dei laterizi propone i prodotti di un variegato ventaglio di aziende, ma è Solava il fornitore di riferimento.

Complessivamente i laterizi generano il 10% del fatturato della società e il volume di prodotto trattato non è particolarmente elevato (6 autotreni/mese) poiché i produttori sono soliti occuparsi direttamente delle forniture più consistenti alle imprese.

Lo stock di prodotto in pronta consegna, analogamente, è piuttosto contenuto (i 1.500 metri quadrati di piazzale dedicati ai laterizi ospitano l'equivalente di soli 3 autotreni), ma è proporzionato all'entità media delle forniture ai clienti, pari a 1 o 2 bancali per singolo ordine.

Il rapporto con i fornitori

Nonostante Euroedile non sia un grande acquirente di laterizi, l'industria riserva alla rivendita un trattamento che non la lascia insoddisfatta. Le iniziative di formazione che la coinvolgono sono giudicate efficaci, per quanto sporadiche e relative soprattutto agli aspetti tecnici legati alle normative antisismiche e inerenti l'isolamento. Di buon livello anche il materiale informativo predisposto dai produttori per la diffusione presso il magazzino e l'aggiornamento dei suoi addetti alla vendita. Rare, invece, le iniziative promozionali. Per quanto riguarda il segmento delle tegole e coppi, anche Euroedile dispone dei display dei prodotti, collocati all'interno del magazzino, ritenuti efficaci nella loro finalità espositiva.

F.lli Gazzarrini

Sede	Casciana Terme - Pi
Aggregazione di appartenenza	BigMat Pro.Ma Italia
Fornitori	Bric, ILR, Pica, San Marco Laterizi
Fornitore principale	Bric
Quota di fatturato derivante dalla vendita dei laterizi	15%
Segmentazione delle vendite per tipologia di laterizi	Elementi per murature (blocchi normali e alleggeriti): 46% Elementi per solai (Pignatte): 4% Forati e tavelloni: 14% Tegole e coppi: 24% Elementi faccia a vista: 12%
Segmentazione della clientela per tipologia	Piccole e medie imprese edili 90% Privati: 10%
Ampiezza area stoccaggio laterizi	1.800 mq
Quantitativo medio approvvigionamento settimanale	5 autotreni
Quantitativo medio fornitura al cliente	1 autotreno
Modalità di consegna	Tramite mezzi di proprietà anche in quota fino a 12 m

Approfondimenti

La F.lli Gazzarrini commercializza un elevato volume di laterizi di ogni tipologia, che complessivamente determinano il 15% del fatturato totale della rivendita. L'andamento delle vendite registrato negli ultimi anni è in crescita in ogni categoria della grande famiglia dei laterizi. Sono gli elementi per muratura i prodotti a più alta rotazione in magazzino, che, insieme alle altre tipologie di laterizio per impieghi diversi, vengono stoccati in un'area di 1.800 metri quadrati. Il riassortimento avviene giornalmente, con una media di un autotreno completo in entrata al giorno. La clientela della F.lli Gazzarrini per questa famiglia di prodotti è costituita essenzialmente da piccole e medie imprese di costruzione, per le quali la rivendita si assume spesso anche il compito di consegnare i prodotti in cantiere, grazie ai mezzi con gru fino a 12 metri.

Il rapporto con i fornitori

Il titolare della F.lli Gazzarrini si dice complessivamente soddisfatto del rapporto con i produttori del comparto, anche se evidenzia come sia necessario un rafforzamento delle sinergie reciproche e una maggiore maturità del rapporto. Migliorabile il materiale informativo cartaceo messo a disposizione dalle aziende di produzione, per la rivendita e per la diffusione alla clientela, se non nel caso dei produttori di mattoni faccia a vista e prodotti per le coperture, che già predispongono depliantistica di buon livello qualitativo. Rare le iniziative promozionali, giudicate tuttavia non indispensabili in questo settore merceologico, al contrario delle iniziative di formazione, essenziali e di grande utilità.



Faro di Vincenzi

Sede	Cesenatico - Fc
Fornitori	Alan Metauro, Cotto Coperture, Edil Fornaciai, FBM, Fornaci Molino, Fornaci Solazzi, IBL, ICP, Laterizi Donati, Meta, Pica, Ripabianca, San Marco Laterizi, Vierer, Tognana, Wienerberger Brunori
Fornitori principali	Alan Metauro, Cotto Coperture, FBM, IBL, Pica, Wienerberger Brunori
Quota di fatturato derivante dalla vendita dei laterizi	35%
Trend degli ultimi 5 anni	Ora stabile, dopo anni di crescita
Segmentazione delle vendite per tipologia di laterizi	Elementi per murature ed elementi per solai (blocchi normali e alleggeriti): 40% Forati e tavelloni: 20% Tegole e coppi: 15% Elementi faccia a vista: 25%
Segmentazione della clientela per tipologia	Imprese edili: 60% Imprese artigiane: 15% Privati: 25%
Ampiezza area stoccaggio laterizi	8.000 mq
Stock di laterizi a magazzino in pronta consegna	20 autotreni
Quantitativo medio approvvigionamento settimanale	3 autotreni
Quantitativo medio fornitura al cliente	Variabile dal bancale all'autotreno intero
Modalità di consegna	Tramite mezzi di proprietà anche in quota fino a 30 m

Approfondimenti

Davvero numerosi i fornitori di laterizi della rivendita Faro, che deve alla commercializzazione di questo tipo di prodotti il 35% del suo giro d'affari. Le vendite negli ultimi anni hanno registrato un trend crescente che ora si è stabilizzato, poiché, con le nuove normative sull'isolamento, aumentano gli spessori degli isolanti e cala la muratura. Si prevede invece un aumento del volume trattato per la famiglia dei laterizi faccia a vista. Complessivamente Faro dedica allo stoccaggio dei laterizi un'area di 8.000 metri quadrati che accoglie abitualmente 20 autotreni di materiale misto, poi venduto alle imprese clienti (in prevalenza di dimensioni medie) in forniture variabili dal singolo bancale all'autotreno intero e su richiesta consegnato anche in quota con mezzi di proprietà, fino a 30 metri di altezza.

Il rapporto con i fornitori

Ottimo e flessibile il rapporto di Faro con i produttori di laterizi, dal punto di vista della qualità del prodotto, del prezzo, della scontistica. Frequenti, soprattutto ultimamente, le occasioni di formazione offerte alla rivendita, in particolare per sottolineare le prestazioni isolanti dei laterizi e aggiornare sulle normative più recenti. Anche il materiale informativo cartaceo relativo a questi tipi di prodotti è ritenuto soddisfacente, aggiornato e sufficientemente esplicativo. Variabile il comportamento dei produttori relativamente alle promozioni: alcuni non le contemplanza in nessun momento dell'anno, altri le realizzano con una certa frequenza. Faro tratta naturalmente anche le tegole, che espone all'esterno del magazzino, ma evidenzia che per le tegole colorate sarebbero necessari espositori più grandi e capienti (per questo è abitudine della rivendita mostrare alla clientela interessata il prodotto in opera in cantiere). Pochi, sempre meno, i gadget; potrebbero servire.

Friul Market

Sede	Udine
Aggregazione di appartenenza	Cisme - Deus
Fornitori	Fornaci Briziarelli Marsciano, Fornaci Giuliane, IBL, ICP, San Marco Laterizi
Fornitore principale	Fornaci Giuliane
Quota di fatturato derivante dalla vendita dei laterizi	15%
Trend degli ultimi 5 anni	Stabile
Segmentazione delle vendite per tipologia di laterizi	Elementi per murature (blocchi normali e alleggeriti): 25% Elementi per solai (Pignatte): 15% Forati e tavelloni: 15% Tegole e coppi: 30% Elementi faccia a vista: 15%
Segmentazione della clientela per tipologia	Piccole e medie imprese: 90% Privati: 10%
Ampiezza area stoccaggio laterizi	4.000 mq
Stock di laterizi a magazzino in pronta consegna	10 autotreni
Quantitativo medio approvvigionamento settimanale	6 autotreni
Quantitativo medio fornitura al cliente	120 quintali
Modalità di consegna	Tramite mezzi di proprietà anche in quota fino 12 a m

Approfondimenti

Sono le piccole e medie imprese di costruzioni della provincia di Udine a costituire la clientela prevalente dei laterizi trattati dalla Edilfriuli, affermata rivendita socia di Cisme e di Deus. La vendita dei prodotti di questa famiglia merceologica assorbe, nel complesso, il 15% del fatturato totale della rivendita, che settimanalmente ritira da un ricco ventaglio di produttori, nazionali e locali, 6 autotreni di merce. Al loro stoccaggio Edilfriuli riserva un'area in magazzino di 4.000 metri quadrati, che accoglie 10 autotreni di materiale di ogni tipologia di laterizi. Tra i prodotti più venduti spiccano le tegole e i coppi, accanto agli elementi per murature. Le vendite negli ultimi anni secondo il titolare sono stabili in ogni segmento.

Il rapporto con i fornitori

Edilfriuli non evidenzia particolari criticità nel rapporto coi i suoi fornitori di laterizi. Al contrario giudica efficaci e ben organizzate le iniziative di formazione e aggiornamento proposte dall'industria e apprezza le iniziative promozionali, anche se sono saltuarie. Il materiale informativo per la rivendita e per la clientela (cataloghi, depliant...) risulta aggiornato e ben leggibile, molto utile soprattutto nel caso dei prodotti per le coperture e dei mattoni faccia a vista, in quanto affianca e completa il ruolo degli espositori delle campionature di prodotto, che la rivendita ha installato all'interno del magazzino. Edilfriuli non rileva nemmeno problemi di concorrenza diretta dei produttori sul territorio.

Garavaglia Materiali Edili

Sede	Casorezzo - Mi
Aggregazione di appartenenza	Gruppo Made Casa In
Fornitori	Fornace Laterizi Sant'Antonio, Latercom, Master, PCL
Fornitore principale	Latercom
Quota di fatturato derivante dalla vendita dei laterizi	37%
Trend degli ultimi 5 anni	In crescita
Segmentazione delle vendite per tipologia di laterizi	Elementi per murature (blocchi normali e alleggeriti): 30% Elementi per solai (Pignatte): 32% Forati e tavelloni: 25% Tegole e coppi 9 Elementi faccia a vista: 4%
Segmentazione della clientela per tipologia	Imprese edili: 70% Imprese artigiane: 25% Privati: 5%
Ampiezza area stoccaggio laterizi	1.500 mq
Stock di laterizi a magazzino in pronta consegna	5 autotreni
Quantitativo medio approvvigionamento settimanale	9 autotreni
Quantitativo medio fornitura al cliente	1 motrice
Modalità di consegna	Tramite mezzi di proprietà anche in quota fino a 6 m

Approfondimenti

La Garavaglia Materiali Edili acquista i laterizi in prevalenza dalle aziende del network Latercom e questa voce merceologica determina il 37% del giro d'affari complessivo della rivendita. Le vendite negli ultimi anni hanno percorso un trend crescente in tutti i segmenti merceologici (lievemente maggiore nel caso degli elementi faccia a vista) e nel 2006 la rivendita ha raggiunto quota 400 autotreni di prodotto commercializzato, una media di 9 a settimana. Ai laterizi Garavaglia Materiali Edili dedica un'area in magazzino di 1.500 metri quadrati in cui è stoccato un autotreno di materiale per ogni tipo di prodotto.

Il rapporto con i fornitori

La Garavaglia Materiali Edili giudica altalenante il rapporto con i fornitori: i produttori di laterizi hanno implementato gli impianti e aumentato le produzioni, per cui tendono a volte a travalicare il canale della rivendita per assicurarsi in modo diretto le forniture ai grandi cantieri, cosa che porta a una discontinuità nel rapporto con il trade. Rare le iniziative di formazione e quelle promozionali offerte dall'industria, che, invece, ultimamente dedica una maggiore attenzione alla predisposizione di materiale informativo cartaceo per la rivendita e per la clientela, soprattutto nel caso dei grandi gruppi industriali. La rivendita Garavaglia distribuisce anche tegole e coppi in laterizio, presentati negli appositi espositori collocati all'aperto all'interno del magazzino. Medio il livello dei gadget, migliorato il packaging dei prodotti.

Roseto Calcestruzzi

Sede	Roseto degli Abruzzi - Te
Aggregazione di appartenenza	Gruppo Made Casa In
Fornitori	Fornace Sant'Anselmo, Fantini Scianatico, FBM, IBL, Pica, Sereni Coperture
Fornitore principale	Fantini Scianatico
Quota di fatturato derivante dalla vendita dei laterizi	8,3%
Trend degli ultimi 5 anni	in crescita fino al 2006
Segmentazione delle vendite per tipologia di laterizi	Elementi per murature (blocchi normali e alleggeriti) 30% Elementi per solai (Pignatte) 6%
Forati e tavelloni	4%
Tegole e coppi	40%
Elementi faccia a vista	20 %
Segmentazione della clientela per tipologia	Imprese edili e artigiane: 70% Privati: 30%
Ampiezza area stoccaggio laterizi	1.000 mq
Stock di laterizi a magazzino in pronta consegna	10 autotreni
Quantitativo medio approvvigionamento settimanale	3 autotreni
Quantitativo medio fornitura al cliente	3 bancali
Modalità di consegna	Tramite mezzi di proprietà anche in quota fino a 27 m

Approfondimenti

In seguito alla ricca attività edilizia che negli ultimi anni ha interessato l'area di azione di Roseto Calcestruzzi, la rivendita ha ottenuto ottimi risultati di vendita nell'ambito dei prodotti in laterizio. I volumi in uscita dal magazzino sono cresciuti in modo costante fino al 2006, per poi accusare un leggero calo durante quest'anno proprio a causa del completamento dei cantieri aperti in precedenza. Roseto Calcestruzzi tratta laterizi di ogni tipo, dalla cui vendita deriva l'8,3% del giro d'affari complessivo. Ad essi dedica 1.000 metri quadrati di magazzino, in cui sono stoccati prodotti per l'equivalente di circa 10 autotreni, riassortiti settimanalmente con 3 autotreni di merce. La rivendita è in grado di consegnare i prodotti con mezzi propri provvisti di gru fino a 27 metri di altezza, un servizio, questo, particolarmente apprezzato dalla clientela.

Il rapporto con i fornitori

E' un rapporto definito molto personale quello che Roseto Calcestruzzi intrattiene con i suoi fornitori di laterizi, tra i quali spicca Fantini Scianatico. La rivendita apprezza in particolare l'offerta formativa delle aziende, per la quale a volte fa da intermediario il Gruppo Made, cui Roseto Calcestruzzi aderisce. Il livello qualitativo del rapporto è dunque giudicato elevato e ad essere apprezzati sono anche la qualità del materiale informativo cartaceo (migliorato e affiancato dalle informazioni contenute negli spazi web delle aziende) e quella degli imballaggi dei prodotti, nonché la disponibilità delle aziende sul fronte promozionale, che si traduce in open house e sconti (in denaro o materiale).

CONVOGLIATORI PER MACERIE

ROTODIS

UNA BELLA DIFFERENZA!

NON COMPRATE A CASO...



...INVESTITE NELLA QUALITA' ROTODIS

I convogliatori per macerie non sono tutti uguali
il convogliatore ROTODIS, il più venduto in Europa,
si distingue per:

- **LA MATERIA PRIMA:** polietilene di prima scelta
- **IL PROCESSO DI PRODUZIONE "ROTAZIONALE"**
che potenzia le qualità di resistenza del polietilene
- **LA CONCEZIONE INNOVATIVA DEI PRODOTTI:**
sistema di attacco delle catene detta a "orecchio",
convogliatore ondulato extra resistente, l'unico del mercato
gamma completa di accessori:
tramogge, rallentatore di caduta, anello di guida
- **IL RAPPORTO QUALITA' PREZZO INEGUAGLIATO**
- **I TEMPI DI CONSEGNA VELOCI**

ROTODIS
Italia S.r.l.

Attrezzature per l'edilizia

Via G.Omboni, 1 - 20129 Milano Tel. 02.2046056 Fax 02 - 20401462
e-mail: info@rotodis.com www.rotodis.com

Sudiro Mario

Sede	Brendola - Vi
Aggregazione di appartenenza	Cedis Group, Deus
Fornitori	Fornaci Silva, Laterpoint, San Marco Laterizi, Stabila, Tegolaia
Fornitori principali	Laterpoint, San Marco Laterizi
Quota di fatturato derivante dalla vendita dei laterizi	35%
Trend degli ultimi 5 anni	Stabile
Segmentazione delle vendite di laterizi	Elementi per murature (blocchi normali e alleggeriti): 50% Forati e tavelloni: 25% Elementi faccia a vista: 25%
Segmentazione della clientela per tipologia	Imprese edili: 40% Imprese artigiane: 35% Privati: 25%
Ampiezza area stoccaggio laterizi	300 mq
Stock di laterizi a magazzino in pronta consegna	8 autotreni
Quantitativo medio fornitura approvvigionamento settimanale	5 autotreni
Quantitativo medio fornitura al cliente	15 bancali
Modalità di consegna	Tramite mezzi di proprietà anche in quota fino a 12 m

Approfondimenti

Sudiro deve alla commercializzazione dei laterizi una quota particolarmente consistente del proprio fatturato annuo, pari al 35%. Se numerosi sono i fornitori, tra cui spiccano, per volume, San Marco Laterizi e Laterpoint, le merceologie trattate in seno alla categoria dei prodotti in laterizio sono fondamentalmente tre: gli elementi per muratura, il foratame e i rivestimenti faccia a vista, mentre la quota di venduto relativamente ai solai e alle tegole e coppi è irrilevante. Il magazzino dedica allo stoccaggio dei laterizi un'area di 300 metri quadrati che accoglie l'equivalente di 8 autotreni di prodotto misto in pronta consegna, a sua volta riassortito settimanalmente di 5 autotreni. Il volume di prodotto in uscita è invece di 15 bancali per ciascun ordine effettuato da imprese edili e artigiane, impiegate in cantieri di media entità e in interventi di ristrutturazione, ma anche privati, che costituiscono il 25% della clientela della rivendita.

Il rapporto con i fornitori

Sudiro giudica complessivamente soddisfacente il rapporto con i fornitori di laterizi: in particolare sono apprezzate le iniziative promozionali, costanti e frequenti, e il buon livello qualitativo del materiale informativo cartaceo offerto alla rivendita per uso interno e per diffusione presso la clientela, adeguatamente approfondito dal punto di vista tecnico e aggiornato. Rare, invece, le iniziative di formazione. Per quanto riguarda gli imballi dei laterizi, la Sudiro evidenzia il problema della leggerezza ed economicità dei bancali utilizzati dai fornitori, che spesso creano problemi logistici in cantiere e nello stoccaggio in magazzino.



i Dossier di Rivendita

Tiso Alfredo e Figli

Sede	Lido di Venezia - Ve
Aggregazione di appartenenza	Cisme, Deus
Fornitori	Agliongari, Fornaci Giuliane, San Marco Laterizi, Tegolaia
Fornitore principale	Tegolaia
Quota di fatturato derivante dalla vendita dei laterizi	3%
Trend degli ultimi 5 anni	Stabile
Segmentazione delle vendite per tipologia di laterizi	Elementi per murature (blocchi normali e alleggeriti): 20% Elementi per solai (Pignatte): 10% Forati e tavelloni: 40% Tegole e coppi: 25% Elementi faccia a vista: 5%
Segmentazione della clientela per tipologia	Imprese edili: 63% Imprese artigiane: 35% Privati: 2%
Ampiezza area stoccaggio laterizi	300 mq
Stock di laterizi a magazzino in pronta consegna	3 autotreni
Quantitativo medio approvvigionamento settimanale	1 autotreno
Quantitativo medio fornitura al cliente	3 bancali
Modalità di consegna	Tramite mezzi di proprietà anche in quota fino a 6 m

Approfondimenti

La rivendita Tiso commercializza volumi non particolarmente elevati di prodotti in laterizio (mediamente un autotreno a settimana), ma li propone alla sua clientela nell'intera articolazione di gamma e di diversi brand. La quota di fatturato derivante dalla vendita di questo tipo di prodotti è pari al 3% e il trend delle vendite registrato negli ultimi anni si è mantenuto generalmente stabile. Ai laterizi la rivendita Tiso dedica un'area di deposito di 300 metri quadrati all'interno del magazzino dove è stoccato l'equivalente di tre autotreni di prodotti misti in pronta consegna. La clientela cui la rivendita si rivolge, per la quasi totalità professionale, richiede a sua volta ordini di piccola entità, mediamente del calibro di tre bancali per ciascun ritiro.

Il rapporto con i fornitori

Con i produttori di laterizi la rivendita Tiso Alfredo intrattiene rapporti stabili e piuttosto soddisfacenti, nonostante i volumi trattati siano bassi. Evidenza però la scarsità dell'offerta sia di iniziative di formazione sia di attività promozionali (in quest'ultimo caso i più propositivi e attivi sono i produttori di elementi faccia a vista), mentre è giudicata complessivamente buona la qualità del materiale informativo per la rivendita e per la clientela, per quanto in genere si tratti di depliant o cataloghi mirati a presentare la gamma prodotta e non le modalità di posa o le loro caratteristiche tecniche. Gli espositori per le tegole e i coppi, che la rivendita ha collocato nel piazzale interno del magazzino in un'area di passaggio, sono ritenuti funzionali. Praticamente inesistente l'offerta di gadget.

UMIDITÀ?



SISTEMA TERMIT PARLANO I RISULTATI

L'Intonaco Termit applicato sulla muratura forma delle macroporosità che accelerano la traspirazione del muro risanandolo. Tutti i nostri prodotti sono Certificati dal Politecnico di Torino.
Richiedi l'opuscolo informativo sul sistema Termit.

Termit Intonaco da risposte concrete ai tuoi problemi.

Visita il Sito www.termit.it

TERMIT®

intonaco

LA RISPOSTA VINCENTE

AMBROSIO EDILIZIA s.a.s.
Via San Francesco, 6 – 10067 VIGONE (TO)
tel 011.98.09.182 – Fax 011.98.01.080
info@termit.it