

La distribuzione



Le famiglie merceologiche considerate in questo dossier - accomunate dall'appartenenza al macrosettore dei prodotti chimici per l'edilizia, ma con caratteristiche molto diverse le une dalle altre - rappresentano per i distributori una delle principali voci di fatturato. Affinché il rapporto con l'utente finale sia soddisfacente, è fondamentale che l'industria affianchi le rivendite con servizi di formazione e di assistenza tecnica mirati e precisi.

di Laura Maffei

Dopo aver sentito le opinioni dei produttori, come di consueto il Dossier de La Rivendita passa la parola ai rivenditori. Anche questa volta sono sedici le realtà intervistate, che ci hanno raccontato in che modo affrontano la vendita dei prodotti chimici per l'edilizia, con particolare riferimento ad adesivi, sigillanti, additivi per calcestruzzo e resine per consolidamento e fissaggio (le altre categorie di prodotti chimici sono state già trattate nei precedenti Dossier). Oltre a ciò, abbiamo chiesto alle società distributrici intervistate di indicarci anche in quale modo si rapportano con i produttori, per mettere in luce i punti di

forza e, cosa ancora più interessante, in un'ottica naturalmente costruttiva, le "criticità" della relazione tra l'industria e il mercato.

◆ I fornitori

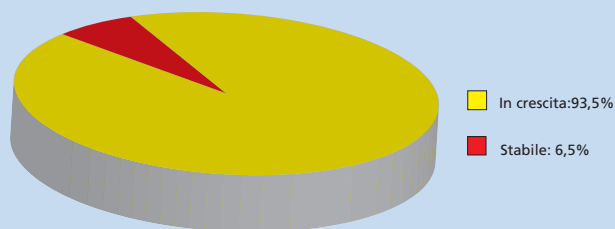
Per le quattro tipologie di prodotti considerate in questa indagine, i rivenditori interpellati si approvvigionano solitamente da almeno due fornitori. Qualora uno di essi disponga di una gamma merceologica sufficientemente ampia, esso è identificato come il fornitore di riferimento, altrimenti, il marchio identificato come "principale" è quello relativo alla tipologia di prodotto più richiesta dal-

la clientela finale, che il più delle volte è quella degli adesivi.

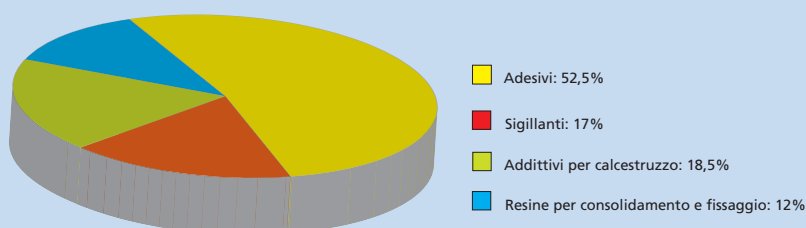
◆ L'andamento delle vendite

I prodotti chimici per l'edilizia costituiscono una importantissima voce di fatturato per le rivendite edili. In questo caso, avendo escluso dalla nostra indagine famiglie merceologiche come le malte e le membrane liquide o gli impermeabilizzanti, alle quali abbiamo già dedicato apposite indagini, e avendo dunque ristretto il campo a sigillanti, adesivi, additivi e resine, la quota di fatturato risulta pari, in media, al 13%, un valore comunque significativo dell'importanza che la

Trend delle vendite dei prodotti chimici



Segmentazione delle vendite per tipologia di prodotto chimico



categoria dei prodotti chimici riveste per i rivenditori edili. Andando ad analizzare l'andamento delle vendite negli ultimi anni, emerge poi un altro dato, ancora più significativo: secondo il 93% degli intervistati, infatti, le vendite in questi quattro segmenti merceologici sono aumentate negli ultimi anni; solo il 6,5% dei rivenditori ha riscontrato una stabilizzazione delle vendite e nessuno ha registrato inversioni di tendenza.

◆ Le varietà offerte

Come già accennato, i prodotti best seller sono quelli adesivi: ad essi corrisponde, infatti, oltre il 50% dei volumi venduti, fatto 100 il totale delle vendi-

te nei quattro segmenti considerati. Seguono con una quota quasi identica, pari al 17-18%, i sigillanti e gli additivi per calcestruzzo; chiudono la classifica le resine, con una quota corrispondente al 12% dei volumi venduti. Vale la pena notare come la maggior parte delle rivendite che sostengono il dato relativo ai prodotti adesivi commercializzano anche pavimenti e rivestimenti, per i quali l'adesivo costituisce un prodotto complementare.

◆ Il target di clientela

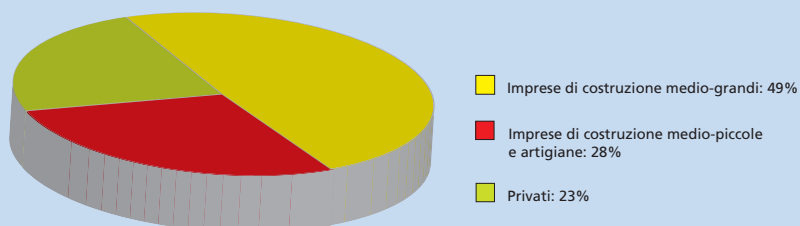
A differenza di quanto riscontrato in altre indagini relative ai prodotti chimici, come le malte o gli impermeabilizzanti, in questo caso una discreta por-

zione della clientela è costituita da privati. I sigillanti e soprattutto gli adesivi, infatti, sono prodotti che l'utente non professionale si sente in grado di utilizzare in prima persona per interventi di non grande rilevanza, e ciò determina l'acquisto diretto da parte loro. Complessivamente, quindi, l'utenza privata va a comporre il 23% della clientela dei rivenditori intervistati. Il restante 77% è ripartito tra imprese di costruzione medio-piccole e imprese artigiane da una parte, con il 28%, e imprese di costruzione medio-grandi dall'altra, con il 49%. Un dato, quest'ultimo, che non lascia dubbi sul ruolo assunto dalla rivendita edile anche per la fornitura di prodotti chimici alle imprese che operano in cantieri di grandi dimensioni, che preferiscono comunque affidarsi ai magazzini edili piuttosto che cercare il contatto diretto con le case produttrici, in virtù del servizio di assistenza immediato, puntuale e capillare che i rivenditori sono in grado di erogare.

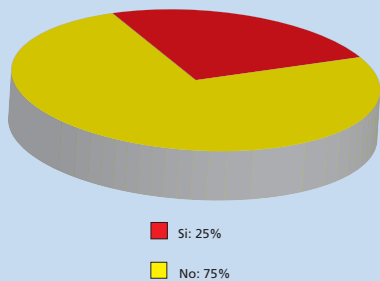
◆ Stoccaggio e rotazione del magazzino

I prodotti chimici considerati in questo dossier presentano caratteristiche molto diverse gli uni dagli altri, vuoi sotto il profilo della forma, del peso/volume e del tipo di confezione, vuoi sotto quello della resistenza alla deperibilità, vale a dire della durata. Tutti questi fattori, uniti al fatto che alcuni tipi di prodotti vengono impiegati necessariamente in quantità molto elevate, e hanno quindi un altrettanto elevato indice di rotazione - al contrario di quanto avviene per altri di tipo diverso - rendono piuttosto difficile, per i rivenditori, stabilire con esattezza ogni quanti giorni il magazzino "idealmente" si svuota, nonché stabilire l'ammontare del prodotto stoccato. Abbiamo così chiesto loro di fare delle stime, dalle quali risulta che in media allo stoccaggio dei prodotti di queste quattro famiglie merceologiche è dedicato uno spazio di circa 200 metri quadrati all'interno del magazzino, che ogni 42 giorni viene riassortito con 240 quintali di pro-

Segmentazione della clientela dei prodotti chimici



Rivendite che effettuano promozioni sui prodotti chimici nel corso dell'anno



dotti misti. Il che equivale a dire che ogni anno un rivenditore smercia in media circa 2.000 quintali di prodotti chimici appartenenti alle categorie degli additivi per calcestruzzo, dei sigillanti, degli adesivi e delle resine per fissaggio e consolidamento.

◆ Il rapporto con l'industria

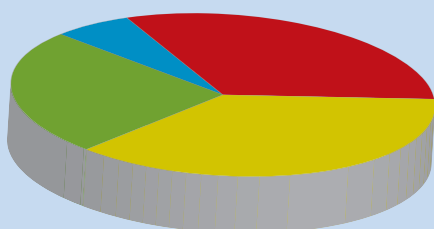
Stando alle interviste raccolte in questo servizio, ci sembra che nelle relazioni con l'industria chimica i rivenditori considerino importante fondamentalmente un tipo di servizio: il rapporto

è considerato tanto più soddisfacente quanto più l'azienda fornitrice è in grado di fornire al distributore informazioni tecniche relative ai prodotti. E allora due sono indicati come i nodi strategici del rapporto: da un lato, la preparazione del personale tecnico-commerciale che con la rivendita si relaziona quasi quotidianamente, insieme al programma di formazione predisposto da quasi tutti i produttori; dall'altro lato, il materiale informativo, cartaceo o multimediale, predisposto dalla stessa industria per illustrare le caratteristiche dei prodotti e le moda-

lità di impiego. Viceversa, le iniziative promozionali attivate dai produttori non solo non spiccano per frequenza, ma non sembrano nemmeno esercitare un particolare appeal presso il trade. Analogo discorso si può fare per il merchandising aziendale: cappellini, t-shirt e altri gadget sono apprezzati dalla clientela a prescindere dal marchio che rappresentano, né sembrano costituire in alcun modo un incentivo all'acquisto. Ciò che invece conta per il rivenditore è poter disporre di tutte le informazioni possibili relativamente alle proprietà del prodotto, all'ambito di utilizzo, alle modalità di posa, perché è questo il vero valore aggiunto che il distributore, in qualità di intermediatore tra utente finale e produttore, può conferire al prodotto stesso. A questo proposito, i rivenditori intervistati concordano nel definire, pressoché unanimemente, di buon livello la qualità dei depliant, delle brochure, dei cataloghi e di qualsivoglia altro strumento di supporto tecnico/informativo predisposto dalle aziende produttrici in questo settore merceologico, particolarmente tecnico: questi strumenti spiccano per la chiarezza espositiva e il grado di dettaglio delle spiegazioni offerte relativamente alle modalità di applicazione dei prodotti. Analogo apprezzamento va a quelle aziende strutturate in modo tale da dare un feed-back in tempo reale a qualsiasi richiesta di chiarimento tecnico-applicativo, attraverso linee telefoniche dedicate o, meglio ancora, strutture di assistenza territoriali.



Stoccaggio dei prodotti chimici in magazzino



- Area di stoccaggio fino a 100 metri quadrati: 31,2% (media 44 mq)
- Area di stoccaggio da 100 a 200 metri quadrati: 37,5% (media 141 mq)
- Area di stoccaggio da 200 a 400 metri quadrati: 25% (media 375 mq)
- Area di stoccaggio oltre 400 metri quadrati: 6,3% (media 600 mq)

Chimica per l'edilizia

A.C.E.S.

Sede	Padernello - TV
Fornitore principale	Levocell
Quota di fatturato derivante dalla vendita dei prodotti chimici	15%
Trend degli ultimi 5 anni	In crescita
Segmentazione delle vendite per tipologia di prodotto	Adesivi: 15% Sigillanti: 70% Additivi per cls: 10% Resine per consolidamento e fissaggio: 5%
Segmentazione della clientela per tipologia	Imprese edili e artigiane: 100%
Ampiezza area stoccaggio dedicata ai prodotti chimici	50 mq
Indice di rotazione del magazzino (relativamente ai prodotti chimici)	90 giorni
Quantitativo medio fornitura al cliente	da 20 kg in su, a seconda del prodotto
Modalità di consegna	Tramite mezzi di proprietà fino a 16 metri di altezza

Approfondimenti

A.C.E.S. tratta tutti i tipi di prodotti chimici per l'edilizia e la quota parte più consistente del volume commercializzato è rappresentata dai sigillanti (70%). Le vendite in tutti i segmenti del settore sono in costante aumento da alcuni anni e rappresentano circa il 15% del giro d'affari complessivo dell'azienda. La clientela acquirente è costituita quasi esclusivamente da imprese edili e applicatori, che ritirano quantitativi di prodotto estremamente variabili. Allo stoccaggio dei prodotti chimici la rivendita dedica uno spazio in magazzino di circa 50 metri quadrati, che ogni 90 giorni viene idealmente riassortito del tutto.

Il rapporto con i fornitori

Il principale fornitore di A.C.E.S. dei prodotti chimici per l'edilizia nelle tipologie contemplate da questo Dossier è Levocell. La rivendita si dice complessivamente soddisfatta del rapporto con l'azienda e apprezza in particolare la disponibilità, da parte del suo ufficio tecnico e dell'agente di zona, ad affiancare il personale della rivendita nel caso si renda necessario risolvere tempestivamente qualche problema o esaudire una richiesta di consulenza proveniente dalla clientela. Positivo anche il giudizio espresso in merito alla qualità del materiale cartaceo distribuito alla rivendita, cataloghi e depliant: esauriente, tecnicamente preciso e di agevole consultazione.

BHM

Sede	Poggibonsi - SI
Fornitori principali	Basf, Mapei
Quota di fatturato derivante dalla vendita dei prodotti chimici	10%
Trend degli ultimi 5 anni	In netto aumento in tutti i segmenti; resine in grande sviluppo
Segmentazione delle vendite per tipologia di prodotto	Adesivi: 60% Sigillanti e resine per consolidamento e fissaggio: 35% Additivi per cls: 5%
Segmentazione della clientela per tipologia	Imprese edili: 25% Imprese artigiane: 60% Privati: 15%
Ampiezza area stoccaggio dedicata ai prodotti chimici	600 mq
Indice di rotazione del magazzino (relativamente ai prodotti chimici)	250 quintali ogni 15 giorni
Quantitativo medio fornitura al cliente	1,5 - 2 quintali
Modalità di consegna	Tramite mezzi di proprietà e vettori esterni anche in quota fino a 12 metri

Approfondimenti

La rivendita BHM dedica grande spazio in magazzino ai prodotti chimici per l'edilizia: 600 metri quadrati, riassortiti ogni 15-18 giorni con 250 quintali di prodotto. I prodotti di questo segmento merceologico costituiscono, infatti, una importante voce di fatturato per l'azienda, pari al 10% giro d'affari complessivo (sostenuto anche dalla vendita di prodotti per la pavimentazione e il rivestimento, cui è dedicato uno show room). Il trend di vendita dei prodotti chimici è in netto aumento, come del resto in generale il business di BHM. Le resine per consolidamento e fissaggio rappresentano ancora una quota marginale del venduto, ma in forte crescita.

Il rapporto con i fornitori

E' soddisfacente da tutti i punti di vista il rapporto di BHM con i suoi due fornitori di prodotti chimici, Basf e Mapei. Notevole l'attenzione di entrambi nel proporre e promuovere i nuovi prodotti, con iniziative dirette del personale commerciale non solo presso il punto vendita, ma anche presso i prescrittori della zona. Frequenti le opportunità offerte alla rivendita di partecipare a incontri di formazione e di organizzarne presso la sua sede, a beneficio della clientela che può così venire a conoscenza delle novità di prodotto e, cosa più importante, assistere alle dimostrazioni pratiche sul loro utilizzo. Secondo BHM da un paio di anni il rapporto con entrambi i fornitori di prodotti chimici si è intensificato e un ruolo centrale in questo senso è sicuramente ricoperto dagli agenti. Parimenti, sono numerose le iniziative promozionali offerte nell'arco dell'anno alla rivendita, che si dice soddisfatta anche del miglioramento, a livello di ricchezza e cura dei contenuti, del materiale cartaceo predisposto per essere distribuito alla clientela; a questo proposito, è evidente l'impegno delle aziende a facilitarne la leggibilità, attraverso una forma espositiva più intuitiva e di immediata comprensione.



Bossero

Sede	Loano - SV
Aggregazione di appartenenza	Gruppo Made Casa In
Fornitori	Fischer, Mapei, Torggler
Fornitori principali	Mapei
Quota di fatturato derivante dalla vendita dei prodotti chimici	8%
Trend degli ultimi 5 anni	In crescita
Segmentazione delle vendite per tipologia di prodotto	Adesivi: 44% Sigillanti: 5% Additivi per cls: 43% Resine per consolidamento e fissaggio: 8%
Promozioni nel corso dell'anno	Nessuna
Segmentazione della clientela per tipologia	Imprese edili: 10% Imprese artigiane: 50% Privati: 40%
Ampiezza area di stoccaggio dedicata ai prodotti chimici	200 mq
Modalità di consegna	Tramite mezzi di proprietà anche in quota fino a 24 metri

Approfondimenti

La rivendita savonese Bossero tratta tre marchi di prodotti chimici appartenenti alle famiglie considerate in questo Dossier, il principale dei quali è Mapei. Dalla loro vendita deriva circa l'8% del fatturato complessivo della rivendita, che si mostra in crescita da alcuni anni ad un ritmo del 10% annuo. I prodotti più venduti sono quelli appartenenti ai segmenti degli adesivi e degli additivi per calcestruzzo. La clientela acquirente è composta: 50% imprese artigiane, 10% imprese di costruzione e 40% privati. La rivendita Bossero dedica allo stoccaggio di questo genere di materiali un ampio spazio in magazzino, di circa 200 metri quadrati di superficie, ed è in grado di consegnare direttamente in cantiere, anche al piano, fino a 24 metri di altezza.

Il rapporto con i fornitori

Ottimo il rapporto con i produttori, soprattutto con quelli dei quali la rivendita tratta l'interessa della gamma prodotta. Poche le promozioni nell'arco dell'anno così come le occasioni di formazione cui la rivendita sceglie di partecipare, nonostante un'alta offerta. La manualistica predisposta dalle aziende produttrici - depliant, brochure e altro materiale cartaceo contenente informazioni descrittive dei prodotti e consigli sul loro utilizzo - è molto richiesta dalla clientela e considerata di grande utilità, perché chiara ed esauriente. Molto apprezzato il servizio di supporto tecnico telefonico. Limitato il quantitativo di gadget ricevuto, giudicato peraltro poco funzionale.

Cannizzaro Casa

Sede	Ispica - RG
Fornitori	Kerakoll, Opera
Fornitore principale	Opera
Quota di fatturato derivante dalla vendita dei prodotti chimici	3%
Trend degli ultimi 5 anni	In crescita, in controtendenza rispetto a quanto accade generalmente nella zona
Promozioni nel corso dell'anno	Nessuna
Segmentazione della clientela per tipologia	Imprese edili: 50% Privati: 50%
Ampiezza area stoccaggio dedicata ai prodotti chimici	400 mq
Indice di rotazione del magazzino (relativamente ai prodotti chimici)	300 quintali ogni 40 giorni
Quantitativo medio fornitura al cliente	Variabile
Modalità di consegna	Tramite mezzi di proprietà anche in quota fino a 7 metri

Approfondimenti

La vendita dei prodotti chimici, in particolare quella degli adesivi, per Cannizzaro Casa è strettamente legata a quella delle piastrelle, che costituisce il core business della rivendita e contribuisce nella misura del 3% al suo fatturato totale. Le vendite dei prodotti di questa famiglia merceologica sono in crescita da alcuni anni, un fatto di rilievo, secondo il titolare, e in controtendenza rispetto a quanto registrato da altri rivenditori che operano nella medesima area di mercato. La clientela per questo tipo di prodotti è equamente ripartita tra imprese di costruzione e privati. La rotazione del magazzino dei prodotti chimici - che occupa 400 degli 8.000 metri quadrati complessivamente dedicati allo stoccaggio dei materiali commercializzati da Cannizzaro Casa - avviene in media ogni 40 giorni con 300 quintali di prodotti misti.

Il rapporto con i fornitori

Cannizzaro Casa giudica complessivamente soddisfacente la relazione con i suoi fornitori di prodotti chimici per l'edilizia, Opera e Kerakoll; ottima la qualità del prodotto, abbastanza frequenti le iniziative promozionali (soprattutto stagionali) e quelle di aggiornamento sulle novità di prodotto. Un aspetto che potrebbe, invece, essere ulteriormente migliorato è quello legato al materiale cartaceo predisposto come supporto alla vendita: cataloghi e depliant sono ritenuti di buon livello dal punto di vista dei contenuti e della chiarezza espositiva, ma la disponibilità non è costante.



Chimica per l'edilizia

Centro Edile Sacchetti

Sede	Bagnarola di Cesenatico - RN
Fornitori	Ardea, Kerakoll, Opera
Fornitore principale	Opera
Trend degli ultimi 5 anni	In crescita
Quota di fatturato derivante dalla vendita dei prodotti chimici	15%
Segmentazione delle vendite per tipologia di prodotto	Adesivi: 70% Sigillanti: 10% Additivi per cls: 10% Resine per consolidamento e fissaggio: 10%
Promozioni nel corso dell'anno	Nessuna
Segmentazione della clientela per tipologia	Imprese edili: 85% Privati: 15%
Ampiezza area stoccaggio dedicata ai prodotti chimici	30 mq
Indice di rotazione del magazzino (relativamente ai prodotti chimici)	40 giorni
Quantitativo medio fornitura dal produttore:	Variabile a seconda del valore della merce
Quantitativo medio fornitura al cliente:	Dai 3-4 quintali al bancale intero (14 quintali)
Modalità di consegna:	Tramite mezzi di proprietà

Approfondimenti

La vendita dei prodotti chimici per l'edilizia genera circa il 15% del fatturato complessivo del Centro Edile Sacchetti, che commercializza nell'interezza di gamma i prodotti di Opera, cui si affiancano alcuni prodotti di Ardea e di Kerakoll. Il 70% del volume distribuito appartiene al segmento degli adesivi e il rimanente 30% è costituito in ugual misura da sigillanti, additivi per cls e resine. La clientela acquirente di questi prodotti è per l'85% professionale e ad essa la rivendita offre il servizio di consegna in cantiere. Allo stoccaggio dei prodotti chimici Sacchetti dedica un'area coperta di circa 30 metri quadrati, riassortita mediamente ogni 40 giorni.

Il rapporto con i fornitori

Il Centro Edile Sacchetti giudica positivamente il rapporto con i suoi fornitori di prodotti chimici, in particolare quello con Opera e Ardea, fornitori principali della rivendita per questa tipologia di prodotti, con cui si è creato nel corso degli anni un rapporto personale e, grazie alla vicinanza territoriale, diretto, che consente al Centro Edile Sacchetti anche di ottenere la disponibilità del personale tecnico delle aziende a intervenire in cantiere in caso di necessità.

La rivendita giudica soddisfacente anche la qualità dei depliant informativi predisposti dai fornitori per la distribuzione sul punto vendita, oltre alla disponibilità dei gadget e alle iniziative promozionali, in particolare quelle legate alle fiere di settore. In generale, infine, i fornitori di prodotti chimici intrattengono con la rivendita un rapporto costante per aggiornare, tramite e-mail, sulle novità di prodotto.

Ceramiche Lago

Sede	S. Giovanni in Carico - FR
Fornitori	Colmef, Kerakoll, Mapei, Torgler
Fornitori principali	Colmef
Quota di fatturato derivante dalla vendita dei prodotti chimici	15%
Trend degli ultimi 5 anni	In crescita
Segmentazione delle vendite per tipologia di prodotto	Adesivi: 85% Sigillanti: 5% Resine per consolidamento e fissaggio: 10%
Promozioni nel corso dell'anno	Sì, sugli adesivi
Segmentazione della clientela per tipologia	Imprese artigiane: 25% Privati: 75%
Ampiezza area stoccaggio dedicata ai prodotti chimici	40 mq
Indice di rotazione del magazzino (relativamente ai prodotti chimici)	80 quintali ogni 90 giorni
Quantitativo medio fornitura al cliente	5 quintali
Modalità di consegna	Tramite mezzi di proprietà anche in quota fino a 14 metri

Approfondimenti

Ceramiche Lago tratta un'ampia gamma di prodotti chimici per l'edilizia e si approvvigiona da un pool di fornitori, il principale dei quali è Colmef. La vendita di questo genere di prodotti determina il 15% del fatturato complessivo della rivendita e la tipologia trattata principalmente è quella degli adesivi per pavimenti e rivestimenti, per i quali nell'arco dell'anno Ceramiche Lago studia anche delle iniziative promozionali. Da notare che il 75% della clientela della rivendita è costituita da privati, clienti della sala mostra, che provvedono da sé anche alla posa dei materiali. Allo stoccaggio dei prodotti chimici Ceramiche Lago dedica 40 metri quadrati in magazzino, riassortiti ogni 90 giorni di circa 80 quintali di prodotti.

Il rapporto con i fornitori

Buono il rapporto di Ceramiche Lago con i suoi fornitori di prodotti chimici, di cui sono molto apprezzate le iniziative di formazione, ritenute utili momenti di approfondimento in vista della comprensione delle diverse modalità di utilizzo dei prodotti. Chiari e utili anche i depliant studiati a questo stesso scopo, mentre non sono di grande interesse le promozioni che, sporadicamente, i fornitori propongono alla rivendita, perché in genere riguardano prodotti per i quali la domanda del mercato locale non è particolarmente sostenuta. Buona la qualità dei gadget a marchio aziendale, che la rivendita riceve però in quantità piuttosto limitate.

Cra Due

Sede	Roma
Fornitore principale	Arifer, Colmef, Fassa
Trend degli ultimi 5 anni	In crescita
Segmentazione delle vendite per tipologia di prodotto	Adesivi: 35% Sigillanti: 25% Additivi per cls: 25% Resine per consolidamento e fissaggio: 15%
Segmentazione della clientela per tipologia	Imprese edili e artigiane: 80% Privati: 20%
Ampiezza area di stoccaggio dedicata ai prodotti chimici	100 mq
Indice di rotazione del magazzino (relativamente ai prodotti chimici)	7 giorni
Modalità di consegna	Tramite mezzi di proprietà

Approfondimenti

Una tra le voci di fatturato più importanti nel comparto dell'edilizia per l'azienda Cra Due è costituita proprio dai prodotti chimici, che hanno registrato negli ultimi anni un interessante sviluppo. Cra tratta tutti i tipi di prodotti all'interno di questa categoria merceologica e la tipologia best seller, limitatamente al nostro settore di indagine, è rappresentata dagli adesivi, che determinano il 35% delle vendite, seguiti dai sigillanti e dagli additivi, con una quota del 25%, e infine dalle resine. La clientela per queste famiglie merceologiche è costituita per il 20% dai privati, che si rivolgono al magazzino anche per acquisti di altro genere, e per il resto da imprese e artigiani. La rotazione del magazzino dei prodotti chimici, che occupa uno spazio di 100 metri quadrati, presso Cra è elevata: avviene infatti mediamente una volta a settimana.

Il rapporto con i fornitori

Sono tre i principali fornitori della rivendita per le quattro tipologie di prodotti chimici considerate da questo Dossier e con tutti il rapporto è ritenuto soddisfacente, merito soprattutto del personale tecnico-commerciale che presidia con frequenza il punto vendita e offre un puntuale servizio di consulenza. Alla rivendita non viene mai fatto mancare il materiale cartaceo illustrativo delle caratteristiche dei prodotti da distribuire alla clientela, mentre non altrettanto si può dire dei gadget.



Domus

Sede	Foligno - PG
Aggregazione di appartenenza	Gruppo Made Casa In
Fornitori principali	Fischer, Mapei
Quota di fatturato derivante dalla vendita dei prodotti chimici	20%
Trend degli ultimi 5 anni	In crescita
Segmentazione delle vendite per tipologia di prodotto	Adesivi: 50% Sigillanti: 10% Additivi per cls: 35% Resine per consolidamento e fissaggio: 5%
Promozioni nel corso dell'anno	Nessuna
Segmentazione della clientela per tipologia	Imprese edili: 70% Privati: 30%
Ampiezza area stoccaggio dedicata ai prodotti chimici	300 mq
Indice di rotazione del magazzino (relativamente ai prodotti chimici)	400 quintali ogni 35 giorni
Quantitativo medio fornitura al cliente	10 quintali
Modalità di consegna	Tramite vettori esterni anche in quota fino a 22 metri

Approfondimenti

Le attività della rivendita Domus sono gestite dalla nuova proprietà da circa quattro anni, e in conseguenza di questa modificazione strutturale le vendite dei prodotti chimici per l'edilizia, come di quelli degli altri comparti merceologici distribuiti, hanno registrato una importante crescita. Nel caso specifico dei prodotti presi in considerazione in questo Dossier, il fatturato è triplicato nel 2004 e raddoppiato nel 2005, e per quest'anno si prevede un aumento del 60%. Domus dispone anche di una sala mostra di pavimenti e rivestimenti, che fa da volano alla vendita degli adesivi. Allo stoccaggio dei prodotti chimici la rivendita dedica un'area di 300 metri quadrati del magazzino, che esprime un indice di rotazione di 400 quintali ogni 35 giorni.

Il rapporto con i fornitori

La quasi totalità dei prodotti chimici distribuiti dalla rivendita Domus è a marchio Mapei o Fischer. La rivendita giudica positivamente il rapporto con entrambi i fornitori, anche se taluni aspetti del rapporto potrebbero essere ulteriormente migliorati. Di grande utilità le iniziative di formazione di Mapei, ricche le attività promozionali di entrambi, dipendenti dalla quantità dei prodotti acquistati o stagionali. Buona la qualità dei gadget offerti, anche se la fornitura potrebbe essere quantitativamente superiore. Ottimi i contenuti dei cataloghi e dei depliant relativi ai prodotti, che, nonostante per la natura dei prodotti stessi non possano che essere particolarmente tecnici, si dimostrano di facile comprensione.

Chimica per l'edilizia

Edil Fiorentini

Sede	Artena - RM
Fornitori	Colmef, Fornace Calce Grigolin
Trend degli ultimi 5 anni	Stabile
Segmentazione delle vendite per tipologia di prodotto	Adesivi: 70% Sigillanti: 10% Additivi per cls: 10% Resine per consolidamento e fissaggio: 10%
Promozioni nel corso dell'anno	Nessuna
Segmentazione della clientela per tipologia	Imprese edili e artigiane: 80% Privati: 20%
Ampiezza area di stoccaggio dedicata ai prodotti chimici	100 mq
Indice di rotazione del magazzino (relativamente ai prodotti chimici)	30 giorni
Modalità di consegna	Tramite mezzi di proprietà

Approfondimenti

Tra le quattro famiglie merceologiche considerate in questo Dossier, gli adesivi per pavimenti e rivestimenti rappresentano la principale voce di fatturato per la Edil Fiorentini. La clientela che si rivolge al magazzino per l'acquisto dei prodotti chimici è per la maggior parte costituita da imprese edili e artigiani applicatori (80%) e la rivendita a richiesta è in grado di effettuare anche il servizio di consegna diretta in cantiere avvalendosi di mezzi di trasporto di proprietà. Allo stoccaggio dei prodotti chimici qui considerati Edil Fiorentini dedica uno spazio in magazzino di circa 100 metri quadrati, riassortito mediamente ogni 30 giorni.

Il rapporto con i fornitori

Il rapporto con le aziende di produzione nei settori analizzati è considerato complessivamente soddisfacente dalla rivendita Edil Fiorentini, che tratta due marchi principali in questo settore, Colmef e Fornaci Calce Grigolin. Alla rivendita vengono spesso offerte occasioni di formazione, tenute il più delle volte presso la sua stessa sede dal personale tecnico-commerciale delle aziende fornitrici. Parimenti, Edil Fiorentini si dice soddisfatta anche delle promozioni offerte dalle aziende, che si esplicano in premi erogati al raggiungimento di determinati fatturati. Molto richiesto dalla clientela il materiale cartaceo esplicativo delle caratteristiche dei prodotti e delle modalità di utilizzo, che le aziende approntano in modo chiaro ed esauriente. La richiesta di gadget da parte della clientela non è invece molto elevata.



MANUFATTI in POLIETILENE

P.P.E. S.p.A.
PLASTIC PROGET EUROPEAN

Via delle Industrie, 9 26814 LIVRAGA (LO)
Tel. 0377-987243 Fax 0377-987273
E-mail: ppe@ppe.it - internet: www.ppe.it

Produzione MANUFATTI in POLIETILENE

F.lli Paolini

Sede	Città di Castello - PG
Aggregazione di appartenenza	BigMat ProMa Italia
Fornitori	Colmef, Kerakoll
Fornitori principali	Kerakoll
Trend degli ultimi 5 anni	In crescita
Promozioni nel corso dell'anno	Nessuna
Segmentazione della clientela per tipologia	Imprese edili: 80% Privati: 20%
Ampiezza area di stoccaggio dedicata ai prodotti chimici	150 mq
Indice di rotazione del magazzino (relativamente ai prodotti chimici)	300 quintali ogni 15 giorni
Quantitativo medio fornitura al cliente	Da 1 kg in su
Modalità di consegna	Tramite mezzi di proprietà anche in quota fino a 23 metri

Approfondimenti

La F.lli Paolini è un "grande consumatore" di prodotti chimici per l'edilizia. Cliente in particolare di Kerakoll, oltre che di Colmef, smercia mediamente 600 quintali di prodotto misto al mese. Ad esso dedica un'area del magazzino di 150 metri quadrati di superficie, riassortita ogni 15 giorni con 300 quintali di prodotti. Difficile stabilire la segmentazione percentuale della vendite e altrettanto dicasi per il dato relativo alla quota del fatturato complessivo della rivendita che deriva dalla vendita dei prodotti di questo tipo, ma il trend registrato negli ultimi anni è crescente in tutti i segmenti del settore; nel caso dei collanti, tale tendenza è in parte trainata anche dalla sala mostra di cui la rivendita dispone. Tra i servizi offerti dalla rivendita alla sua clientela, che per l'80% è professionale, segnaliamo quello di consegna in cantiere fino a 23 metri di altezza.

Il rapporto con i fornitori

E' soddisfacente e improntato alla collaborazione il rapporto che la F.lli Paolini intrattiene con i suoi fornitori di prodotti chimici. Ad essere particolarmente apprezzati sono i corsi di formazione per il personale della rivendita e la clientela, la consulenza dei tecnici dei produttori in cantiere e la qualità del materiale cartaceo che illustra, in modo chiaro ed esauriente, le caratteristiche prestazionali dei prodotti e le modalità di utilizzo. Per quanto riguarda i gadget a marchio aziendale, la F.lli Paolini auspicherebbe di riceverne in quantità superiore.



Gaddi Antonio

Sede	Mandello del Lario - LC
Aggregazione di appartenenza	Cormed
Fornitori	Kerakoll, Levocell, Ruredil, Torggler
Fornitore principale	Ruredil
Trend degli ultimi 5 anni	In crescita
Segmentazione delle vendite per tipologia di prodotto	Adesivi: 50% Sigillanti: 10% Additivi per cls: 30% Resine per consolidamento e fissaggio: 10%
Promozioni nel corso dell'anno	nessuna
Segmentazione della clientela per tipologia	Imprese edili: 7% Imprese artigiane: 90% Privati: 3%
Ampiezza area di stoccaggio dedicata ai prodotti chimici	50 mq
Indice di rotazione del magazzino (relativamente ai prodotti chimici)	120 giorni
Quantitativo medio fornitura dal produttore	100 quintali
Quantitativo medio fornitura al cliente	1 quintale
Modalità di consegna	tramite mezzi di proprietà e vettori esterni

Approfondimenti

La rivendita Gaddi commercializza i prodotti chimici di quattro produttori. La principale voce di fatturato all'interno di questa categoria di prodotto è quella degli adesivi, che rappresentano il 50% delle vendite, seguiti dagli additivi per calcestruzzo (30%). Ad acquistarli sono soprattutto le imprese artigiane, che rappresentano il 90% della clientela acquirente dei prodotti del settore considerato in questo Dossier. La rivendita dedica allo stoccaggio di questi materiali il 10% della superficie del magazzino, 50 metri quadrati circa, che viene idealmente riassortita ogni 4 mesi con 100 quintali di prodotti misti. Gaddi effettua il servizio di trasporto in cantiere con mezzi di proprietà e si avvale di vettori esterni che dispongono di camion con gru per consegnare direttamente al piano.

Il rapporto con i fornitori

Il rapporto con l'industria è complessivamente buono, ma Gaddi rileva a volte una certa staticità dal punto di vista dell'offerta di prodotti meglio rispondenti alle specifiche richieste della clientela. Al contrario, i produttori partner sono molto attivi sotto il profilo del supporto commerciale offerto alla rivendita, che si esplica in promozioni e corsi di formazione per il personale del magazzino. Il materiale informativo predisposto dalle aziende, depliant e cataloghi tecnici, è considerato discreto: potrebbero essere migliorate le sezioni relative all'illustrazione dei settori di impiego dei prodotti e della spiegazione delle loro modalità di utilizzo. Buona la qualità dei gadget, offerti in quantità abbondante.

GDE

Sede	Navile - BO
Aggregazione di appartenenza	Gruppo GDE
Fornitori	Fassa, Fischer, Kerakoll, Litocoll, Mapei, San Marco, Torggler, Weber&Broutin
Fornitori principali	Mapei
Trend degli ultimi 5 anni	In crescita, ultimamente stabile
Segmentazione delle vendite per tipologia di prodotto	Adesivi: 60% Sigillanti: 15% Additivi per cls: 15% Resine per consolidamento e fissaggio: 10%
Promozioni nel corso dell'anno	Sì, sui sigillanti
Segmentazione della clientela per tipologia	Imprese edili medie e grandi: 70% Imprese artigiane: 30%
Ampiezza area di stoccaggio dedicata ai prodotti chimici	400 mq
Indice di rotazione del magazzino (relativamente ai prodotti chimici)	250 quintali ogni 60 giorni
Quantitativo medio fornitura al cliente	5-10 quintali
Modalità di consegna	Tramite mezzi di vettori esterni anche in quota fino a 10 metri

Approfondimenti

GDE si approvvigiona da un ampio numero di produttori di prodotti chimici, il principale dei quali è Mapei. Il trend delle vendite nei quattro segmenti considerati in questo dossier è crescente ormai da alcuni anni, anche se recentemente si registra un lieve rallentamento. La segmentazione delle vendite per tipo di prodotto chimico vede in netta prevalenza gli adesivi, che da soli determinano il 60% del volume distribuito all'interno del comparto. La clientela è composta per il 70% da imprese edili, soprattutto di media grandezza, e artigiane. Allo stoccaggio di questi materiali sono dedicati 400 metri quadrati, riassortiti mediamente di 250 quintali misti di prodotti ogni due mesi.

Il rapporto con i fornitori

In generale la rivendita GDE si dice soddisfatta del rapporto con i fornitori del comparto, che si dimostrano attivi e propositivi sotto molteplici punti di vista, a partire da quello della formazione e dell'aggiornamento del personale della rivendita, che si esplica non solo tramite i consueti incontri promozionali con i tecnici delle aziende sul punto vendita, ma anche, nel quotidiano, tramite il rapporto coi gli agenti di vendita che sono anche qualificati consulenti. Con cadenza mediamente trimestrale, poi, alla rivendita vengono proposte promozioni sui prodotti. Buona la qualità del materiale cartaceo di supporto alla vendita, ora affiancato da quanto i produttori pubblicano sui propri siti web.



AcquaPAR



Impermeabilizzante

Ecozero



Isolante termoacustico

PhonoPAR



Isolante acustico sottopavimento

B-PAR



Sottogola traspirante

ReflexPAR



Sottogola impermeabilizzante e schermo riflettente

Drenotex



Geotessile

VeloPAR

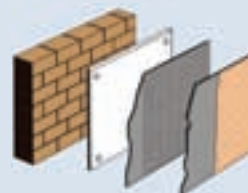


Armatura per impermeabilizzazioni liquide

GlassPAR Net



Rete in fibra di vetro



Armatura pareti

NUOVO!



Freudenberg Politex S.r.l.
Strada Provinciale Novedratese, 17/a
22060 Novedrate (CO) Italia
Telefono: +39 031 793 111 Fax: +39 031 793 481
www.freudenbergpolitex.com - bm@politex.it



Magnani Edilizia

Sede	Gazzada - VA
Fornitore principale	Basf, Sika, Torggler
Quota di fatturato derivante dalla vendita dei prodotti chimici	30%
Trend degli ultimi 5 anni	In crescita
Segmentazione delle vendite per tipologia di prodotto	Adesivi: 20% Sigillanti: 20% Additivi per CLS: 40% Resine per consolidamento e fissaggio: 20%
Segmentazione della clientela per tipologia	Imprese edili: 60% Imprese artigiane: 25% Privati: 15%
Ampiezza area stoccaggio dedicata ai prodotti chimici	400 mq
Indice di rotazione del magazzino (relativamente ai prodotti chimici)	60 giorni
Quantitativo medio fornitura al cliente	a partire da 30 chili
Modalità di consegna	Tramite mezzi di proprietà anche in quota fino a 22 metri

Approfondimenti

Il 30% del giro d'affari della Magnani Edilizia deriva dalla vendita dei prodotti chimici, in particolare degli additivi per calcestruzzo, che da soli rappresentano il 40% del volume commercializzato all'interno di questa categoria di prodotto. Il cliente "tipo" della rivendita è la media impresa edile, che ritira quantitativi di prodotti chimici variabili a seconda del prodotto e dell'entità del cantiere, ma di solito non meno di 30 chili. Ampio spazio Magnani dedica, all'interno del magazzino, allo stoccaggio di questi prodotti: ben 400 metri quadrati, riassortiti ogni 60 giorni. Tra i servizi alla clientela, quello di consegna in cantiere con mezzi di proprietà in grado di raggiungere i 22 metri di altezza.

Il rapporto con i fornitori

I servizi di supporto tecnico e di assistenza in cantiere che i fornitori da cui Magnani si approvvigiona sono in grado di garantire sono ritenuti perfetti: in 48 ore ogni problema si risolve. Particolarmente apprezzata dalla rivendita anche la costanza e la frequenza (ogni due tre mesi) con cui le aziende fornitrici aggiornano e rinnovano il materiale informativo cartaceo, illustrativo delle prestazioni dei prodotti, sempre chiaro ed esauriente. Non altrettanto spesso, invece, l'industria propone incontri di formazione. Auspicabile, infine, una maggiore attenzione all'approvvigionamento del punto vendita con gadget aziendali, ritenuti uno strumento assolutamente utile in vista della fidelizzazione della clientela.



Paparo Giorgio

Sede	Satriano - CZ
Aggregazione di appartenenza	BigMat Proma Italia
Fornitori principali	Mapei
Quota di fatturato derivante dalla vendita dei prodotti chimici	8%
Trend degli ultimi 5 anni	In crescita
Segmentazione delle vendite per tipologia di prodotto	Adesivi: 70% Sigillanti: 20% Additivi per cls: 5% Resine per consolidamento e fissaggio: 5%
Promozioni nel corso dell'anno	Stagionali
Segmentazione della clientela per tipologia	Imprese edili: 95% Privati: 5%
Ampiezza area di stoccaggio dedicata ai prodotti chimici	100 mq
Indice di rotazione del magazzino (relativamente ai prodotti chimici)	50 giorni
Quantitativo medio fornitura al cliente	2,5 quintali
Modalità di consegna	tramite mezzi di proprietà anche in quota fino a 10 metri

Approfondimenti

Per la rivendita Paparo i prodotti chimici per l'edilizia costituiscono una discreta voce di fatturato, in crescita negli ultimi anni. Il segmento degli adesivi rappresenta il 70% del volume venduto all'interno di questo settore merceologico, seguito da quello dei sigillanti e in misura minore da additivi e resine. La clientela della rivendita per ciò che riguarda i prodotti chimici in generale è costituita per il 95% dalle imprese edili, di tutte le dimensioni, e solo dal 5% dai privati. Allo stoccaggio di questi materiali è dedicato uno spazio in magazzino di 100 metri quadrati, riassortito ogni 50 giorni.

Il rapporto con i fornitori

Le relazioni della rivendita Paparo con i fornitori di prodotti chimici sono buone e improntate a una grande collaborazione. Tempestive e ben organizzate le consegne, numerosi ed efficaci i corsi di formazione, preparato e disponibile il personale tecnico/commerciale che quotidianamente si relaziona con quello della rivendita. Il livello qualitativo, e anche quantitativo, del materiale informativo cartaceo di supporto alla vendita è considerato altrettanto buono: depliant e cataloghi sono facilmente comprensibili e ricchi di suggerimenti applicativi.



Valentini Remo

Sede	Fratte Polesine - RO
Aggregazione di appartenenza	BigMat Proma Italia
Fornitore principale	Mapei
Quota di fatturato derivante dalla vendita dei prodotti chimici	10%
Trend degli ultimi 5 anni	In crescita in tutti i segmenti merceologici
Promozioni nel corso dell'anno	Si, studiate dal Gruppo BigMat a livello centrale
Segmentazione della clientela per tipologia	Imprese edili e artigiane: 97% Privati: 3%
Ampiezza area di stoccaggio dedicata ai prodotti chimici	50 mq
Indice di rotazione del magazzino (relativamente ai prodotti chimici)	250 quintali ogni 30 giorni
Quantitativo medio fornitura al cliente	500 chili
Modalità di consegna	Tramite mezzi di proprietà anche in quota fino a 20 metri

Approfondimenti

La rivendita Valentini opera sul mercato emiliano e veneto e per i prodotti chimici si affida quasi esclusivamente a Mapei, marchio trattato pressoché nell'interezza della gamma offerta. La vendita dei prodotti chimici genera il 10% del fatturato complessivo della rivendita ed è rivolta quasi totalmente all'utenza professionale, imprese edili e applicatori, che costituiscono il 97% della clientela complessiva per questi tipi di prodotti. Al loro stoccaggio Valentini dedica un'area in magazzino di circa 50 metri quadrati, riassortita mensilmente con un mix di prodotti equivalente a 250 quintali. Tra i servizi offerti dalla rivendita alla sua clientela anche quello di consegna in cantiere, con mezzi di proprietà, fino a 20 metri di altezza.

Il rapporto con i fornitori

Valentini considera complessivamente buono il rapporto con l'industria produttrice di questo tipo di prodotti. Soddisfacente l'offerta di occasioni di formazione, che vengono pienamente sfruttate (6-7 incontri all'anno), così come le iniziative promozionali e i servizi logistici. La qualità dei depliant e dei cataloghi, esplicativi delle caratteristiche tecniche e delle modalità di utilizzo dei prodotti, è buona: tali strumenti sono sufficientemente esaustivi e tecnici al punto giusto. La rivendita giudica positivamente anche il supporto tecnico offerto dall'industria, che va a qualificare ulteriormente il rapporto con la clientela. Buona la qualità anche dei gadget, forniti, tuttavia, in quantità a volte esigue.

Varrone Giuseppe Materiali Edili

Sede	Boves - CN
Aggregazione di appartenenza:	CAE
Fornitori	Fischer, Kerakoll, Mapei, Saratoga, Sika
Fornitore principale	Fischer, Sika
Stima della quota di fatturato derivante dalla vendita dei prodotti chimici	10%
Trend degli ultimi 5 anni	In crescita, negli ultimi tre anni del 15% annuo
Segmentazione delle vendite per tipologia di prodotto	Adesivi: 60% Sigillanti: 2% Additivi per cls: 1% Resine per consolidamento e fissaggio: 37%
Promozioni nel corso dell'anno	Nessuna
Segmentazione della clientela per tipologia	Imprese edili: 30% Imprese artigiane: 50% Privati: 20%
Ampiezza area di stoccaggio dedicata ai prodotti chimici	50 mq
Indice di rotazione del magazzino (relativamente ai prodotti chimici)	85 quintali ogni 50 giorni
Quantitativo medio fornitura al cliente	2,5 quintali
Modalità di consegna	Tramite mezzi di proprietà anche in quota fino a 12 metri

Approfondimenti

E' pari al 10% la quota del fatturato totale della Varrone Giuseppe Materiali Edili che deriva dalla vendita di prodotti chimici, per i quali la rivendita ha scelto di avvalersi di una ricca rosa di partner industriali. Quello della chimica per l'edilizia è un settore costantemente in crescita, come dimostrano i numeri: il giro d'affari aumenta, infatti, da alcuni anni del 15% annuo e mensilmente la rivendita commercializza circa 50 quintali di prodotto. Le vendite riguardano tutti i tipi di prodotti chimici, ma la quota prevalente del volume commercializzato è rappresentata dagli adesivi.

Il rapporto con i fornitori

Per alcuni aspetti, come ad esempio la logistica, il rapporto con le aziende fornitrici è ritenuto addirittura ottimo dalla rivendita Varrone. Buono anche il livello dei supporti cartacei, anche se alcuni enfatizzano eccessivamente gli aspetti commerciali e altri, nonostante debbano necessariamente affrontare tematiche tecniche, si rivelano un po' troppo complessi. Frequenti le iniziative formative e promozionali proposte alla rivendita. Sul rapporto con l'industria, semmai, pesa in alcuni casi, la tendenza a non delimitare sufficientemente le aree di azione dei rivenditori, che a volte causa un clima inutilmente concorrenziale tra gli operatori. Sarebbe auspicabile, infine, una maggiore disponibilità di gadget, ritenuti utili strumenti di fidelizzazione della clientela.

