



# La distribuzione

Negri Roberto

*Sono sempre più diffusi sul mercato. E la loro ampia varietà tipologica consente potenzialmente di affrontare qualsiasi situazione di cantiere. Non è un caso, quindi, che premiscelati e predosati pesino sempre di più sul fatturato delle rivendite. E che queste ultime siano sempre più preparate a supportare, anche dal punto di vista tecnico, l'utilizzatore.*

**I**l comparto merceologico protagonista di questo dossier, quello delle malte premiscelate e predosate, costituisce un terreno di analisi particolarmente interessante non solo dal punto di vista tecnologico ma anche, e per certi versi soprattutto, sotto il profilo commerciale. Se infatti non c'è dubbio che nel successo di questi prodotti la componente tecnologica ha avuto, e continua ad avere, un peso determinante, d'altro canto vanno sottolineati con altrettanta chiarezza sia il concetto, semplice ma al tempo stesso innovativo, alla loro base, sia l'impor-

tanza che la forte promozione delle loro caratteristiche e vantaggi ha avuto per la diffusione sul mercato di queste soluzioni.

Quanto al primo punto, l'idea di sottrarre alle innumerevoli variabili di cantiere una lavorazione – o per meglio dire, un ciclo di lavorazioni – come quella che vede protagoniste le malte per intonaco è una sorta di “uovo di Colombo” (spinto, non ultimo, anche da motivazioni di carattere normativo) che tuttavia ha richiesto notevoli sforzi di ricerca e produttivi per offrire risultati apprezzabili. Circa il secondo aspet-

to, invece, puntare sulla semplicità e rapidità esecutiva, sulla costanza delle caratteristiche e dei risultati e, soprattutto in tempi recenti, sulle prestazioni aggiuntive garantite dalle malte speciali ha costituito senza dubbio una carta vincente anche dal punto di vista commerciale. Mai come in questo caso, insomma, fare di necessità (prestazionale) virtù (produttiva e commerciale) ha creato un mercato non solo florido ma anche in continua crescita. Gli stessi operatori infatti – a dimostrazione del fatto che, quando un'idea è buona e “funziona”, le vecchie abitu-

dini lasciano rapidamente posto alle nuove – hanno largamente premiato questi prodotti: e non solo perché, come in alcuni ambiti accade, ottenere prestazioni e caratteristiche imposte dalle norme sarebbe oggi quasi impossibile con le malte tradizionali, ma soprattutto perché anche nelle situazioni applicative più semplici i vantaggi di un prodotto premiscelato o pre-dosato sono evidenti. Questa lettura trova un chiaro riscontro nelle risposte delle rivendite da noi interpellate circa le caratteristiche e l'andamento di questo mercato. Richiesta in costante crescita, così come le quote di fatturato, e una domanda che significativamente si sta via via orientando – nonostante il maggiore costo - anche sui prodotti speciali. Ma ora diamo la parola ai numeri.

## ◆ I fornitori

Non particolarmente elevato, intorno alle quattro unità, il numero dei fornitori cui la rivendita si rivolge per questa tipologia di prodotto. Un dato sensibilmente inferiore rispetto a quelli emersi dall'analisi di altri comparti, ma probabilmente spiegabile alla luce di due considerazioni. Da un lato, il fatto che pressoché ogni produttore dispone di un catalogo ampio e completo, comprendente pressoché ogni tipologia di malta idonea ad ogni applicazione, anche la più specialistica; dall'altro, il fatto che sempre più spesso questi prodotti si inseriscono all'interno di veri e propri cicli di lavorazione, componendo sistemi e pacchetti completi. Fattori, entrambi, che senz'altro diminuiscono la necessità di ricorrere a più fornitori per diversificare la proposta commerciale della rivendita. In linea generale, insomma, anche una selezione di marchi non particolarmente ampia dal punto di vista numerico è più che adeguata per rispondere anche alle richieste più specifiche e particolari.

## ◆ L'andamento del mercato

Come abbiamo accennato, i risultati

evidenziati dalla nostra indagine circa il peso percentuale del segmento malte premiscelate e pre-dosate sul fatturato complessivo generato dalla rivendita sono significativi e inequivocabili. I risultati, infatti, sono di quelli che non lasciano spazio a dubbi di sorta: a partire da quel 73% di rivenditori intervistati per il quale questa merceologia rappresenta una quota di fatturato collocata tra il 5 e il 10% sul totale, quota che peraltro nei casi da noi esaminati è risultata quasi sempre a ridosso del margine più alto di questa fascia. Altrettanto significativo è quel 9% di rivenditori per i quali questo valore sale tra l'11 e il 20%, e ancor più il restante 18% per cui la quota di fatturato supera anche questa già rilevante soglia. Anche prodotti destinati a lavorazioni tradizionali – anche se innovativi nel concetto – possono offrire grandi opportunità commerciali e conseguenti ricavi alla rivendita. Una valutazione, questa, che prende ancor più corpo e rilevanza se consideriamo anche un secondo dato emerso dalla nostra indagine, vale a dire il rilievo dei cosiddetti prodotti speciali (malte isolanti, deumidificanti, ignifughe) i quali, nonostante un prezzo a volte non trascurabile, costituiscono un sottosegmento il cui peso sta via via aumentando ed è destinato secondo i rivenditori a diventare sempre più importante. Un eccellente stato di salute, insomma, quello di questo segmento, confermato dalle valutazioni espresse dai rivenditori sul suo andamento tendenziale degli ultimi cinque anni, letteralmente unanime: tutti gli interpellati lo ha



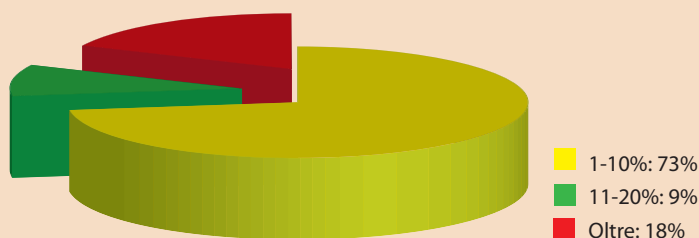
Foto Kimia

infatti stimato in crescita, e a ritmi decisamente sostenuti.

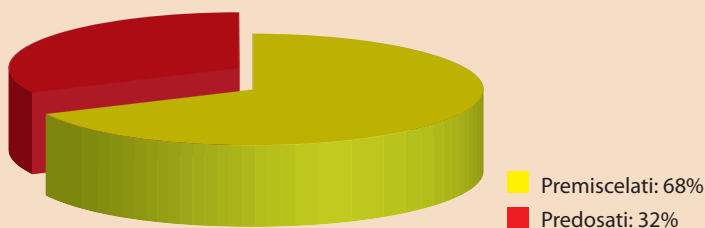
## ◆ Il target di clientela

L'analisi relativa al target di acquirenti di questo segmento di prodotti, così come i loro orientamenti di acquisto, non riserva particolari sorprese, anche se richiama alcune considerazioni. Da un lato, infatti, certo non stupisce l'87% totalizzato dagli utilizzatori professionali – essenzialmente imprese edili e artigiani – che sono per ovvi motivi i clienti "naturali" di questi prodotti; considerata la loro destinazione d'uso, tuttavia, e una certa pratica manuale che il loro impiego richiede, il 13% registrato dalla clientela privata è un risultato senz'altro non trascurabile. Qualche riflessione viene richiamata anche dagli orientamenti di acquisto emersi dall'analisi della sola clientela professionale. A fronte di una distribuzione del mercato che vede attualmente prevalere, con il 68% sul totale,

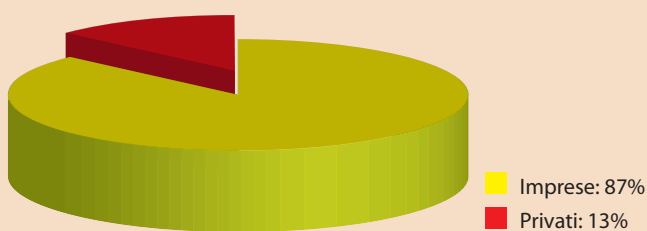
## Quota di fatturato generata dal settore malte premiscelate e pre-dosate



## Tipologie di prodotti distribuiti e relativa percentuale



## Segmentazione della clientela



i prodotti premiscelati - contro un 32% totalizzato dalle malte predosate - va segnalato come le prime costituiscono l'opzione privilegiata per gli interventi che coinvolgono grandi superfici, e di conseguenza siano spesso e volentieri "il" prodotto di riferimento per l'impresa di costruzioni. I meno diffusi prodotti predosati trovano invece maggiori favori presso gli artigiani, in particolare quando all'intonaco vengono richieste prestazioni extra rispetto al semplice strato di rivestimento e finitura superficiale della muratura.

### ◆ Gli spazi in rivendita

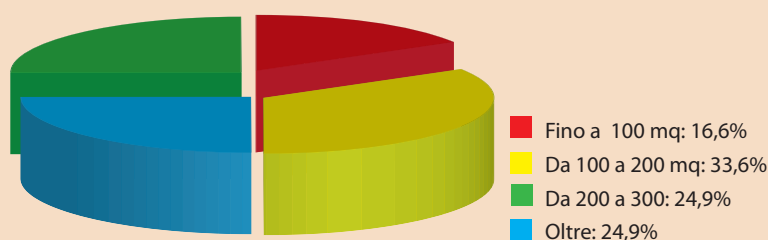
Senza dubbio significativi sono i risultati emersi dall'analisi degli spazi che all'interno del punto vendita sono dedicati a queste tipologie di prodotto, soprattutto

se confrontati con il loro indice di rotazione medio, in genere piuttosto elevato. Se infatti il 16,6% delle rivendite interpellate riserva a malte premiscelate e predosate spazi fino a 100 metri quadrati, comunque non trascurabili vista la natura dei prodotti, per il 33,6% questo valore si colloca fra i 100 e i 200 metri quadrati. Un altro 24,9% dedica spazi fra i 200 e i 300 metri quadrati, che superano questa già importante soglia in un ulteriore 24,9% delle rivendite esaminate. Elevato, come accennavamo, l'indice di rotazione del magazzino, che nella maggior parte dei casi ha cadenza mensile.

### ◆ Gli orientamenti d'acquisto

Interessanti gli spunti di analisi dettati dai risultati della nostra indagine in merito ai comportamenti d'acquisto

## Spazio dedicato all'interno del magazzino



manifestati dalla clientela professionale nella scelta fra l'ampia varietà di malte premiscelate e predosate oggi presenti sul mercato.

Malgrado, infatti, la tipologia di lavorazione cui esse sono destinate sia in teoria più che familiare tanto per l'impresa edile che per l'artigiano, i rivenditori segnalano come sempre più spesso l'utilizzatore tende ad appoggiarsi al personale di vendita per la scelta del prodotto più adatto, esponendo le esigenze - prestazionali o applicative - che ha necessità di soddisfare. Un segno di apertura, quindi, da parte di una clientela che a volte tende eccessivamente a "far da sé", ma anche un riconoscimento della crescita professionale e di competenze da parte del rivenditore, che sempre più spesso viene in questo segmento considerato un valido interlocutore anche sotto il profilo tecnico.

### ◆ Il rapporto con i fornitori

Come è per certi versi naturale data la tipologia di prodotti in esame, la qualità del rapporto con i fornitori è valutata dalle rivendite interpellate alla luce di un elemento che fa premio anche sulle pur importanti condizioni contrattuali, vale a dire la tempestività delle consegne, considerata quanto mai strategica. A seguire, confermando l'esigenza di una buona preparazione tecnica espressa dal rivenditore per poter guidare nella maniera più adeguata possibile il cliente, una efficace presentazione tecnica del prodotto e delle loro caratteristiche da parte dei fornitori, cui non a caso si affiancano, a pari merito, assistenza in cantiere e documentazione tecnica a corredo del prodotto. La "fame" di informazioni, insomma, sembra in questo settore coinvolgere non solo, come è prevedibile, l'utilizzatore finale del prodotto, ma anche chi quel prodotto ha il compito di vendere, confermando in questo senso quella crescita culturale dei distributori che già in altre occasioni abbiamo avuto modo di segnalare. ■

# Malte per murature

## Beda Edil

<b>Sede</b>	Pesaro
<b>Fornitori</b>	Kimia
<b>Quota di fatturato derivante dal settore malte premiscelate e predosate</b>	7%
<b>Trend del comparto negli ultimi 5 anni</b>	In crescita
<b>Spazio dedicato all'interno del magazzino</b>	200 mq
<b>Indice di rotazione</b>	Medio
<b>Tipologie di prodotti distribuiti e relativa percentuale</b>	50% premiscelati 50% predosati
<b>Segmentazione della clientela per tipologia</b>	90 % Impresa 10 % Privato
<b>Servizi offerti dalla rivendita</b>	Consegna in cantiere Consulenza tecnica Squadre di posa in opera
<b>Eventuali promozioni offerte alla clientela</b>	Si

## Centro Edile Franciacorta

<b>Sede</b>	Capriolo (Bs)
<b>Aggregazione di appartenenza</b>	Gruppo Edilcom
<b>Fornitori</b>	Villaga Calce, Fassa Bortolo, Kerakoll, Gras Calce
<b>Quota di fatturato derivante dal settore malte premiscelate e predosate</b>	7%
<b>Trend del comparto negli ultimi 5 anni</b>	In crescita
<b>Spazio dedicato all'interno del magazzino</b>	200 mq
<b>Indice di rotazione</b>	6
<b>Tipologie di prodotti distribuiti e relativa percentuale</b>	95% premiscelati 5% predosati
<b>Segmentazione della clientela per tipologia</b>	90 % Impresa 10 % Privato
<b>Servizi offerti dalla rivendita</b>	Consegna in cantiere Consulenza tecnica Squadre di posa in opera
<b>Eventuali promozioni offerte alla clientela</b>	Si

## Approfondimenti

### Gli orientamenti d'acquisto

Grazie anche alla ormai diffusa conoscenza di questa tipologia di prodotti, sia sotto il profilo delle destinazioni di impiego che delle modalità di utilizzo, in genere l'acquirente della rivendita ha una certa familiarità con le soluzioni disponibili sul mercato, ma chiede indicazioni e suggerimenti in funzione delle proprie specifiche esigenze. In ogni caso la documentazione di accompagnamento dei prodotti è in genere sufficientemente dettagliata per fornire tutte le indicazioni utili alla scelta.

### La segmentazione della richiesta

La scelta fra il tradizionale confezionamento in cantiere e l'adozione di prodotti premiscelati o predosati viene sostanzialmente influenzata, indipendentemente dalla tipologia di acquirente, dall'entità dell'opera. In caso di ingenti superfici e quantitativi, infatti, l'utilizzatore, sia esso un'impresa edile o un artigiano, tende a privilegiare l'adozione di premiscelati.

### I prodotti speciali

All'interno di questa area merceologica, le malte premiscelate per intonaci speciali (isolanti, deumidificanti, ignifughi) stanno conquistando quote di mercato sempre maggiori. Una tendenza confermata dai risultati registrati dalla rivendita, per la quale questo segmento rappresenta circa il 30% in valore rispetto al totale di questa merceologia.

## Approfondimenti

### Gli orientamenti d'acquisto

I comportamenti d'acquisto sono fortemente influenzati dalla tipologia di clientela. Gli operatori specializzati e che conoscono già il tipo di prodotto da utilizzare non necessitano in genere di particolari indicazioni, e possono eventualmente essere indirizzati verso soluzioni alternative o equivalenti. In altre ipotesi il cliente si affida completamente alla rivendita per la scelta della soluzione più adatta in funzione di specifiche problematiche, che in caso di necessità procede anche a sopralluoghi in cantiere e confronti con i progettisti.

### La segmentazione della richiesta

Le grandi imprese sono in genere molto propense all'utilizzo di prodotti premiscelati sia per la facilità di stoccaggio in silo e approvvigionamento che per la facilità di produzione dell'impasto con gli appositi impianti. In caso di particolari esigenze applicative il prodotto premiscelato in sacco è oggi l'opzione principale anche per l'artigiano, che li utilizza sia per la costruzione di muri che per l'esecuzione di intonaci e opere di restauro, pur senza abbandonare completamente le malte tradizionali.

### I prodotti speciali

Grazie a una costante ricerca i produttori stanno evolvendo la gamma e le possibilità applicative dei prodotti, aprendo nuovi spazi commerciali anche per la rivendita. In particolare le nuove normative sul risparmio energetico e l'isolamento acustico, unitamente allo sviluppo dei prodotti premiscelati destinati a migliorare il confort abitativo hanno determinato una forte crescita dei consumi, così come di tutti quei prodotti indirizzati al restauro e alla riqualificazione di vecchi edifici. Tutto ciò ha portato i prodotti premiscelati speciali a una quota di fatturato di oltre il 30% sul totale della merceologia.



### CO.MA.ED.

<b>Sede</b>	Adrano Ct
<b>Fornitori</b>	Mapei, Lafarge Coatings, Italcementi
<b>Quota di fatturato derivante dal settore malte premiscelate e predosate</b>	10%
<b>Trend del comparto negli ultimi 5 anni</b>	In crescita
<b>Spazio dedicato all'interno del magazzino</b>	300 mq
<b>Indice di rotazione</b>	n.d.
<b>Tipologie di prodotti distribuiti e relativa percentuale</b>	50% premiscelati 50% predosati
<b>Segmentazione della clientela per tipologia</b>	80% Impresa 20% Privato
<b>Servizi offerti dalla rivendita</b>	Consegna in cantiere
<b>Eventuali promozioni offerte alla clientela</b>	No

#### Approfondimenti

##### Gli orientamenti d'acquisto

Anche in questo caso la rivendita costituisce un affidabile referente tecnico per la clientela, che richiede consulenza e indicazioni sul prodotto più adatto alle proprie esigenze applicative. Più sporadico il caso in cui l'utilizzatore richiede uno specifico prodotto già conosciuto e utilizzato.

##### La segmentazione della richiesta

Le preferenze delle imprese si orientano decisamente verso i prodotti premiscelati, che rappresentano la scelta privilegiata da questi utilizzatori. Qualche perplessità ancora, da parte degli artigiani, verso questa tipologia di prodotti, non ancora ben diffusa fra questi utilizzatori.

##### I prodotti speciali

Particolarmente elevata la quota di mercato totalizzata dai prodotti speciali, che in questo caso valgono circa il 30% sul totale complessivo del fatturato generato da questa merceologia.



### De Masi

<b>Sede</b>	Roma
<b>Aggregazione di appartenenza</b>	AREA7
<b>Fornitori</b>	Fassa, Cimax, Leca, Mapei, Kerakoll
<b>Quota di fatturato derivante dal settore malte premiscelate e predosate</b>	8%
<b>Trend del comparto negli ultimi 5 anni</b>	In crescita
<b>Spazio dedicato all'interno del magazzino</b>	250 mq
<b>Indice di rotazione</b>	80 gg. (Malte ordinarie a base cementizia) 35 gg. (Altre malte)
<b>Tipologie di prodotti distribuiti e relativa percentuale</b>	100% premiscelati
<b>Segmentazione della clientela per tipologia</b>	85% Impresa 15% Privato
<b>Servizi offerti dalla rivendita</b>	Consegna in cantiere Consulenza tecnica
<b>Eventuali promozioni offerte alla clientela</b>	No

#### Approfondimenti

##### Gli orientamenti d'acquisto

La vendita è governata da due orientamenti diversi: verso il prodotto di marca, che il cliente richiede sull'onda della notorietà del marchio stesso senza quasi conoscerne nel dettaglio le caratteristiche tecniche, o basato su una specifica problematica tecnico - applicativa, per la quale l'utilizzatore richiede consigli e soluzioni. Più facile la prima, ma con alcuni margini di rischio in termini di risultato finale dovuti alla non perfetta conoscenza del prodotto, più complessa ma sicura la seconda.

##### La segmentazione della richiesta

La scelta tra malte tradizionali e malte pronte dipende da molte variabili: tra le principali si possono individuare, indipendentemente dalla struttura dell'impresa: posizionamento del cantiere (una piccola ristrutturazione in ambienti abitati impone una movimentazione minima di materiale sciolto), tempistica (più è ristretta, più il prodotto premiscelato è utilizzato), valutazione del rapporto tra costo manodopera e merce, certezza del risultato, caratteristiche tecniche difficilmente riproducibili con una preparazione integralmente manuale.

##### I prodotti speciali

Per la rivendita la quota di mercato di questo segmento di prodotti si aggira intorno allo 0,5%, valore che tuttavia aumenta ogni anno in maniera importante: la capillarità dell'informazione effettuata dalla rivendita, con iniziative ad hoc, è in questo senso sicuramente determinante per la penetrazione capillare di questi premiscelati.



## Edil Catellani

Sede	Parma
Aggregazione di appartenenza	Edil Group s.c.p.a
Fornitori	Seychelles, Fassa Bortolo, Colacem, Mapei, Kerakoll
Quota di fatturato derivante dal settore malte premiscelate e predosate	25%
Trend del comparto negli ultimi 5 anni	In crescita
Spazio dedicato all'interno del magazzino	25 mq
Indice di rotazione	6 volte l'anno
Tipologie di prodotti distribuiti e relativa percentuale	15% premiscelati 85% predosati
Segmentazione della clientela per tipologia	95 % Impresa 5 % Privato
Servizi offerti dalla rivendita	Consegna in cantiere Consulenza tecnica
Eventuali promozioni offerte alla clientela	Si

## Approfondimenti

### Gli orientamenti d'acquisto

La clientela tende in genere ad appoggiarsi alla rivendita per la scelta del prodotto, illustrando le proprie necessità e chiedendo indicazioni sulle soluzioni più idonee. Il personale di vendita è costantemente formato e aggiornato in modo da garantire un supporto competente a imprese e artigiani, che vengono indirizzati nella selezione dei prodotti all'interno della vasta offerta disponibile a magazzino.

### La segmentazione della richiesta

Numerose sono le variabili che influenzano la selezione delle tipologie di prodotto: fra queste spiccano tipologia e caratteristiche dimensionali del cantiere, entità dell'intervento, abitudini e capacità degli operatori e, non ultimo, rapporto fra costo e manodopera. Nella maggior parte dei casi i prodotti premiscelati rappresentano la scelta preferenziale sia dell'impresa che dell'artigiano, soprattutto per le garanzie che questa tipologia di prodotti offre in termini di facilità di preparazione e costanza di risultati.

### I prodotti speciali

Decisamente rilevante l'importanza di questo segmento sul fatturato complessivo dei prodotti premiscelati e predosati trattati dalla rivendita. Grazie anche alle più recenti prescrizioni normative, soprattutto in tema di risparmio energetico, le malte speciali hanno infatti raggiunto una quota percentuale intorno al 30% sul totale.



# A 360° PER L'EDILIZIA

## Non solo Malta Bastarda



Scegliere Gras Calce non significa solo scegliere prodotti di qualità, all'avanguardia e adatti a ogni esigenza ma anche avere a disposizione una serie di servizi che fanno della nostra azienda un vero partner commerciale.

Scegliere Gras Calce significa scegliere la sicurezza di avere sempre al proprio fianco una struttura che garantisce formazione, consulenza e assistenza tecnica: a 360° sull'edilizia.



## Edilpoint

<b>Sede</b>	S.Andrea delle Fratte (Pg)
<b>Fornitori</b>	CVR, Calce S. Pellegrino, Diasen
<b>Quota di fatturato derivante dal settore malte premiscelate e predosate</b>	5%
<b>Trend del comparto negli ultimi 5 anni</b>	In crescita
<b>Spazio dedicato all'interno del magazzino</b>	200 mq
<b>Indice di rotazione</b>	30 gg.
<b>Tipologie di prodotti distribuiti e relativa percentuale</b>	95% premiscelati 5% predosati
<b>Segmentazione della clientela per tipologia</b>	92% Impresa 8% Privato
<b>Servizi offerti dalla rivendita</b>	Consegna in cantiere Consulenza tecnica
<b>Eventuali promozioni offerte alla clientela</b>	Si

### Approfondimenti

#### Gli orientamenti d'acquisto

La rivendita rappresenta un punto di riferimento anche tecnico, e non solo esclusivamente commerciale, nella propria area di attività. Nella maggior parte dei casi, di conseguenza, l'utilizzatore richiede consulenza e indicazioni sulla scelta del prodotto più adatto in funzione delle proprie esigenze.

#### La segmentazione della richiesta

I prodotti premiscelati incontrano le preferenze sia di imprese di costruzioni che di artigiani per i loro evidenti vantaggi in termini di praticità e rapidità d'impiego e costanza di risultati. Qualche diffusione tra gli artigiani hanno anche i prodotti predosati.

#### I prodotti speciali

Ancora marginale, nel caso della rivendita, il rilievo percentuale dei prodotti premiscelati speciali sul totale complessivo di questa merceologia. Queste referenze infatti incidono intorno all'1,5%, pur se con ampi margini di crescita.

## Foresti Distribuzione Laterizi

<b>Sede</b>	Pralboino (Bs)
<b>Aggregazione di appartenenza</b>	Sined - Edintesa, Geomateria
<b>Fornitori</b>	Kerakoll, Mapei, Fassa, Rofix, Diasen, Weber & Broutin, Sika, Locatelli
<b>Quota di fatturato derivante dal settore malte premiscelate e predosate</b>	30%
<b>Trend del comparto negli ultimi 5 anni</b>	In crescita
<b>Spazio dedicato all'interno del magazzino</b>	400 mq
<b>Indice di rotazione</b>	10 volte l'anno
<b>Tipologie di prodotti distribuiti e relativa percentuale</b>	80% premiscelati 20% predosati
<b>Segmentazione della clientela per tipologia</b>	95% Impresa 5% Privato
<b>Servizi offerti dalla rivendita</b>	Consegna in cantiere Consulenza tecnica Squadre di posa
<b>Eventuali promozioni offerte alla clientela</b>	Si

### Approfondimenti

#### Gli orientamenti d'acquisto

A seconda dei casi, la clientela indica precisamente il prodotto o espone le proprie esigenze chiedendo al rivenditore il prodotto più adatto. Per gestire con successo entrambi gli approcci il personale della rivendita dispone anche di buone competenze tecniche ed è in grado di spaziare da una marca o prodotto a un altro in funzione della reperibilità nel magazzino.

#### La segmentazione della richiesta

L'entrata in vigore di normative sempre più stringenti nonché di vincoli e prescrizioni (documentazione, schede tecniche, prove di laboratorio, certificazioni CE) ha di fatto ristretto sensibilmente il mercato delle malte tradizionali a tutto vantaggio dei prodotti premiscelati. Un'ulteriore evoluzione è quella delle malte predosate, con caratteristiche di fabbricazione costanti nel tempo, controllate e sottoposte a verifiche.

#### I prodotti speciali

Si tratta di un segmento di mercato in costante crescita, composto da prodotti a volte particolarmente costosi ma di efficacia garantita. Poco più impegnative nell'applicazione, anche se sicuramente da curare nella messa in opera in maniera più attenta di quelle tradizionali, il loro rilievo sotto il profilo quantitativo può essere stimato intorno al 30%, mentre in termini di numero di interventi il loro utilizzo coinvolge per la rivendita circa il 10-15% dei cantieri forniti.



# Malte per murature

## F.Ili Mara

Sede	S. Antonino Ticino di Lonate Pozzolo (Va)
Fornitori	Holcim, Colacem, Gras Calce, Mapei, Kerakoll, Fornace Solferino, Weber & Broutin
Quota di fatturato derivante dal settore malte premiscelate e predosate	10%
Trend del comparto negli ultimi 5 anni	In crescita
Spazio dedicato all'interno del magazzino	400 mq
Indice di rotazione	Bisettimanale
Tipologie di prodotti distribuiti e relativa percentuale	60% premiscelati 40% predosati
Segmentazione della clientela per tipologia	80% Impresa 20% Privato
Servizi offerti dalla rivendita	Consegna in cantiere Consulenza tecnica
Eventuali promozioni offerte alla clientela	Si

## Approfondimenti

### Gli orientamenti d'acquisto

Nella maggior parte dei casi, la clientela si affida ai consigli tecnici della rivendita, sottoponendo le problematiche di cantiere da affrontare agli addetti alla vendita che, preventivamente formati, analizzano la situazione per individuare i prodotti più idonei a soddisfare le richieste. Al cliente vengono fornite anche schede tecniche e di sicurezza e, se necessario, assistenza in cantiere tramite sopralluoghi di tecnici del produttore. Nel caso in cui il cliente richieda espressamente un prodotto, gli addetti alla vendita si informano sul suo utilizzo per poter intervenire consigliando eventuali alternative.

### La segmentazione della richiesta

Le imprese che operano in medi e grandi cantieri utilizzano, per motivi di praticità e tempistica, prodotti premiscelati sia in silos che in sacco, consegnati direttamente in cantiere qualora lo spazio disponibile sia sufficiente. In caso contrario vengono utilizzati premiscelati in sacco o predosati a disposizione nel magazzino della rivendita. Questo servizio è sfruttato soprattutto dalle piccole imprese e dagli artigiani che giornalmente si servono in rivendita. Una buona parte dei prodotti predosati, inoltre, è destinata alla vendita al dettaglio, specie quando il lavoro da effettuare non richiede l'intervento dell'impresa (fai da te).

### I prodotti speciali

Fra le malte speciali, la tipologia che occupa la più grande fetta di mercato per la rivendita - circa il 70% - è senza dubbio quella dei prodotti deumidificanti, impiegati soprattutto nel campo della ristrutturazione dall'impresa e nei piccoli interventi non solo dagli artigiani ma anche da privati. Altri prodotti, come gli intonaci isolanti, non hanno ancora un utilizzo diffuso, e rappresentano circa il 10%; il rimanente 20% è occupato dalla vendita di malte ignifughe, la cui richiesta è cresciuta negli ultimi anni.



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  
sistellato  
...l'unico con fuga



**"MTI"**

Mattone invecchiato  
...le origini



 **LA.RE.K.** S.R.L.  
LATERIZI REFRATTARI

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

Per informazioni:  
Tel. 089 302499

Fax 089 302554 - info@larek.it

# Deumidificazione

## KIT PER IL RISANAMENTO DELLE MURATURE UMIDE

Contro l'umidità ascendente un esclusivo sistema brevettato, che elimina per sempre il problema.



Con polizza nominale di **Garanzia RC** prodotto



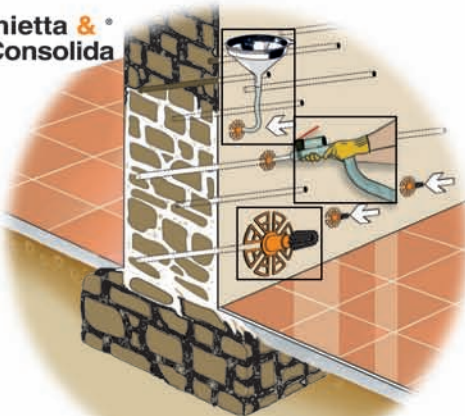
Risanare definitivamente i muri umidi, da soli, o con la propria impresa di fiducia. È semplicissimo con **DryKit® System!**

# Consolidamento

## KIT PER CONSOLIDARE TUTTI I TIPI DI MURATURE

Semplice da usare! A caduta o con l'impiego di una pompante. Inclusi nella confezione gli iniettori brevettati con tappo di chiusura.

Inietta & Consolida



Resiste oltre 20 volte alla Compressione Diagonale (Taglio) rispetto ad una boiacca tradizionale.



Tecnologie per il recupero edilizio

**TECNO RED**  
ITALIA-SPAGNA-FINLANDIA

member of:  
assorestauro

Via San Michele di Montorio, 3/a - 37141 VERONA Tel./Fax 045 8921020  
info@tecnored.eu - www.tecnored.eu

## Marzotto

Sede	Cologno Monzese (Mi)
Aggregazione di appartenenza	BigMat
Fornitori	Gras Calce, Holcim, Fassa Bortolo, Grigolin, Roefix
Quota di fatturato derivante dal settore malte premiscelate e predosate	7,35%
Trend del comparto negli ultimi 5 anni	In crescita
Spazio dedicato all'interno del magazzino	210 mq
Indice di rotazione	n.d.
Tipologie di prodotti distribuiti e relativa percentuale	35% premiscelati 65% predosati
Segmentazione della clientela per tipologia	87% Impresa 13% Privato
Servizi offerti dalla rivendita	Consegna in cantiere Consulenza tecnica
Eventuali promozioni offerte alla clientela	Si

## Approfondimenti

### Gli orientamenti d'acquisto

La maggior parte della clientela della rivendita ha già sufficientemente chiara la tipologia di prodotto da utilizzare a seconda dell'intervento da eseguire. Sempre più frequente è invece la richiesta di informazioni su modalità applicative e soluzioni idonee alla posa su particolari supporti di nuova generazione, informazioni che la rivendita fornisce sia tramite il proprio personale interno che coinvolgendo, nei casi più particolari, tecnici specializzati dei partner fornitori.

### La segmentazione della richiesta

A indirizzare le scelte della clientela sui prodotti premiscelati o predosati sono soprattutto parametri di carattere quantitativo. Nelle ipotesi di interventi di una certa rilevanza l'utilizzatore tende a privilegiare i prodotti premiscelati, in particolare gli sfusi; per opere di piccola e media entità, che peraltro comportano in genere anche limitazioni degli spazi utili di lavoro, la scelta cade invece di preferenza sui prodotti predosati.

### I prodotti speciali

Secondo la rivendita questa famiglia di prodotti non si è ancora adeguatamente sviluppata in proporzione alle tipologie dei supporti e dei prodotti presenti sul mercato, e deve perciò ancora esprimere tutto il suo potenziale. Attualmente la sua quota di mercato si colloca intorno al 18% del volume complessivo; la rivendita auspica in questo senso una maggiore comunicazione relativa alle tipologie degli interventi cui tali prodotti risultano particolarmente indicati.



# Malte per murature

## Minarelli

Sede	Mirabello (Fe)
Aggregazione di appartenenza	Gruppo Idea
Fornitori	Gras Calce, Mapei, Biocalce
Quota di fatturato derivante dal settore malte premiscelate e predosate	5%
Trend del comparto negli ultimi 5 anni	In crescita
Spazio dedicato all'interno del magazzino	60 mq
Indice di rotazione	20 gg.
Tipologie di prodotti distribuiti e relativa percentuale	80% premiscelati 20% predosati
Segmentazione della clientela per tipologia	70% Impresa 30% Privato
Servizi offerti dalla rivendita	Consegna in cantiere Consulenza tecnica
Eventuali promozioni offerte alla clientela	Si

## Approfondimenti

### Gli orientamenti d'acquisto

Normalmente il cliente, sia esso un'impresa o un artigiano, in mancanza di una richiesta specifica da parte del direttore dei lavori o nel capitolato d'appalto, si rivolge alla rivendita per una consulenza tecnica esponendo il proprio problema. In casi sporadici l'utilizzatore è già perfettamente a conoscenza del prodotto più adatto alle proprie specifiche esigenze.

### La segmentazione della richiesta

Sempre più spesso le imprese che si avvalgono di cottimisti hanno la necessita di fornire loro prodotti pronti, che per colore e qualità presentino caratteristiche costanti; la facilità e la comodità di utilizzo di questi prodotti sono peraltro oggi sempre più apprezzate anche dagli artigiani e dai privati che, usufruendo dell'esperienza dei produttori, non si devono curare dei dosaggi, con in più la certezza di utilizzare un prodotto idoneo e dai risultati garantiti.

### I prodotti speciali

Sul totale complessivo dei prodotti premiscelati utilizzati nei cantieri forniti dalla rivendita, circa il 35% è rappresentato da prodotti specifici per la deumidificazione e il risanamento di murature ammalorate o l'isolamento termico dei muri perimetrali. Inoltre, grazie all'introduzione delle nuove normative in materia di rendimento energetico, è prevedibile un ulteriore incremento nell'utilizzo di questi materiali, cui non a caso la rivendita dedica un'attenzione particolare.



## MANUFATTI in POLIETILENE

Produzione MANUFATTI in POLIETILENE

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

Cercasi agenti e rivenditori per le zone libere

## Schoensberg Basilio

<b>Sede</b>	Rovereto (Tn)
<b>Aggregazione di appartenenza</b>	Co.Me.Ta.
<b>Fornitori</b>	Tassullo, Fassa Bortolo, Roefix, Torggler
<b>Quota di fatturato derivante dal settore malte premiscelate e predosate</b>	5%
<b>Trend del comparto negli ultimi 5 anni</b>	In crescita
<b>Spazio dedicato all'interno del magazzino</b>	200 mq
<b>Indice di rotazione</b>	30 gg.
<b>Tipologie di prodotti distribuiti e relativa percentuale</b>	90% premiscelati 10% predosati
<b>Segmentazione della clientela per tipologia</b>	95% Impresa 5% Privato
<b>Servizi offerti dalla rivendita</b>	Consegna in cantiere Consulenza tecnica
<b>Eventuali promozioni offerte alla clientela</b>	Si

### Approfondimenti

#### Gli orientamenti d'acquisto

Nella maggior parte dei casi il cliente della rivendita è già perfettamente a conoscenza di caratteristiche e indicazioni d'impiego dei prodotti, ed è in grado di procedere autonomamente nella loro scelta. Solo in casi molto particolari o per la risoluzione di specifiche problematiche l'utilizzatore ricorre al supporto del personale di vendita, che a questo scopo segue specifici corsi di formazione, spesso organizzati in collaborazione con le aziende fornitrici.

#### La segmentazione della richiesta

Nella quasi totalità dei casi i prodotti premiscelati rappresentano la scelta preferenziale sia delle imprese che degli artigiani, vuoi per la loro comodità e facilità di impiego anche da parte della manodopera meno specializzata, vuoi per le garanzie in termini di precisione e costanza di formulazione che questi prodotti offrono.

#### I prodotti speciali

Buona la richiesta di premiscelati e predosati speciali, che rappresenta una voce importante all'interno di questa tipologia di prodotti. Tali merceologie infatti si accaparrano circa il 15% sul totale complessivo del segmento.

## Tra-Edil Frascà

<b>Sede</b>	Roccella Ionica (RC)
<b>Fornitori</b>	Weber & Broutin, Mapei, Meridionale Intonaci
<b>Quota di fatturato derivante dal settore malte premiscelate e predosate</b>	12%
<b>Trend del comparto negli ultimi 5 anni</b>	In crescita
<b>Spazio dedicato all'interno del magazzino</b>	400 mq
<b>Indice di rotazione</b>	30 gg.
<b>Tipologie di prodotti distribuiti e relativa percentuale</b>	70% premiscelati 30% predosati
<b>Segmentazione della clientela per tipologia</b>	85% Impresa 15% Privato
<b>Servizi offerti dalla rivendita</b>	Consegna in cantiere Consulenza tecnica
<b>Eventuali promozioni offerte alla clientela</b>	Si

### Approfondimenti

#### Gli orientamenti d'acquisto

In genere la clientela si appoggia alla rivendita per consulenza tecnica e indicazioni sul prodotto o il ciclo più adatto alle proprie esigenze applicative. Più raramente la richiesta si focalizza su uno specifico prodotto già conosciuto dall'utilizzatore.

#### La segmentazione della richiesta

Le preferenze delle imprese si orientano decisamente verso i prodotti premiscelati, che rappresentano la scelta privilegiata da questi utilizzatori. L'artigiano tende invece ad orientarsi verso i prodotti predosati, e in percentuali ridotte anche verso le malte premiscelate.

#### I prodotti speciali

Importante, in questo caso, la quota di mercato conquistata dai prodotti speciali che, nel caso della Tra Edil Frascà, raggiungono circa il 40% sul totale complessivo del fatturato generato da questa merceologia.

