

# La distribuzione

Roberto Negri

*Anche se quello tra rivendite e prodotti di ferramenta è un matrimonio di lunga data, solo in questi ultimi anni sembra essere scattata la scintilla della vera passione. Merito, da un lato, di una domanda in costante crescita, dall'altro di strategie distributive mirate a completare in senso sempre più ampio l'offerta.*

**M**ai come nel segmento merceologico oggetto di questo dossier, la vasta famiglia ricompresa nella definizione di prodotti da ferramenta, la rivendita edile è chiamata a una doppia, impegnativa sfida. Da un lato, offrire risposte – commerciali, ma anche tecniche – convincenti a una domanda che anche in questo settore all'apparenza meno complesso di altri chiede qualità, assistenza e servizio; dall'altro, ingaggiare una competi-

zione con altri canali distributivi che se in alcuni casi, come quello delle ferramenta, possono vantare una solida specializzazione e un forte radicamento in questa area merceologica, in altri contano sulla una forte concorrenzialità sul piano del prezzo che la grande distribuzione può offrire. Un richiamo, quest'ultimo, in genere inusuale per un settore altamente professionale come quello edile, ma nel caso specifico pienamente giustificato da una quota

percentuale di clientela che, anche nell'ambito della rivendita, giunge a sfiorare il 20%. All'interno di questo panorama spiccano alcune linee di tendenza che, come vedremo meglio nel dettaglio fra poco, meritano senza dubbio alcune riflessioni. La prima di queste è la forte accelerazione conosciuta negli ultimi anni dal segmento della ferramenta in termini di vendite e peso percentuale sul fatturato dei rivenditori edili. Malgrado infatti, in molti casi, per

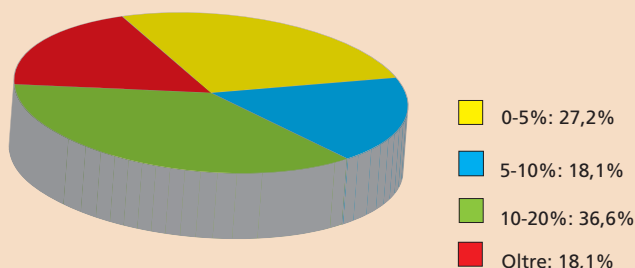


le rivendite da noi interpellate – dodici in totale, fra indipendenti e appartenenti a gruppi o consorzi, distribuite su tutto il territorio nazionale – questo mercato non rappresenta una novità, ma anzi abbia fatto parte del loro assortimento merceologico sin dagli esordi dell'attività, la sua crescita a livelli economici consistenti è un fenomeno relativamente recente. E altrettanto significativo è il fatto che questa tendenza sembra non risentire in nulla delle fluttuazioni del più generale mercato delle costruzioni, dal momento che anche in una fase di oggettivo rallentamento come quella attuale fatturati e previsioni continuano ad essere di segno positivo. Nonostante il segmento sia storicamente ben presidiato da attori con un elevato grado di specializzazione, insomma, la rivendita edile si sta ritagliando al suo interno spazi decisamente interessanti; in questo, va detto, senz'altro agevolata dalla naturale propensione dei suoi tradizionali clienti a concentrare gli acquisti presso un numero di fornitori il più possibile limitato. Ma va anche detto che, come vedremo fra poco, questo favorevole contesto è ben sfruttato grazie a una attenta selezione dei fornitori, un buon assortimento sia in termini di ampiezza che di profondità e strutturate forme di collaborazione con il mondo della produzione. Ma ora diamo la parola ai numeri.

## • I fornitori

Mediamente alto (all'incirca una decina) il numero delle aziende fornitrici con cui opera la rivendita nel settore della ferramenta, dato tutto sommato fisiologico alla luce della forte diversificazione tipologica dei prodotti appartenenti a questa area commerciale. A spiccare in rapporto a tale aspetto, è la forte selezione verso marchi di grande prestigio e notorietà in alcuni segmenti come quello degli elettroutensili, a fronte di una maggiore diversificazione della proposta in altri, rivolti anche a una clientela di privati e appassionati del fai da te, in cui l'assortimento si estende correttamente anche a prodotti "di prezzo".

## Quota di fatturato generata dal settore



## • L'andamento del mercato

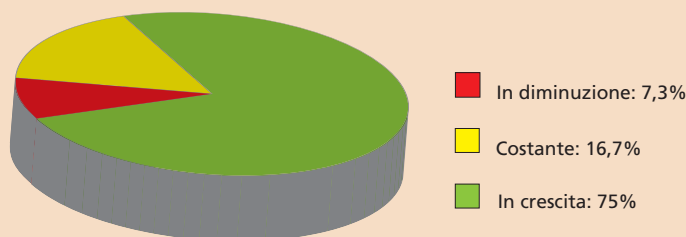
Estremamente significativi i dati emersi dalla nostra rilevazione in merito alla rilevanza del settore della ferramenta sul fatturato complessivo generato dalla rivendita. A colpire a prima vista è soprattutto quel 36,6% di rivenditori per i quali tale merceologia rappresenta una quota di fatturato decisamente importante, collocata tra il 10 e il 20% del totale; ma altrettanto impressionante è quel 18,1% per il quale tale quota sfonda il tetto del 20%. Per più della metà delle rivendite intervistate, in altre parole, una merceologia per tradizione – e almeno in parte anche ora – considerata complementare all'offerta commerciale della rivendita edile ha un peso pari a quello di prodotti considerati centrali nel suo assortimento. E a consolidare questa valutazione concorre il fatto che, anche nei casi in cui la quota percentuale si attesta su livelli inferiori – intorno al 5% - questa viene totalizzata su volumi d'affari complessivi nell'ordine delle decine di milioni di euro, testimoniando del peso economico ormai assunto dal segmento.

Altrettanto positive, non a caso, le valutazioni espresse dai rivenditori sul suo andamento tendenziale degli ultimi cinque anni: ben il 75% degli interpellati lo ha stimato in crescita, a fronte di un residuo 8,3% che, nello stesso periodo, ha rilevato una diminuzione del mercato.

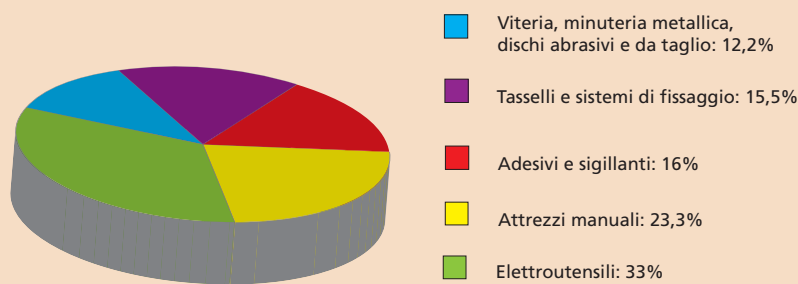
## • La segmentazione delle vendite

Altrettanto interessanti sono i risultati emersi dall'analisi delle quote di fatturato conquistate dalle diverse merceologie rientranti nel settore della ferramenta. Il prevedibile primato degli utensili elettrici, che si accaparrano circa un terzo delle vendite (più precisamente il 33%), seguiti dalle attrezzature manuali con il 23,3%, si inquadra in una segmentazione che vede pressoché appaiati adesivi e sigillanti, con il 16%, e tasselli e sistemi di fissaggio con il 15,5%. A chiudere la classifica sono viteria, minuteria metallica, dischi abrasivi e da taglio con un interessante 12,2%; dato certo inferiore numericamente in termini assoluti ma di notevole peso relativo, considerando il limitato valore unitario

## Trend delle vendite



## Segmentazione delle vendite per tipologia di prodotto



di tali componenti. Da notare, all'interno di questo panorama, come a capeggiare la classifica siano i prodotti a maggiore vocazione professionale, gli elettrotensili, che sembrano ormai aver trovato nella rivendita un canale distributivo importante e affidabile anche sotto il profilo del supporto e dell'assistenza, sempre più concorrenziale sotto il profilo della qualità – di offerta e servizi – rispetto alla più tradizionale ferramenta. Un risultato importante, specie se consideriamo che mentre in altri segmenti i rivenditori edili giocano da sempre in casa, in questo caso essi hanno lanciato – pare con un certo successo – una sfida a un canale forte, ben strutturato e di eccellente capillarità.

### • Il target della clientela

Come abbiamo già anticipato in apertura, il profilo degli acquirenti nell'area merceologica considerata offre qualche spunto di interessante riflessione. Particolarmente alta è, infatti, la quota della clientela privata – ben il 16% - che si rivolge alla rivendita edile per l'acquisto di prodotti potenzial-

mente reperibili in canali più familiari per questo tipo di utenza come le ferramenta e la grande distribuzione dedicata all'hobbistica e al fai da te. Segno, questo, di un'immagine professionale e specializzata che inizia evidentemente ad esercitare una certa attrattiva anche al di fuori del suo naturale campo d'azione. Ma qualche considerazione è d'obbligo anche in relazione alla clientela professionale. Che sembra premiare – accentuando il peso economico di un settore per tradizione complementare nell'offerta della rivendita edile – la crescente attenzione riservata dai rivenditori a prodotti certo non fra i più facili da trattare come gli utensili elettrici, con tutto il corollario di supporto e assistenza tecnica che inevitabilmente richiedono. Una politica in qualche misura dettata dalla richiesta di mercato, ma resa appetibile anche dalle interessanti marginalità offerte da questo segmento.

### • Le motivazioni di acquisto

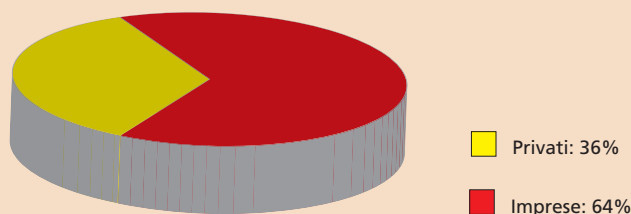
Anche se difficilmente quantificabile in termini numerici, chiaro è il risulta-

to emerso dai rivenditori interpellati sulle motivazioni che guidano gli acquisti della clientela. Le risposte raccolte nel corso della nostra indagine marcano una netta divisione fra le tipologie di prodotto a vocazione più marcatamente professionali – come utensili elettrici e sistemi di fissaggio – dove notorietà e affidabilità del marchio e qualità costruttiva rappresentano i fattori di scelta strategici, e altre, destinate anche a una clientela privata, in cui il fattore prezzo (considerato comunque in un'ottica di rapporto costo/prestazioni) ha un rilievo superiore. Interessante e perfettamente coerente, in questo quadro, la politica adottata a monte dai rivenditori nella selezione dei marchi trattati: in genere livellata verso una fascia medio – alta nel segmento professionale, estesa anche a un'offerta di prodotti "di prezzo" nelle altre merceologie.

### • Il rapporto con i fornitori

Buono e improntato a una costante collaborazione, da quanto emerso nella nostra indagine, è il rapporto tra la rivendita e i suoi principali fornitori, con i quali vengono frequentemente sviluppate iniziative promozionali e di marketing congiunte. Salvo rare eccezioni, cresce in generale nei rivenditori la percezione dell'importanza crescente loro attribuita quale canale distributivo da parte del mondo della produzione, così come parallelamente la necessità di contare su supporti che vadano al di là dell'ambito più strettamente commerciale per estendersi alla formazione e all'assistenza tecnica al prodotto, di cui i rivenditori evidenziano l'importanza ai fini di una gestione professionale e di successo di tali merceologie. Non a caso, fra le esigenze più frequentemente manifestate dai rivenditori nel rapporto con i fornitori spiccano, accanto al tema sempre cruciale della tempestività delle consegne, la richiesta di documentazione tecnica, l'organizzazione di presentazioni e dimostrazioni pratiche dei prodotti e l'assistenza post vendita. ■

## Segmentazione della clientela



## Cantiani

<b>Sede</b>	Fiano Romano (Roma)
<b>Aggregazione di appartenenza</b>	Gruppo Made Casaln
<b>Fornitori</b>	Morganti, Bosch, Saratoga, Fischer, Montolit, Raimondi
<b>Quanto di fatturato derivante dal settore ferramenta</b>	5%
<b>Trend degli ultimi cinque anni</b>	In crescita
<b>Spazio dedicato all'interno del magazzino</b>	Area dedicata: Si Superficie: 150 mq
<b>Tipologie di prodotti distribuiti e relativa percentuale</b>	20% Adesivi e sigillanti 15% Tasselli e sistemi di fissaggio 20% Attrezzi manuali 35% Elettroutensili 10% Viteria, minuteria metallica, dischi abrasivi e da taglio
<b>Indice di rotazione del magazzino</b>	Una volta al mese
<b>Segmentazione della clientela per tipologia</b>	70% Impresa 30% Privato
<b>Indice di gradimento dei servizi offerti dai produttori (in ordine di importanza)</b>	Tempestività nelle consegne Condizioni contrattuali Presentazione e dimostrazioni pratiche dei prodotti Documentazione tecnica Condizioni di pagamento

## Fadalti

<b>Sede</b>	Sacile (Pn)
<b>Fornitori</b>	Fischer, Friulsider, Foredil, Bin Sistemi, Sait Abrasivi, Bosch, Montolit, Uniflex, Decafer, Dewalt
<b>Quanto di fatturato derivante dal settore ferramenta</b>	5%
<b>Trend degli ultimi cinque anni</b>	In crescita
<b>Spazio dedicato all'interno del magazzino</b>	Area dedicata: Si Superficie: da 200 a 500 mq
<b>Tipologie di prodotti distribuiti e relativa percentuale</b>	20% Tasselli e sistemi di fissaggio 40% Attrezzi manuali 30% Elettroutensili 10% Viteria, minuteria metallica, dischi abrasivi e da taglio
<b>Indice di rotazione del magazzino</b>	5 volte l'anno
<b>Segmentazione della clientela per tipologia</b>	85% Impresa 15% Privati
<b>Indice di gradimento dei servizi offerti dai produttori (in ordine di importanza)</b>	Condizioni contrattuali Documentazione tecnica Presentazione e dimostrazioni pratiche dei prodotti Tempestività nelle consegne Condizioni di pagamento

### Approfondimenti

Nata come area merceologica complementare a un'offerta incentrata sul settore edilizio, la ferramenta ha acquisito una rilevanza sempre maggiore sia per assortimento che per profondità di gamma all'interno della rivendita, che oggi punta con decisione su questo segmento. La possibilità di soddisfare a 360 gradi le richieste di una clientela in cui il privato sta iniziando ad assumere un peso rilevante è vista come elemento strategico della politica commerciale di Cantiani, oltre che come fattore di competizione anche nei confronti di canali distributivi più specializzati.

#### Marchio, prezzo o ...

Anche in questo caso gli orientamenti della clientela divergono in maniera sensibile a seconda che si tratti di un'utenza professionale, più tendente a privilegiare prestazioni e affidabilità, o privata, più attenta al fattore prezzo. Il marchio funge da elemento di traino, unitamente a un adeguato allestimento del punto vendita, che per alcune tipologie di prodotto come gli elettroutensili prevede anche l'allestimento di appositi spazi dimostrativi.

#### E con i produttori...

Pur nel quadro di rapporti tutto sommato positivi, a parere della rivendita il canale della distribuzione edile è visto ancora dai produttori come collaterale, con una conseguente necessità di consolidare maggiormente rapporti di partnership e collaborazione più stretti. In questo quadro generale, particolarmente marcata è l'esigenza di maggiore consulenza e supporti tecnico informativi.

### Approfondimenti

Anche se parte sin dagli esordi dell'offerta commerciale della rivendita, il settore della ferramenta ha visto in questi ultimi anni ampliare notevolmente la propria rilevanza, sia dal punto di vista economico che sotto il profilo della profondità di assortimento, tale da soddisfare in maniera esaustiva le richieste di una clientela in larga parte costituita da imprese edili.

Inizialmente limitata ad alcuni punti vendita, oggi la ferramenta è presente in tutti gli show room Fadalti, con spazi dedicati di ampiezza variabile ma comunque consistente.

#### Marchio, prezzo o ...

Coerentemente con il profilo professionale della clientela, le motivazioni di acquisto si concentrano soprattutto sull'efficacia delle soluzioni proposte, che si articolano in una serie di marchi selezionati all'origine e di provata affidabilità. In questo quadro il tema del prezzo tende a rimanere sullo sfondo, pur se nel quadro di un corretto rapporto con il livello qualitativo del prodotto.

#### E con i produttori...

Fadalti segue ormai da tempo una politica di selezione dei fornitori tendente a privilegiare i rapporti di partnership commerciale e di marketing. Questo ha consentito alla rivendita di costruire solide relazioni con una serie di marchi leader con un grado di fidelizzazione degli stessi particolarmente elevato, testimoniato dalle numerose iniziative promozionali sviluppate in collaborazione con le aziende fornitrici.





**LTF S.p.A.**  
 24051 ANTEGNATE (BG) ITALIA - VIA CREMONA, 10  
 TEL. 0363 94901 (15 linee r.a.) - TELEFAX 0363 914770-914797  
 E-Mail: [INFO@LTF.IT](mailto:INFO@LTF.IT) - Internet: [www.ltf.it](http://www.ltf.it)

## Giacomelli

<b>Sede</b>	Prato
<b>Fornitori</b>	LTF, Fischer Italia, Milwaukee, Duss, Carlo Stechel/Metabo, Stanley Tools, Henkel, Arexons, Sveden, Bahco, Coverfix, Cinghiale, Brandini, Sperian, Usag, Lotto, Freud, Plano, G&B Fissaggi
<b>Quanto di fatturato derivante dal settore ferramenta</b>	30%
<b>Trend degli ultimi cinque anni</b>	In crescita
<b>Spazio dedicato all'interno del magazzino</b>	Area dedicata: Sì Superficie: 500 mq
<b>Tipologie di prodotti distribuiti e relativa percentuale</b>	10% Adesivi e sigillanti 15% Tasselli e sistemi di fissaggio 20% Attrezzi manuali 50% Elettrotensili 5% Viteria, minuteria metallica, dischi abrasivi e da taglio
<b>Indice di rotazione del magazzino</b>	3 volte l'anno
<b>Segmentazione della clientela per tipologia</b>	99% Impresa 1% Privati
<b>Indice di gradimento dei servizi offerti dai produttori (in ordine di importanza)</b>	Assistenza post vendita Documentazione tecnica Tempestività nelle consegne Presentazione e dimostrazioni pratiche dei prodotti Condizioni contrattuali Condizioni di pagamento

## Approfondimenti

Attiva sin dagli anni Cinquanta nella commercializzazione di articoli per l'agricoltura, Giacomelli ha seguito con puntualità l'evolversi del profilo della domanda, ampliando un'offerta rivolta ai settori dell'artigianato e dell'edilizia oggi focalizzata in particolar modo sul segmento degli elettrotensili e delle attrezzature manuali. Attenta la selezione dei fornitori, che privilegia marchi di primo piano e un assortimento di gamma elevata, tale da garantire un buon tasso di fidelizzazione della clientela e una soddisfacente marginalità economica.

### Marchio, prezzo o ...

L'alternativa fra prezzo conveniente e giusto prodotto si risolve, nella maggior parte dei casi, a favore di quest'ultimo nel rapporto commerciale con una clientela attenta alle caratteristiche tecniche e alle prestazioni. Il buon radicamento sul territorio della rivendita e i suoi rapporti consolidati con la clientela le consentono peraltro di guidare l'utilizzatore nella scelta di prodotti comunque già selezionati all'origine fra quelli prodotti ad costruttori leader di mercato.

### E con i produttori...

La politica di fidelizzazione seguita da Giacomelli si riflette fedelmente anche nel rapporto con i fornitori, con i quali la rivendita ha costruito nel tempo rapporti di stretta collaborazione sia nella selezione dell'offerta che in rapporto alle strategie commerciali. Ampia la collaborazione dei produttori partner, con i quali la rivendita organizza iniziative promozionali e informative.



# Ferramenta

## Gi Elle

<b>Sede</b>	Abano Terme (Pd)
<b>Aggregazione di appartenenza</b>	BigMat
<b>Fornitori</b>	Bosch, Tyrolit, Raimondi, DeWalt, Mungo, Montolit, Spit, Imer, Gamma, Metrica, Strops, Selectric, Diadora, Faraone, Friulside, Mosa, Rubi Italia
<b>Quanto di fatturato derivante dal settore ferramenta</b>	10%
<b>Trend degli ultimi cinque anni</b>	Stabile
<b>Spazio dedicato all'interno del magazzino</b>	Area dedicata: Si Superficie: 500 mq
<b>Tipologie di prodotti distribuiti e relativa percentuale</b>	20% Adesivi e sigillanti 15% Tasselli e sistemi di fissaggio 35% Attrezzi manuali 10% Elettrodomestici 20% Viteria, minuteria metallica, dischi abrasivi e da taglio
<b>Indice di rotazione del magazzino</b>	2 volte al mese
<b>Segmentazione della clientela per tipologia</b>	80% Impresa 20% Privato
<b>Indice di gradimento dei servizi offerti dai produttori (in ordine di importanza)</b>	Condizioni contrattuali Tempestività nelle consegne Presentazione e dimostrazioni pratiche dei prodotti Documentazione tecnica

## Approfondimenti

Anche se la rivendita è attiva sul mercato da oltre 50 anni, solo verso la metà degli anni Novanta, sulla spinta di una domanda in forte crescita e nell'obiettivo di ampliare l'assortimento di prodotti e servizi, l'offerta merceologica di Gi Elle si è estesa anche al settore della ferramenta. Varietà e numero delle referenze sono da allora in costante espansione così come gli spazi ad essi dedicati; attenta la selezione dei fornitori e dei prodotti, che compongono un'offerta di livello qualitativo medio-alto.

### Marchio, prezzo o ...

Un buon rapporto qualità - prezzo rappresenta la principale motivazione d'acquisto della clientela Gi Elle, che tuttavia non sacrifica qualità e affidabilità del prodotto a motivazioni di natura economica. Non a caso, ad essere privilegiati sono i marchi di maggiore prestigio, che svolgono una efficace azione di traino, premiando una scelta commerciale della rivendita fortemente orientata in questo senso.

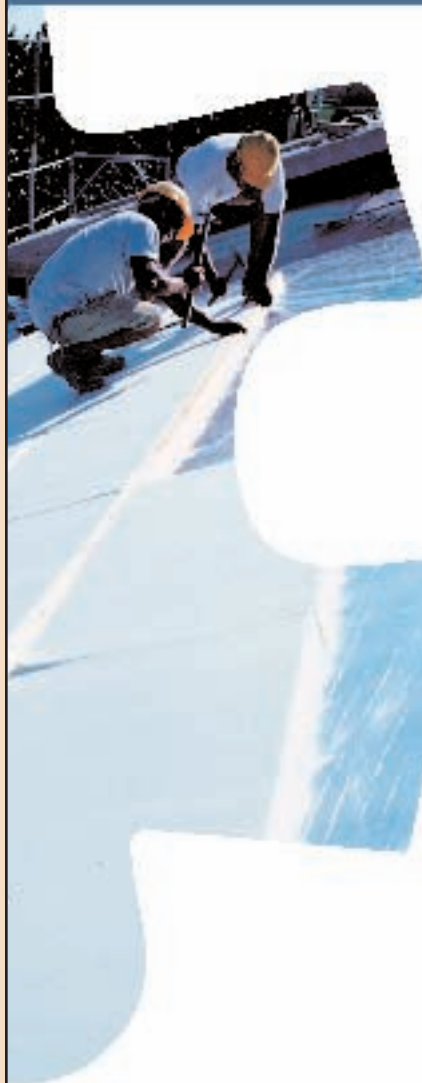
### E con i produttori...

L'appartenenza della rivendita a un grande gruppo come BigMat, la cui filosofia commerciale tende a costruire solidi rapporti di partnership con i fornitori, si riflette positivamente sul lavoro comune che Gi Elle svolge in maniera proficua con questi ultimi. E che si esplica in promozioni, iniziative di marketing, supporti tecnico/informativi e una piena collaborazione anche sul fronte dell'assistenza al cliente.



# Freudenberg Politex

## La protezione per l'edilizia



### Ecozero



Isolante termico-acustico

### PhonoPAR



Isolante acustico sottopavimento

### GlassPAR Net



Anchitura pareti

Completare la gamma

B-PAR

Fotografico  
trasparente

AccruPAR Impermeabilizzante

VeloPAR

Armatura per  
impermeabilizzanti  
liquidi

ReflexPAR Autoprotezione  
impermeabilizzante  
e sistema riflettente

Drenotex

Geotessile



## Gruppo Freudenberg Politex

Sede e Direzione: Novedrate (CO) Italia

Nel mondo: Novedrate (CO), Polizzi (MI), Colmar (Francia), Mascon (U.S.A.), Nizhny Novgorod (Russia), Lodz (Polonia), Shanghai (Cina).

www.freudenberg-politex.com - info@politex.it

**QUANDO  
È IMPORTANTE  
AVERE CERTEZZE**

www.adacta.net



**LEGATI A TRADIZIONE  
E INNOVAZIONE**



**DEL LEONE PUOI FIDARTI**



**ausonia**  
UNA REPUTAZIONE D'ACCIAIO

[www.ausoniatools.com](http://www.ausoniatools.com)

## Gilardi Edilizia

<b>Sede</b>	Merate (Lc)
<b>Fornitori</b>	Torggler Chimica, Unifix, Ausonia, Makita
<b>Quanto di fatturato derivante dal settore ferramenta</b>	15%
<b>Trend degli ultimi cinque anni</b>	In crescita
<b>Spazio dedicato all'interno del magazzino</b>	Area dedicata: Sì Superficie: 200 mq
<b>Tipologie di prodotti distribuiti e relativa percentuale</b>	10% Adesivi e sigillanti 15% Tasselli e sistemi di fissaggio 40% Attrezzi manuali 30% Elettrodomestici 5% Viteria, minuteria metallica, dischi abrasivi e da taglio
<b>Indice di rotazione del magazzino</b>	Una volta al mese
<b>Segmentazione della clientela per tipologia</b>	70% Impresa 30% Privato
<b>Indice di gradimento dei servizi offerti dai produttori (in ordine di importanza)</b>	Condizioni di pagamento Tempestività nelle consegne Condizioni contrattuali Documentazione tecnica Presentazione e dimostrazioni pratiche dei prodotti

## Approfondimenti

La presenza della rivendita nel settore della ferramenta, che data circa 15 anni, è oggi consolidata grazie al continuo ampliamento delle merceologie e degli spazi ad esse dedicati, evoluzione che ha portato nel tempo allo spostamento della Gilardi Edilizia dalla sua sede originaria. Moderna e bene organizzata, l'area ferramenta è organizzata in parte a libero servizio e in parte con vendita assistita per i prodotti di maggiore valore e complessità. Costante l'introduzione di nuovi prodotti, volta a soddisfare in maniera più efficace un clientela in cui anche i privati hanno una certa rilevanza.

### Marchio, prezzo o ...

Alla base della politica commerciale della rivendita vi sono scelte precise tendenti a privilegiare livello qualitativo dei prodotti e affidabilità dei marchi trattati, che si sposano con un profilo di richiesta, soprattutto da parte della clientela professionale, alla ricerca di soluzioni efficaci alle proprie esigenze di lavoro. L'assortimento comprende anche prodotti che si collocano in fasce di prezzo più concorrenziali, anche per il già citato peso della clientela privata, ma quest'ultimo non è comunque in genere tra le motivazioni d'acquisto preminenti al momento della scelta.

### E con i produttori...

La collaborazione fra la rivendita e le aziende fornitrici è intensa e consolidata, e sfocia in una serie di iniziative promozionali e di marketing coordinate. Frequente è la partecipazione a manifestazioni fieristiche locali, sia congiunta che tramite sponsorizzazioni, e buona la sensibilità dei produttori anche sul fronte dell'assistenza e dei supporti tecnici.



# Ferramenta

## Il Magazzino Edile

Sede	Milano
Fornitori	Utensilerie Associate Pastorino, Edilcentro, Stabila, Ausernia, Fischer, Makita, Metabo
Quanto di fatturato derivante dal settore ferramenta	15%
Trend degli ultimi cinque anni	In crescita
Spazio dedicato all'interno del magazzino	Area dedicata: Si Superficie: 75 mq
Tipologie di prodotti distribuiti e relativa percentuale	20% Adesivi e sigillanti 20% Tasselli e sistemi di fissaggio 20% Attrezzi manuali 20% Elettrotensili 20% Viteria, minuteria metallica, dischi abrasivi e da taglio
Indice di rotazione del magazzino	Una volta al mese
Segmentazione della clientela per tipologia	90% Impresa 10% Privato
Indice di gradimento dei servizi offerti dai produttori (in ordine di importanza)	Tempestività nelle consegne Condizioni di pagamento Documentazione tecnica

## Approfondimenti

Da sempre parte dell'offerta merceologica della rivendita, il settore della ferramenta ha acquisito in questi ultimi dieci anni un peso sempre più consistente cui ha corrisposto un progressivo ampliamento degli spazi ad esso dedicati. A spingere in questa direzione una espressa richiesta della clientela, che oltre ad avvantaggiarsi di un'offerta più completa ha trovato nell'acquisto in rivendita di referenze tradizionalmente acquistate presso canali un modo per diluire nel tempo i relativi costi.

### Marchio, prezzo o ...

Le motivazioni d'acquisto degli utilizzatori tendono a variare in maniera sensibile in funzione delle tipologie di prodotto, con il marchio a tirare le vendite nel settore degli elettrotensili e una richiesta più concentrata sul prodotto di prezzo in quello delle attrezzature manuali e della minuteria. Privilegiati gli aspetti tecnico/applicativi anche in un segmento, come quello dei sistemi di fissaggio, dove l'efficacia delle soluzioni proposte e l'idoneità alla risoluzione di specifici problemi operativi prevale su ogni altra valutazione.

### E con i produttori...

In un quadro generale che vede la rivendita intrattenere rapporti soddisfacenti con i propri fornitori, spicca la grande collaborazione offerta da realtà di dimensioni più limitate ma con una forte propensione al rapporto diretto e privilegiato col rivenditore. Molteplici le iniziative promozionali organizzate in collaborazione con i fornitori, anche grazie alle consolidate relazioni con la loro rete di vendita.



**BENESSERE  
ECOLOGIA &  
RISPARMIO**

- VESPAI AERATI H 50  
H 90  
H 150
- PROTEZIONE MURI CONTROTERRA H 150  
H 200  
H 250  
H 270  
H 300
- GIARDINO PENSILE H 250  
H 300  
H 400  
H 450  
H 500  
H 550
- GRIGLIATI CARRABILI H 500  
H 550  
H 600  
H 650  
H 700



VESPAI AERATI

## ACCESSORI



MEZZO MODULO STABILE CON TAPPETO DI DRENATURA



MEZZO MODULO



MEZZO MODULO CON PANNELLO DI SOFFITTO E DRENATURA



PANNELLO PISABACINI

## PROTEZIONE MURI CONTROTERRA



MODI H 50 - H 50MM

## GIARDINO PENSILE



MODI H 50 - H 90MM

## GRIGLIATI CARRABILI



1° premio Soluzioni 2008  
"Innovazione ed efficacia di struttura"

## CASSAFORMA PER CEMENTO ED ERBA



PER REALIZZARE UNA SOLETTA MONOLITICA, DRENANTE E CARRABILE IN CALCESTRUZZO ARMATO IN OPERA, DA INERIRE.



Richiedete materiale informativo a:



Stanno presso a:

2008 Bologna  
13/18 Ottobre 2008  
Stand A2 - Padiglione 19



Via Fosco, 24 - 60027 S. Biagio - Chitro (AN) ITALY  
Tel. +39 071 7109308 - +39 071 7202204 - Fax 071 7106160  
info@claudoforesi.it [www.claudoforesi.it](http://www.claudoforesi.it)

Eva



Paulette



Valeria



Diana



riparati  
dalla  
pioggia



Componenti Industriali  
di Ferrara Flavio & C. s.a.s.  
Via P. Soluto, 2 - 47100 FORLÌ ITALY  
Tel. 0543 723195 - Fax 0543 720108  
www.coincomponenti.com  
info@coincomponenti.com

## Lupinu

<b>Sede</b>	Orosei (Nu)
<b>Fornitori</b>	Fischer, Sika, Panan, Rubi, Raimondi, Morganti, DeWalt, ITS, Montolit, Rothenberger, Ferramenta Biscione, Sait Abrasivi, Abra, Beta, Ambrovi, Unifix, Bosch, B&D, PG, Orega, Vaiex, Saratoga, Corradi, Pattex
<b>Quanto di fatturato derivante dal settore ferramenta</b>	4%
<b>Trend degli ultimi cinque anni</b>	In diminuzione
<b>Spazio dedicato all'interno del magazzino</b>	Area dedicata: No Superficie: ??? mq
<b>Tipologie di prodotti distribuiti e relativa percentuale</b>	13% Adesivi e sigillanti 11% Tasselli e sistemi di fissaggio 23% Attrezzi manuali 22% Elettrotensili 31% Viteria, minuteria metallica, dischi abrasivi e da taglio
<b>Indice di rotazione del magazzino</b>	4 volte l'anno
<b>Segmentazione della clientela per tipologia</b>	70% Impresa 30% Privato
<b>Indice di gradimento dei servizi offerti dai produttori (in ordine di importanza)</b>	Condizioni contrattuali Condizioni di pagamento Tempestività nelle consegne Documentazione tecnica Presentazione e dimostrazioni pratiche dei prodotti

## Approfondimenti

Nata all'inizio degli anni Settanta, la rivendita ha progressivamente ampliato il proprio raggio d'azione ai settori della ferramenta e alla termoidraulica, che da quasi trent'anni fanno parte dell'assortimento merceologico dell'azienda e condividono un ampio spazio dedicato all'interno dello show room. Articolata in un'area riservata alla clientela professionale e in una all'hobbistica e al fai da te, l'offerta di prodotti è particolarmente ampia e diversificata, tale da soddisfare le esigenze di ogni tipologia di clientela.

### Marchio, prezzo o ...

Il rapporto prezzo qualità è ritenuto fondamentale dalla clientela della rivendita, con differenti ricadute sull'assortimento indirizzato all'utilizzatore professionale e a quello privato: molto focalizzato su prodotti al top di gamma nel primo caso, più orientato alla convenienza nel secondo. Di livello medio elevato, in ogni caso, la selezione dei prodotti, coerentemente con una politica commerciale della rivendita focalizzata su qualità e affidabilità dei marchi trattati.

### E con i produttori...

Massima è la collaborazione fra la rivendita e i fornitori fortemente specializzati e orientati in particolar modo all'utenza professionale, collaborazione che si articola in un calendario periodico di presentazioni tecniche e iniziative promozionali. Buona, in linea generale la disponibilità dei costruttori al potenziamento dei rapporti di partnership, obiettivo privilegiato dalla rivendita.



# Ferramenta

## Pellegrini

<b>Sede</b>	Saint Christophe (Ao)
<b>Fornitori</b>	Rothoblaas, Festool, DeWalt, Flex, Fein, CMT, Utensilegno, Milesi, Carver
<b>Quanto di fatturato derivante dal settore ferramenta</b>	30%
<b>Trend degli ultimi cinque anni</b>	In crescita
<b>Spazio dedicato all'interno del magazzino</b>	Area dedicata: Sì Superficie: 150 mq
<b>Tipologie di prodotti distribuiti e relativa percentuale</b>	20% Adesivi e sigillanti 60% Elettrotensili 20% Viteria, minuteria metallica, dischi abrasivi e da taglio
<b>Segmentazione della clientela per tipologia</b>	80% Impresa 20% Privato
<b>Indice di gradimento dei servizi offerti dai produttori (in ordine di importanza)</b>	Assistenza Tempestività nelle consegne Presentazione e dimostrazioni pratiche dei prodotti

## Approfondimenti

Nata come attività artigianale circa quarant'anni or sono, rivolta soprattutto al settore della falegnameria e lavorazione del legno, e fin da subito attiva nella distribuzione di elettrotensili, l'azienda ha incontrato una forte espansione intorno agli anni Ottanta, che l'ha portata ad ampliare il proprio raggio d'azione estendendo l'assortimento merceologico anche al settore della ferramenta. Adesivi, minuteria, abrasivi si sono così affiancati alla vendita di utensili elettrici, che tuttora rappresentano la voce preminente in questa area generando circa il 50% del fatturato.

### Marchio, prezzo o ...

La forza e notorietà del marchio costituisce tradizionalmente un elemento di traino alle vendite, anche se il forte tasso di fidelizzazione della clientela permette alla rivendita di proporre con successo anche prodotti meno conosciuti ma affidabili e tecnicamente validi, supportati da un adeguato livello di servizio in termini di assistenza. La competitività sul fronte del prezzo è un tema rilevante ma non decisivo, anche a fronte dei notevoli valori aggiunti offerti dalla rivendita in termini di consulenza e servizio.

### E con i produttori...

Il forte radicamento della rivendita sul territorio e l'esistenza di rapporti consolidati nel tempo con una serie di fornitori di riferimento fa sì che il rapporto con i produttori e la collaborazione con questi ultimi siano decisamente soddisfacenti. In questo quadro, massimo è il supporto offerto dalle aziende fornitrici sia nell'organizzazione di iniziative promozionali e formative, sia nella risoluzione di eventuali problematiche o in caso di necessità di assistenza e supporto qualificato al cliente.

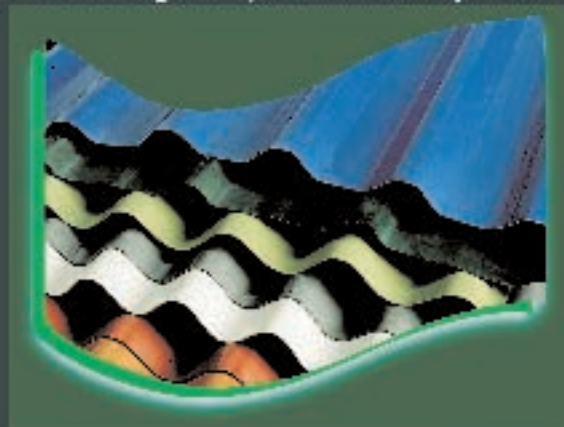


# CESAREA NUOVA COPERTURA



## IL PROGRAMMA COMPLETO DI COPERTURA CHE VA OLTRE

*Cesarea Nuova Copertassa. È la vera lasta a più profili ideale per realizzare coperture continue con notevoli prestazioni in termini di resistenza, durata, affidabilità e sicurezza.*  
*Cesarea Nuova Copertassa, oltre alla lasta completa di accessori.*



# coim

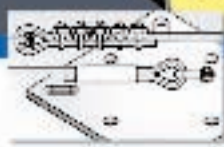
Coim spa  
20019 Settimo (MI) - Via Manzoni, 23/22  
Tel. 02/835051 - Fax 02/8286415  
pirogiammichele@coimgroup.com

Info con il coupon  
inviato dalla Ferramenta  
J'Informazione, il mensile su  
la rivista J'Informazione.

Legge 4/98, Mod. 4/98/1000 - www.4/98.it - www.4/98.it - www.4/98.it

## ATTREZZATURE EDILI

DA 90 ANNI PRODUCIAMO ATTREZZATURE EDILI  
AZIENDA CERTIFICATA UNI EN ISO 9001 2000



### LINEE VITA

Secondo la Norma Europea UNI EN 795

Sistemi anticaduta, ancoraggi,  
torrette di sicurezza, dispositivi  
di protezione collettiva:  
dal progetto alla fornitura di materiali.

### NELLE MIGLIORI RIVENDITE D'ITALIA

Via Pietro Nenni, 6 - 42048 - RUBIERA (RE) - ITALY

Tel. +39.0522.621215 - Fax +39.0522.621216

Info@veroniedilizia.com



### Scandellari

Sede	Sassari
Fornitori	Fischer, Makita, Ausonia
Quanto di fatturato derivante dal settore ferramenta	5%
Trend degli ultimi cinque anni	In crescita
Spazio dedicato all'interno del magazzino	Area dedicata: Si Superficie: 800 mq
Tipologie di prodotti distribuiti e relativa percentuale	20% Adesivi e sigillanti 30% Tasselli e sistemi di fissaggio 15% Attrezzi manuali 30% Elettrodomestici 5% Viteria, minuteria metallica, dischi abrasivi e da taglio
Segmentazione della clientela per tipologia	98% Impresa 2% Privato
Indice di gradimento dei servizi offerti dai produttori (in ordine di importanza)	Presentazione e dimostrazioni pratiche dei prodotti Condizioni contrattuali Condizioni di pagamento Tempestività nelle consegne

### Approfondimenti

Oggi organizzata in parte a libero servizio e in parte con vendita assistita, l'area merceologica della ferramenta ha via via acquistato importanza e spazi all'interno della rivendita, partendo con un assortimento concentrato pressoché esclusivamente sul segmento degli elettrodomestici, ma che si è progressivamente ampliato ad altre tipologie di prodotto. L'assortimento e la profondità di gamma consentono oggi di rispondere con efficacia a ogni richiesta di una clientela costituita quasi esclusivamente da imprese edili.

#### Marchio, prezzo o ...

Pur rappresentando oggi un tema non certo trascurabile e controllato con attenzione dall'impresa, il prezzo non risulta discriminante nelle motivazioni d'acquisto, che tendono piuttosto a premiare, soprattutto nel segmento degli elettrodomestici, da un lato la qualità del prodotto, dall'altro il valore aggiunto offerto dalla rivendita in termini di servizi accessori, primo fra tutti l'assistenza postvendita. Più rilevante il rapporto costo prestazioni in altri segmenti come quello delle attrezzature manuali.

#### E con i produttori...

Buono e improntato a una costante collaborazione il rapporto tra la rivendita e i suoi principali fornitori, con i quali Scandellari organizza periodicamente iniziative promozionali e di marketing. Da migliorare la collaborazione sul fronte dell'aggiornamento e della formazione tecnica sui prodotti, ambito in cui la rivendita è fortemente impegnata.



# Ferramenta

## Sky Edilagro

<b>Sede</b>	Castel San Giorgio (Sa)
<b>Fornitori</b>	FT, Metallurgica Abruzzese, Ausonia, Bellotta
<b>Quanto di fatturato derivante dal settore ferramenta</b>	20%
<b>Trend degli ultimi cinque anni</b>	In crescita
<b>Spazio dedicato all'interno del magazzino</b>	Area dedicata: Sì Superficie: 1000 mq
<b>Tipologie di prodotti distribuiti e relativa percentuale</b>	20% Adesivi e sigillanti 25% Tasselli e sistemi di fissaggio 10% Attrezzi manuali 15% Elettrotensili 30% Viteria, minuteria metallica, dischi abrasivi e da taglio
<b>Indice di rotazione del magazzino</b>	5 volte l'anno
<b>Segmentazione della clientela per tipologia</b>	90% Impresa 10% Privato
<b>Indice di gradimento dei servizi offerti dai produttori (in ordine di importanza)</b>	Tempestività nelle consegne Documentazione tecnica Presentazione e dimostrazioni pratiche dei prodotti

## Approfondimenti

Nasce insieme alla rivendita il settore della ferramenta, che da oltre 25 anni ha uno spazio di rilievo nell'offerta merceologica di Sky Edilagro finalizzata a soddisfare una richiesta dell'utenza in costante crescita. Come in costante crescita è l'area ad esso dedicata, soggetta a continui ampliamenti intervenuti nel passaggio della rivendita a nuove sedi fino ad approdare a quella attuale. L'esposizione si articola in un'ampia area attrezzata a libero servizio, affiancata dalla vendita assistita a banco per i prodotti di maggiore complessità.

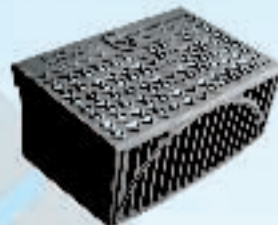
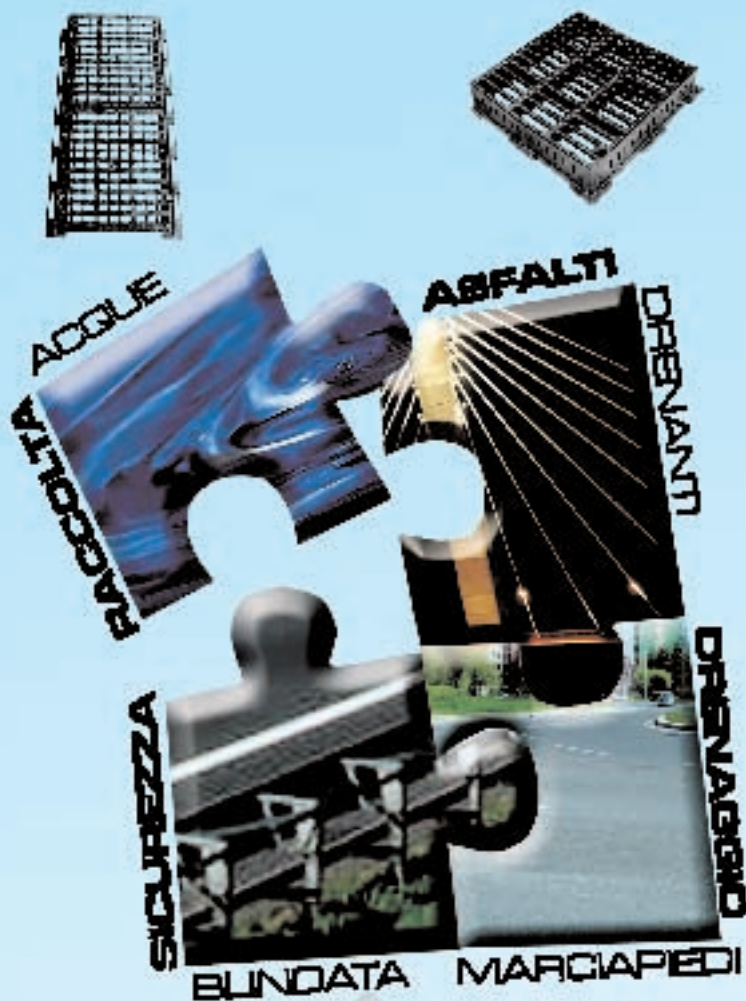
### Marchio, prezzo o ...

Caratteristiche tecnico – qualitative e prezzo sono le motivazioni di acquisto preminenti che guidano la clientela, con un prevalenza delle prime per la grande utenza e una maggiore attenzione ai costi per artigiani e privati. A distaccarsi parzialmente da questa dinamica è il settore degli elettrotensili, dove notorietà e affidabilità del marchio svolgono un ruolo trainante e decisivo nell'orientare le decisioni dell'utilizzatore.

### E con i produttori...

Il tema del rapporto con i fornitori si presta a una lettura a "macchia di leopardo": molto stretto e collaborativo, anche sul fronte delle iniziative divulgative e commerciali, in alcuni segmenti come quello degli elettrotensili, più limitato in altre aree merceologiche. Un disparità senza dubbio motivabile anche con la natura e le caratteristiche dei prodotti, che la rivendita sta comunque operando per colmare trovando buona rispondenza da parte delle aziende fornitrici nell'organizzare incontri ed eventi rivolti alla clientela.

**SEMPRE ALLA RICERCA  
DI NUOVE SOLUZIONI  
PER SODDISFARE  
OGNI VOSTRA ESIGENZA!!!**



**FONDERIE BELLI SRL**

Strada Teverina 56 - 01100 Viterbo (Italy)

tel +39 0761 251425

Fax +39 0761 352555

info@fonderiebelli.it

www.fonderiebelli.it

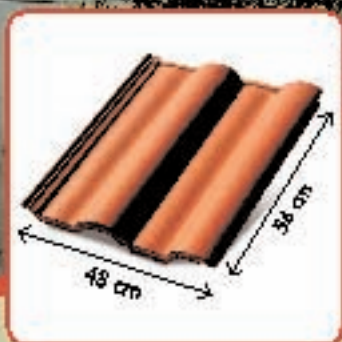


**Siamo presenti alla fiera "Accadueo"  
di Ferrara del 21 al 23 maggio 2006  
Padiglione 5 stand 55  
Non dimenticarsi un invito**

# COPPO BIG

per grandi superfici e basse pendenze  
nell'edilizia  
agricola e industriale

**30**  
ANNI DI  
GARANZIA



Grande, leggero, impermeabile,  
resistente, facile e veloce da posare,  
in quattro differenti colori.

**WIERER®**  
IL SISTEMA TETTO



Wierer è un marchio di Monted SpA.  
Via Valle Pusteria, 21 - 39130 Chienes (BZ)  
www.wierer.it info@wierer.com

## Spagnesi Edilizia

Sede	Montale (Pt)
Aggregazione di appartenenza	Gruppo Made/Casaln
Fornitori	Makita, Bosch, Raimondi, Spit, Husqvarna, Morganti, Diadora, Fischer
Quanto di fatturato derivante dal settore ferramenta	20%
Trend degli ultimi cinque anni	Stabile
Spazio dedicato all'interno del magazzino	Area dedicata: Sì Superficie: 500 mq
Tipologie di prodotti distribuiti e relativa percentuale	3% Adesivi e sigillanti 2% Tasselli e sistemi di fissaggio 40% Attrezzi manuali 50% Elettrodomestici 5% Viteria, minuteria metallica, dischi abrasivi e da taglio
Indice di rotazione del magazzino	4 volte l'anno
Segmentazione della clientela per tipologia	95% Impresa 5% Privato
Indice di gradimento dei servizi offerti dai produttori (in ordine di importanza)	Tempestività nelle consegne Condizioni contrattuali Condizioni di pagamento Presentazione e dimostrazioni pratiche dei prodotti Documentazione tecnica

## Approfondimenti

Da sempre l'area ferramenta è ritenuta dalla rivendita un indispensabile complemento dell'offerta rivolta all'impresa edile, e ha quindi ricevuto sin dagli esordi dell'attività attenzione e spazio rilevanti. Il progressivo ampliamento della richiesta e l'inserimento a catalogo di nuove referenze ha via via determinato una corrispondente crescita dell'area dedicata a questo segmento, oggi organizzata in parte a libero servizio e in parte con vendita assistita.

### Marchio, prezzo o ...

Efficacia tecnico/applicativa di prodotti e attrezzature, prestigio e qualità del marchio, prezzo concorrenziale sono i tre cardini che guidano le scelte della clientela, con un prevalenza dell'uno o dell'altro in funzione delle tipologie di prodotto. Una attenta selezione a monte delle aziende fornitrici garantisce l'elevato livello qualitativo medio dell'offerta.

### E con i produttori...

Nel quadro di un generale rapporto con il mondo della produzione improntato a criteri di collaborazione reciproco supporto, la rivendita trova particolare disponibilità allo sviluppo di iniziative promozionali e di marketing congiunte in alcuni specifici settori, primo fra tutti quello degli elettrodomestici, storicamente attenti a questi veicoli. Buona in genere anche la disponibilità dei fornitori sul fronte dell'assistenza e dei supporti tecnici al prodotto.



# Ferramenta

## Vidori Edilizia

<b>Sede</b>	Novedrate (Co)
<b>Aggregazione di appartenenza</b>	Gruppo Made-Casaln
<b>Fornitori</b>	Adda, Mungo, Unifix, Friulsider, Raimondi, Bosch
<b>Quanto di fatturato derivante dal settore ferramenta</b>	10%
<b>Trend degli ultimi cinque anni</b>	In crescita
<b>Spazio dedicato all'interno del magazzino</b>	Area dedicata: Si Superficie: 50 mq
<b>Tipologie di prodotti distribuiti e relativa percentuale</b>	30% Adesivi e sigillanti 9% Tasselli e sistemi di fissaggio 1% Attrezzi manuali 58% Elettrotensili 2% Viteria, minuteria metallica, dischi abrasivi e da taglio
<b>Indice di rotazione del magazzino</b>	Tre volte l'anno
<b>Segmentazione della clientela per tipologia</b>	80% Impresa 20% Privato
<b>Indice di gradimento dei servizi offerti dai produttori (in ordine di importanza)</b>	Condizioni di pagamento Condizioni contrattuali Tempestività nelle consegne Documentazione tecnica Presentazione e dimostrazioni pratiche dei prodotti

## Approfondimenti

Sin dall'inizio dell'attività l'area merceologica della ferramenta costituisce per la rivendita un punto forte dell'offerta, inizialmente con un assortimento limitato di prodotti che però è via via cresciuto nel tempo. Accanto a un'area dedicata alla vendita a libero servizio importante è la percentuale degli acquisti a banco, in particolare per gli elettrotensili che rappresentano una porzione decisamente consistente del fatturato

### Marchio, prezzo o ...

Le motivazioni d'acquisto della clientela sono fortemente diversificate in relazione alle tipologie di prodotto, con un settore, quello degli elettrotensili, in cui la forza del marchio e la sua qualità e affidabilità - oltre a servizi come la disponibilità gratuita di attrezzature sostitutive in caso di riparazioni - fanno decisamente passare in secondo piano qualsiasi altra valutazione, pur se all'interno di un corretto rapporto qualità - prezzo. Quest'ultimo aspetto, al contrario, tende a crescere di importanza nel caso delle attrezzature manuali.

### E con i produttori...

Buono il grado di soddisfazione espresso dalla rivendita in merito ai rapporti con i fornitori, che tendono ad offrire efficaci supporti e assistenza così come un certo grado di partecipazione alle iniziative, promozionali e di marketing, spesso sviluppate autonomamente nel quadro della politica commerciale del gruppo di appartenenza Made Casaln.



# COPPO BIG

per grandi superfici e basse pendenze  
nell'edilizia  
commerciale e residenziale

30  
ANNI DI  
GARANZIA



Grande, leggero, impermeabile,  
resistente, facile e veloce da posare,  
in quattro differenti colori.

**WIERER®**  
IL SISTEMA TETTO



Wierer è un marchio di Montier SpA,  
Via Valle Pusteria, 21 - 39130 Chienes (BZ)  
www.wiererack.info | info@wiererack.com