

La distribuzione



Composito e variegato sia sotto il profilo dell'assortimento merceologico che delle relative dinamiche distributive, il segmento dei grandi elementi per coperture si caratterizza per un trend, salvo alcune eccezioni, di segno positivo. A dominare, in rivendita, i prodotti più standardizzati per formati e dimensioni, nel quadro di una molteplicità di destinazioni d'uso.

Caratterizzato da una consistenza numerica decisamente rilevante, il segmento merceologico oggetto in questa occasione della nostra indagine presenta numerose particolarità quanto alle sue dinamiche distributive. Particolarità che costituiscono una indispensabile premessa agli esiti emersi dalla consueta rilevazione condotta fra i rivenditori – nove in questo caso – selezionati in un campione distribuito su tutto il territorio per coglierne le specificità locali.

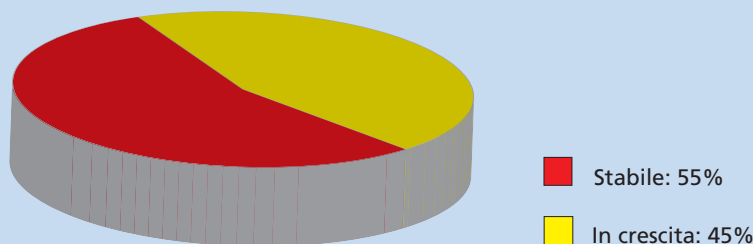
La prima e più importante fra queste è la rilevanza, ancora marginale, che i grandi elementi per coperture hanno

nell'economia generale del fatturato della rivendita. Un dato oggettivo, questo, ma che non deve però trarre in inganno. Se infatti queste merceologie costituiscono ancora un segmento non strategico in termini numerici, è altrettanto vero che innanzitutto esse rappresentano un importante complemento dell'offerta, tanto rilevante da essere pressoché indispensabile. In secondo luogo, anche all'interno di questo panorama generale esistono debite eccezioni, e sono piuttosto rilevanti: eccezioni costituite dai manufatti termoplastici e dal fibrocemento, che hanno al contrario nella rivendi-

ta edile un canale distributivo importante, tanto da generare il 25/30% del fatturato complessivo del segmento. Terzo elemento significativo non in ordine di importanza è la invidiabile stabilità, tendente alla crescita, che il comparto ha evidenziato nel corso degli ultimi cinque anni: un fattore significativo nell'immediato, e che lascia intravedere all'orizzonte interessanti spazi di espansione per un segmento che già oggi, in mercati esteri a noi vicini, "passa" quasi interamente attraverso i rivenditori.

Se queste valutazioni attengono alle generali dinamiche distributive, ve ne sono altre più di dettaglio che offro-

Trend delle vendite



no spunti di riflessione altrettanto interessanti. In primo luogo il rilievo della clientela privata, che come vedremo fra poco è davvero consistente anche se probabilmente frutto per una certa parte di un successivo ricorso a imprese e artigiani per la posa dei manufatti. Dato, quest'ultimo, che fa il paio con l'assenza pressoché totale da questa fase dei rivenditori. E altrettanto coerente con questi aspetti è l'elevata frammentazione delle vendite, con quantitativi medi per singola fornitura che, salvo alcune eccezioni, sono di entità sostanzialmente limitata. Ma vediamo più nel dettaglio cosa è emerso dall'indagine.

◆ I fornitori

Il campione interpellato tende in genere a servirsi presso un numero limitato di fornitori, individuandone tipicamente uno solo o al massimo due per ogni tipologia di prodotto commercializzato. Data la particolarità dei segmenti merceologici coinvolti, la tendenza è quindi quella di individuare un marchio di riferimento per tipologia; solo in due casi il numero complessivo dei fornitori raggiunge le cinque unità.

◆ L'andamento delle vendite

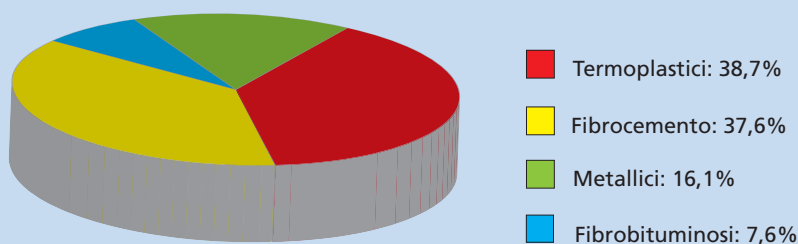
Come abbiamo già accennato, il comparto dei grandi elementi per copertu-

re rappresenta ancora un segmento complementare - sia in valore che sotto il profilo dell'assortimento - nell'offerta commerciale della rivendita, utile tuttavia a completarne la proposta. A confermare questa valutazione è il valore medio del fatturato generato da questi manufatti sul totale complessivo della rivendita, che solo in due casi si colloca sopra il 10% (non superando comunque il 20%), mentre negli altri rimane inferiore. A fronte di tutto ciò, va comunque segnalato che pochi settori offrono un andamento così consolidato, e tendente alla crescita, quanto quello in esame: per il 55% delle rivendite interpellate, infatti, l'andamento delle vendite negli ultimi cinque anni si è mantenuto stabile, mentre ben il 45% dichiara un trend in crescita nel medesimo periodo.

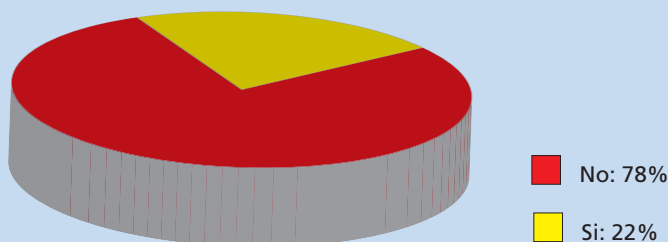
◆ Le varietà offerte

All'interno di un panorama di segno tutto sommato positivo, le tipologie di manufatti che riscuotono il maggiore successo commerciale in rivendita sono gli elementi per copertura a base di materiali termoplastici, che costituiscono mediamente il 38,7% delle vendite, seguiti a ruota dalle lastre in fibrocementi con il 37,6. Ben distanziati gli elementi metallici, con il 16,1% e, fanalino di coda, le lastre fibrobituminose, risultato quest'ultimo largamente ascrivibile alla minore diffusione di questa tipologia. Alcune di queste cifre meritano qualche dettaglio in più. Se infatti può stupire che la famiglia degli elementi metallici, pur se in assoluto al vertice delle classifiche per metri quadri installati, si collochi solo al terzo posto, va tuttavia considerato che, da un lato, ad avere sbocco in rivendita sono soprattutto gli elementi più standardizzati per formati e dimensioni; dall'altro, che questo tipo di manufatti è tradizionalmente oggetto di fornitura diretta all'impresa, anche per questioni legate alla loro posa in opera. Le stesse valutazioni, per contro, spiegano invece i brillanti risultati di prodotti termoplastici e fibrocementizi.

Segmentazione delle vendite per tipologia di prodotto

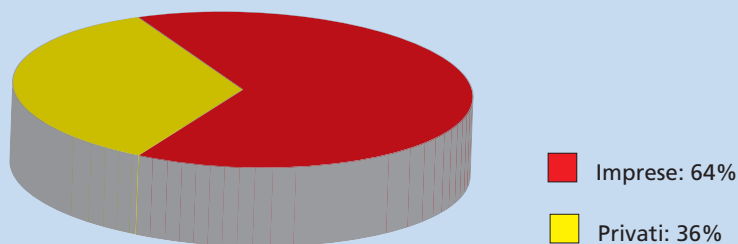


Rivendite che effettuano il servizio di posa

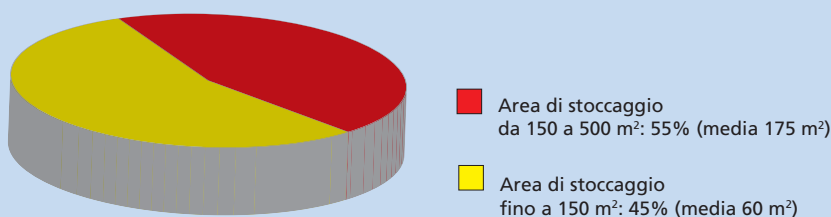


Coperture a grandi elementi

Segmentazione della clientela



Trend delle vendite



◆ Il target di clientela

Dal campione interpellato emerge un dato interessante quanto a questo aspetto: se infatti le imprese rappresentano lo sbocco prioritario per questa tipologia di prodotti, la percentuale di clientela privata appare particolarmente elevata (ben il 36%). Un risultato che coincide perfettamente, come vedremo, con l'entità media della singola fornitura – piuttosto contenuta – e che testimonia una ancora radicata diffusione del fai da te, soprattutto in relazione ad alcune tipologie di manufatti di posa più semplice come il fibrocemento o le lastre in vetroresina. Altrettanto non casuale, quindi, che il servizio di posa in opera venga proposto solo in

un numero limitato di casi (solo il 22%); la consegna in cantiere, e quasi sempre al piano, viene invece garantita dalla totalità del campione di rivendite intervistate.

◆ Stoccaggio e rotazione del magazzino

I dati relativi a questo aspetto riflettono con fedeltà il peso percentuale di questi prodotti sul fatturato complessivo della rivendita: in nessuna delle strutture interpellate, infatti, l'area di stoccaggio dedicata agli elementi per coperture supera i 250 m².

Più in particolare, il 45% dei rivenditori destina a questi manufatti uno spazio fino a 150 m², con una media intorno ai 60 m²; nel restante 55%



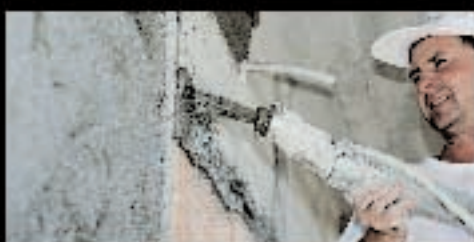
dei casi questo valore sale, ma la superficie media resta comunque al di sotto dei 200 m² (175, per la precisione). Speculari a tali dati sono anche il tasso di rotazione medio del magazzino e l'entità media della fornitura per singolo ordine, entrambi a livelli assai contenuti.

◆ Il rapporto con i fornitori

Sostanzialmente positive, secondo i rivenditori interpellati, le relazioni con il mondo della produzione. Se infatti mancano in genere, per evidenti motivi legati alla natura dei prodotti, le classiche iniziative promozionali e di marketing che caratterizzano altri segmenti, il fornitore non manca di garantire il proprio supporto, soprattutto di carattere tecnico, quando le circostanze o le particolarità della commessa lo richiedano. A fronte di questa considerazione di carattere generale, la sensazione è che un maggiore impegno e disponibilità da parte dell'industria a "scommettere" sul canale della rivendita troverebbe terreno fertile, pur dovendo fare i conti in questo segmento merceologico con una consolidata abitudine al sistema delle forniture dirette.



TERMICA E ACUSTICA



**due problemi
un'unica soluzione**

DIATHONITE®

Premiscelato esclusivamente naturale, formulato con sughero, argilla, polveri diatermiche e legante idraulico. Rivestimento TERMICO, FONCOASSORBENTE, FONDISOLANTE, TRASPIRANTE E DEUMIDIFICANTE ideale per pareti esterne ed interne, solai e tetti.

**LA PARETE TRATTATA CON
SISTEMA DIATHONITE GARANTISCE
IL RISPETTO DEI PARAMETRI PREVISTI
DALLA NORMATIVA ACUSTICA
(DPCM 5.12.97) E DALLA NUOVA
NORMATIVA TERMICA (DLGS 311/06).**

www.diasen.com
www.diathonite.com

DiaSen®
QUALITÀ ED INNOVAZIONE NELL'EDILIZIA

DIASEN Srl Zona Ind. Berbentina, 5 - 50041 SASSOFERRATO (AN)
Tel. 0732 959838 - Fax 0732 970014 - diasen@diasen.com

Edilcommercio

Sede	Grosseto
Aggregazione di appartenenza	Gruppo Made Casa In
Fornitori	Landini, First Corporation, Polistamp
Quota di fatturato derivante dalla vendita delle lastre per coperture	Marginale
Trend degli ultimi 5 anni	In crescita
Segmentazione delle vendite per tipologia di prodotto	Termoplastici 65% Fibrocemento 30% Metalliche 5%
Promozioni nel corso dell'anno	No
Segmentazione della clientela per tipologia	Imprese edili: 50% Artigiani: 50%
Consegna in cantiere	Si
Posa in opera	Si, attraverso squadre esterne
Ampiezza area di stoccaggio dedicata alle lastre per coperture	50 mq
Indice di rotazione del magazzino (relativamente alle lastre)	3 volte l'anno
Quantitativo medio fornitura al cliente	40 - 50 mq

Approfondimenti

Per quanto riguarda le lastre a grandi elementi, Edilcommercio distribuisce sostanzialmente due tipologie di prodotto: le termoplastiche e quelle in fibrocemento. Fra i servizi offerti dalla rivendita va segnalato, oltre al trasporto e consegna diretta in cantiere, quello della posa in opera, delegato a squadre di artigiani esterni dopo aver concordato i dettagli della fornitura, i criteri e sistemi di posa in opera. La clientela per questa tipologia di prodotto è suddivisa al 50 % tra imprese edili e privati, e la fornitura tipo si aggira su una quantità di 40 - 50 metri quadrati.

Il rapporto con i fornitori

Anche Edilcommercio giudica buono e soddisfacente il rapporto con i suoi due fornitori di lastre. Ottimo, in particolare, il rapporto di collaborazione con l'azienda che fornisce le lastre termoplastiche, sia per la consulenza tecnica, sia la promozione fatta sugli organi di stampa che ha così determinato una crescita nelle vendite. Preziosa e utile è stata inoltre la fornitura di espositori che mettono ben in evidenza i prodotti e i sistemi di fissaggio.



Coperture a grandi elementi

Edilmateriali Chistè

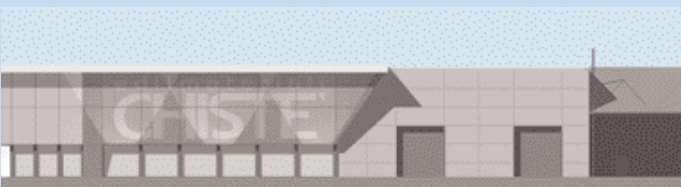
Sede	Riva del Garda
Aggregazione di appartenenza	Consorzio CO.M.E.T.A.
Fornitori	Onduline Italia, Fibrotubi
Quota di fatturato derivante dalla vendita delle lastre per coperture	5%
Trend degli ultimi 5 anni	Stabile
Stima della segmentazione delle vendite per tipologia di prodotto	Fibrobituminosi 70% Fibrocemento 20% Termoplastiche 10%
Promozioni nel corso dell'anno	No
Consegna in cantiere	Sì, anche al piano
Servizio di posa	Sì
Segmentazione della clientela per tipologia	Imprese edili: 50% Privati 50%
Ampiezza area stoccaggio dedicata alle lastre per coperture	200 mq
Indice di rotazione del magazzino (relativamente alle lastre)	8 volte l'anno
Quantitativo medio fornitura al cliente	150 - 200 mq

Approfondimenti

Per Edilmateriali Chistè, rivendita associata al Consorzio CO.M.E.T.A. le lastre per coperture costituiscono una importante voce rispetto al fatturato globale. In un'area di stoccaggio di oltre 200 metri quadrati trovano spazio prodotti fibrobituminosi, lastre in fibrocemento e prodotti termoplastici. Fra i servizi offerti da Edilmateriali Chistè, oltre alla consegna in cantiere spicca quello della posa in opera, fornita attraverso squadre di carpentieri specializzati. In questo modo la rivendita mette a disposizione del cliente finale un pacchetto completo, con un costo finale predeterminato e certo.

Il rapporto con i fornitori

Il rapporto con le aziende produttrici è considerato da Edilmateriali Chistè positivo e improntato alla collaborazione. Soprattutto per i nuovi materiali, le aziende sono disponibili nella prima fase di commercializzazione del prodotto a fornire un supporto alla vendita con presentazioni tecniche, mettendo inoltre a disposizione depliant, cataloghi e manuali con caratteristiche e sistemi di posa.



Bonfante
www.bonfante-edao.it

**ARREDO URBANO
e Recinzioni Modulari**

cambia marcia in cantiere



Con le tre "S" il MER ha inventato ciò che ti occorre per far fronte a qualunque necessità di cantiere.

Spin 15 - mescolatore continuo per materiali premiscelati.

Synthesi - serie completa di betoniere a blocchi, elastiche e leggere, ma anche robuste ed affidabili.

Small 50 - pompa a vite multistadio per intonaci tradizionali e materiali premiscelati, nonché per prodotti resanti e coloranti, riempimento di fughe ed intonaci di consolidamento.

Tagma a tre marce, gli unici ed inusuali le pressobetonari.



Edil Viganò

Sede	Uggiate Trevano Co
Aggregazione di appartenenza	Gruppo Made Casa In
Fornitori	First Corporation, Lattonedil, Landini
Quota di fatturato derivante dalla vendita delle lastre per coperture	Marginale
Trend degli ultimi 5 anni	Stabile
Stima della segmentazione delle vendite per tipologia di prodotto	Termoplastiche 60% Metalliche 30% Fibrocemento 10%
Promozioni nel corso dell'anno	No
Consegna in cantiere	Si, anche al piano
Servizio di posa	No
Segmentazione della clientela per tipologia	Imprese edili: 50% Privati: 50%
Ampiezza area stoccaggio dedicata alle lastre per coperture	50 mq
Indice di rotazione del magazzino (relativamente alle lastre)	6 volte l'anno
Quantitativo medio fornitura al cliente	30 - 50 mq

Approfondimenti

Per la rivendita Edil Viganò il settore delle lastre a grandi elementi è abbastanza marginale in termini di fatturato, anche se rappresenta un importante completamento dell'offerta merceologica. Alla clientela, costituita per il 50% da imprese edili e per il 50% da privati, la rivendita offre il servizio di consegna in cantiere e di consulenza tecnica. L'andamento delle vendite si è mantenuto in questi anni stabile.

Il rapporto con i fornitori

Secondo Edil Viganò le relazioni con l'industria sono buone. In particolare con gli agenti di zona che si dimostrano disponibili sia nella fornitura di documentazione tecnica, sia nella consulenza su problematiche specifiche anche di cantiere.



MER International SpA
Via Salsotto, 63 - 66
53036 Poggibonni (SI)
tel. +39 0577 97241
fax +39 0577 993304
www.mer.it
www.mergroup.com

Coperture a grandi elementi

G.D.S. di Gostinello G&C

Sede	Crotone
Aggregazione di appartenenza	BigMat Pro.Ma. Italia
Fornitori	Edilfibro, Gutta Werke, Fibrotubi, First Corporation, Italpannelli
Quota di fatturato derivante dalle lastre per coperture	20%
Trend degli ultimi 5 anni	Stabile
Segmentazione delle vendite per tipologia di prodotto	Fibrocemento 65% Termoplastici 25% Metalliche 15%
Promozioni nel corso dell'anno	No
Consegna in cantiere	Si
Servizio di posa	No
Segmentazione della clientela per tipologia	Imprese edili: 60% Privati: 40%
Ampiezza area stoccaggio dedicata alle lastre per coperture	150 mq
Indice di rotazione del magazzino (relativamente alle lastre)	6 volte l'anno
Quantitativo medio fornitura al cliente	Variabile

Approfondimenti

La rivendita G.D.S. di Gostinello, aderente al Gruppo BigMat, tratta le tre tipologie di lastre per copertura con prevalenza del fibrocemento. Per questo materiale, che supera ampiamente il 50% delle vendite, svolge anche la funzione di deposito per Edilfibro. Decisamente alto rispetto alla media del campione il fatturato generato dalla commercializzazione delle lastre a grandi elementi, aspetto che si spiega anche con la lunga esperienza maturata dal titolare nel settore delle grandi lastre. Su una superficie dedicata di circa 150 metri quadrati trovano spazio lastre in fibrocemento, termoplastiche e metalliche. La rivendita, che per questo tipo di prodotti è scelta sia da imprese edili, sia da privati, effettua il servizio di trasporto e consegna in cantiere.

Il rapporto con i fornitori

Secondo Gostinello il rapporto con i produttori del comparto delle lastre è soddisfacente, soprattutto per la disponibilità mostrata nel risolvere ogni specifico problema. Buono anche il giudizio sul materiale informativo (cataloghi, depliant), completo e ampiamente corredato di immagini che raffigurano i prodotti e i sistemi di posa in opera. Scarse, invece, le iniziative di formazione per il personale addetto al magazzino.



Produzione
coprimuro per balconi
e Gocciolatoi in Marmo-resina

Via Carpegna 2, Riccione - Tel. 0541 607969 Fax 0541 694331
www.coprimuro.it - info@coprimuro.it

Qualità e convenienza per le tue opere



Si cercano agenti commerciali nelle zone scoperte.
Inviare la propria candidatura al fax 0541 694331

Freudenberg Politec

La protezione per l'edilizia

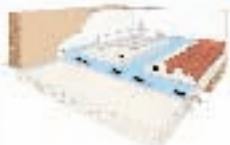


EcoZERO



Isolante termoaustico

PhonoPAR



Isolante acustico sottopavimento

GlassPAR Net



Armatura pareti

Completare la gamma

B-PAR

Fototelegrafia
trapezoidale

AccruPAR Impermeabilizzante

VeloPWR

Armatura per
impermeabilizzanti
liquidi

RollerPAR Antiruggine
impermeabilizzante
a adesivo ritardante

Drenotex

Geotessile



Gruppo Freudenberg Politec

Sede e Direzione: Novedrate (CO) Italia
 Nel mondo: Novedrate (CO), Piacenza (PT), Colmar (Francia), Macon
 (U.S.A.), Nizhny Novgorod (Russia), Lódz (Polonia), Shanghai (Cina).

www.freudenberg-politec.com - it@politec.it

L'Edilizia di Beneggi

Sede	Casnate con Bernate Co
Aggregazione di appartenenza	BigMat Pro.Ma Italia
Fornitori	Fibrotubi, First Corporation, Akraplast
Quota di fatturato derivante dalla vendita delle lastre per coperture	8%
Trend degli ultimi 5 anni	In crescita
Segmentazione delle vendite per tipologia di prodotto	Metalliche 30% Termoplastiche 50% Fibrocemento 20%
Promozioni nel corso dell'anno	No
Consegna in cantiere	Si
Servizio di posa	No
Segmentazione della clientela per tipologia	Imprese edili: 60% Privato 40%
Ampiezza area stoccaggio dedicata alle lastre per coperture	150 mq
Indice di rotazione del magazzino (relativamente alle lastre)	12 volte l'anno
Quantitativo medio fornitura al cliente	300 mq

Approfondimenti

L'Edilizia di Beneggi, rivendita aderente al Gruppo BigMat, commercializza tutti i tipi di lastre per coperture. Oltre il 50% della quota di mercato è imputabile alle termoplastiche, che insieme alle metalliche e al fibrocemento generano un fatturato significativo pari a circa l'8% del totale. Importante risulta anche l'area dedicata allo stoccaggio che supera i 150 metri quadrati. La clientela si suddivide tra imprese edili (60%) e privati (40%). A entrambi i soggetti la rivendita offre il servizio di trasporto e consegna in cantiere. Rilevante anche l'entità della fornitura media, che si attesta sui 300 metri quadrati.

Il rapporto con i fornitori

La rivendita intrattiene buoni rapporti e giudica in modo positivo la disponibilità delle aziende al dialogo, tramite i rappresentanti, e il livello di consulenza nel caso sia richiesto un intervento diretto del produttore nella risoluzione di eventuali problemi che si possono presentare in cantiere. Soddisfacente il livello qualitativo dei supporti alla vendita, quali depliant e cataloghi.



Coperture a grandi elementi

Marzotto

Sede	Cologno Monzese Mi
Aggregazione di appartenenza	BigMat Pro.Ma. Italia
Fornitori	Tegomont, Tegostil, Meteco, First Corporation, Marcegaglia
Quota di fatturato derivante dalle lastre per coperture	10%
Trend degli ultimi 5 anni	In crescita
Segmentazione delle vendite per tipologia di prodotto	Metalliche: 30% Sandwich 30 Termoplastiche: 30% Fibrocemento 10%
Promozioni nel corso dell'anno	No
Consegna in cantiere	Si
Servizio di posa	Si
Segmentazione della clientela per tipologia	Imprese edili: 70% Grandi Committenti: 15% Privati 15% %
Ampiezza area stoccaggio dedicata alle lastre per coperture	200 mq
Indice di rotazione del magazzino (relativamente alle lastre)	12 volte l'anno
Quantitativo medio fornitura al cliente	300 - 500 mq

Approfondimenti

Per Marzotto, rivendita aderente al Gruppo BigMat, le lastre a grandi elementi per copertura costituiscono una merceologia importante. Prova ne è la quota di fatturato generata da questo comparto, oltre il 10%, e l'area dedicata allo stoccaggio che raggiunge i 200 metri quadrati. Un mercato che continua a crescere soprattutto per la tipologia sandwich e che si rivolge come clientela soprattutto alle imprese edili, che coprono il 70% degli acquisti. Per quanto riguarda i servizi, Marzotto offre la consegna in cantiere e a richiesta anche squadre di posa, soprattutto per forniture di importante entità. La fornitura tipo varia tra 300 e 500 metri quadrati.

Il rapporto con i fornitori

Secondo la rivendita Marzotto il rapporto con i produttori del comparto lastre è buono, soprattutto sul fronte della formazione. Marzotto organizza insieme ad alcuni produttori corsi di formazione per i propri agenti di vendita esterni, e in occasione della presentazione di nuovi prodotti riunioni con gli addetti alle vendite interni. Efficaci risultano anche gli strumenti predisposti per offrire informazioni tecniche alla clientela, quali cataloghi e depliant.



MANUFATTI in POLIETILENE

Trattamento acque domestiche

FOSSA IMHOFF IN POLIETILENE

STRUTTURA SERRATA

RECUPERO ACQUE METEORICHE

RECUPERO ACQUE METEORICHE

ACQUE PRIMA PIOGGIA

SCURIGATERRE

CHIAMERILLAR

ONE WAY

BARRIERE SPARTITRAFFICO

P.P.E. s.r.l.

PLASTIC PROGETT EUROPEAN

Via delle Industrie, 9 26814 LIVRAGA (LO)
Tel. 0377 987243 Fax 0377 987273
E-mail: ppe@ppe.it - internet: www.ppe.it
Cerca! agenti e rivenditori per le zone libere

Produzione MANUFATTI in POLIETILENE

Piazzolla

Sede	Terzo Al
Aggregazione di appartenenza	Gruppo Made Casa In
Fornitori	Edilfibro, Sintostamp, Imac, First Corporation
Trend degli ultimi 5 anni	Stabile
Quota di fatturato derivante dalla vendita delle lastre per coperture	5%
Segmentazione delle vendite per tipologia di prodotto	Fibrocemento 60% Termoplastici 40 %
Promozioni nel corso dell'anno	No
Consegna in cantiere	Sì
Servizio di posa per blocchi e masselli	No
Segmentazione della clientela per tipologia	Imprese edili: 70% Privati: 30%
Ampiezza area stoccaggio dedicata alle lastre per coperture	100 mq
Indice di rotazione del magazzino (relativamente alle lastre)	4 volte l'anno
Quantitativo medio fornitura al cliente	200 - 300 mq

Approfondimenti

La vendita delle lastre per coperture da parte della rivendita Piazzolla si suddivide tra fibrocemento e termoplastici. Il trend delle vendite registrato negli ultimi anni per questo settore è stabile, con una leggera flessione. La zona nella quale opera la rivendita si caratterizza per un'edilizia prettamente agricola e dominata ancora dai prodotti tradizionali in laterizio. La clientela è suddivisa tra imprese edili (70%) e privati (30%). Significativa l'entità media della fornitura, attestata tra 200 e 300 metri quadrati.

Il rapporto con i fornitori

Fatta eccezione per un fornitore, il resto dell'industria non supporta adeguatamente con pubblicità e promozione la vendita di questi prodotti. E' un settore abbastanza statico che stenta a trovare stimoli per la sua crescita. I rapporti sono comunque buoni, e improntati alla disponibilità soprattutto da parte degli agenti.



Prefab di Bellini Geom. Pietro & C

Sede	Cologna Veneta VR
Fornitori	Tecno Imac, Edilit
Quota di fatturato derivante dalla vendita delle lastre per coperture	15%
Trend degli ultimi 5 anni	In crescita
Stima della segmentazione delle vendite per tipologia di prodotto	Termoplastici 50% Fibrocemento 50%
Promozioni nel corso dell'anno	No
Consegna in cantiere	Sì, anche al piano
Servizio di posa	No
Segmentazione della clientela per tipologia	Privati: 80% Imprese edili: 20%
Ampiezza area di stoccaggio dedicata alle lastre per coperture	50 mq
Indice di rotazione del magazzino (relativamente alle lastre)	5 volte l'anno
Quantitativo medio fornitura al cliente	30 - 50 mq

Approfondimenti

La rivendita Prefab deve alle lastre per copertura a grandi elementi una quota interessante del proprio fatturato, pari al 15%. Per questo tipo di prodotti si avvale sostanzialmente di due fornitori, uno per le lastre termoplastiche e uno per le lastre in fibrocemento. Prefab segnala fino alla fine dello scorso anno un trend positivo delle vendite. Alla clientela privata, che costituisce quasi l'80 % di quella totale, la rivendita offre il servizio di consulenza tecnica e di consegna in cantiere anche al piano. L'area di stoccaggio delle lastre è al coperto ed è organizzata con scaffalature rifornite mediamente cinque volte all'anno.

Il rapporto con i fornitori

Le relazioni con l'industria sono definite da Prefab positive, in particolare con le Agenzie che fanno da tramite con i produttori. Materiale tecnico, campionature e risposte alle diverse problematiche caratterizzano il rapporto commerciale, anche se sarebbe gradito un maggior supporto tecnico relativamente alle problematiche di posa. La clientela privata, che risulta essere per questa rivendita prevalente nell'acquisto di questa merceologia, richiede più delle imprese consigli e suggerimenti per l'installazione dei prodotti.



Coperture a grandi elementi

Sacchi Vittorino

Sede	Mandrogne Al
Fornitori	Edilfibro, First Corporation, Brianza Plastica
Quota di fatturato derivante dalla vendita delle lastre per coperture	Marginale
Trend degli ultimi 5 anni	Stabile
Segmentazione delle vendite per tipologia di prodotto	Fibrocemento 70% Termoplastici 20% Metalliche 10%
Promozioni nel corso dell'anno	No
Consegna in cantiere	Si
Servizio di posa	No
Segmentazione della clientela per tipologia	Imprese edili: 80% Privati: 20%
Ampiezza area stoccaggio dedicata alle lastre per coperture	50 mq
Indice di rotazione del magazzino (relativamente alle lastre)	20 volte l'anno
Quantitativo medio fornitura al cliente	40 - 50 mq

Approfondimenti

La Rivendita Sacchi Vittorino tratta in particolare lastre in fibrocemento e in misura molto inferiore prodotti termoplastici. In qualche occasione fornisce anche coperture metalliche. La quota di fatturato generata dalle lastre è marginale, ma comunque importante ai fini del completamento della gamma merceologica commercializzata dalla rivendita. Tra i servizi rivolti all'utenza – che per l'80% è costituita da imprese edili – la Sacchi Vittorino offre quello di consegna in cantiere anche per piccole forniture, informazione e assistenza tecnica.

Il rapporto con i fornitori

Le relazioni intrattenute durante l'anno con il personale tecnico-commerciale dei produttori, sono giudicate soddisfacenti. Ogni fornitura è accompagnata da una documentazione tecnica particolareggiata e chiara. In occasione del lancio di nuovi prodotti i produttori sono disponibili a presentare presso il punto vendita caratteristiche, peculiarità e relativi sistemi di posa in opera.



Il Mattone
del nuovo millennio

LA.RE.K.

Produttore del mattone
refrattario pressato e facciavista

"MCT"

Mattone facciavista
fiscio
Traditional



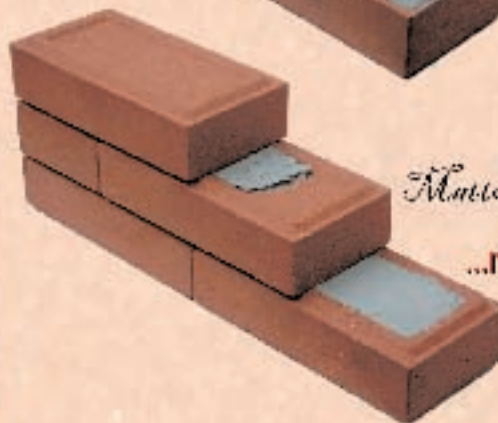
"R900"

Mattone refrattario
...l'unico senza fuga



"FLS"

Mattone facciavista
listellato
...l'unico con fuga



"MTI"

Mattone invecchiato
...le origini



LA.RE.K. S.p.A.
LATERIZI REFRATTARI

Via R. Wenner, 25 (Zona Industriale)
84131 SALERNO

Per informazioni:
Tel. 089 302499

Fax 089 302554 - info@laref.it