



In pochi anni hanno conquistato quote significative di mercato diventando anche per la rivendita un'interessante opportunità di business. L'industria propone gamme di prodotto sempre più ampie, composte da prodotti tradizionali e speciali, ma richiede al suo partner competenza e assistenza tecnica. E lo sceglie soprattutto in funzione alla politica commerciale e al bacino di clientela.

Silvia Salvaderi

Il questionario

- Quanto vale per la Vostra azienda il canale della rivendita edile rispetto al totale del venduto?
- La rivendita edile è da sempre uno dei partner privilegiati nella vendita delle malte premiscelate e predosate. Quale è stato per questo canale il trend di mercato negli ultimi tre anni?
- Quali strumenti offerte al Distributore come supporto alla vendita delle malte premiscelate e predosate?
- Quali sono i servizi maggiormente richiesti dalla Rivendita?
- In base a quali criteri scegliete i Vostri partner nel settore della distribuzione edile?
- Quali sono secondo Voi i parametri di valutazione che concorrono maggiormente nella scelta del Produttore da parte del Rivenditori
- In quali aree pensate ci possa essere un miglioramento da parte dei Vs. clienti rivenditori?
- Qual è stato l'indice di turn-over della Vostra clientela (rivenditori) nell'ultimo anno

Premiscelati e predosati sono prodotti relativamente giovani. Hanno fatto timidamente la loro comparsa sul mercato circa venti anni fa. Ma da allora hanno fatto passi da gigante. Non solo per i numeri, con crescita spesso a due cifre, ma soprattutto per la diversificazione delle miscele e per le prestazioni che garantiscono. Con questi prodotti è cambiato il modo di costruire e di "finire" i muri. Non solo, si è modificata anche l'organizzazione del cantiere, e si è elevata la

I protagonisti dell'indagine

BASF CC ITALIA

BASF Construction Chemicals fornisce soluzioni per i clienti dell'industria delle costruzioni. Vanta una lunga esperienza in Ricerca e Sviluppo e mette la propria innovazione al servizio del cliente. I business principali sono due, ovvero: Construction Systems (Sistemi per le costruzioni) e Admixture Systems (Sistemi di miscelazione). Nel suo complesso, il portafoglio prodotti migliora le prestazioni meccaniche, chimiche e di lavorabilità del calcestruzzo preconfezionato e prefabbricato e facilita

il ripristino e l'impermeabilizzazione di strutture e opere in calcestruzzo armato. L'azienda ha inoltre ideato soluzioni ad elevata compatibilità chimico-fisica per il recupero, il restauro

e la deumidificazione degli edifici storici. Da ricordare anche le linee di prodotto Fireshield®, Ucrete® e Master-seal®. Fireshield®, ad esempio, è ideale per la protezione passiva dal fuoco in galleria. I sistemi della gamma Ucrete®, invece, comprendono prodotti a base di poliuretano-cemento ideali per la realizzazione di pavimentazioni ad altissima resistenza agli agenti chimici e alle sollecitazioni fisico-meccaniche (vapore, gelo, acidi alcali, solventi, urti e shock termico). La linea Master-seal® propone, infine, tecnologie innovative per la protezione delle strutture.

DIASEN

Da oltre 20 anni DiaSen® è produttrice di materiali e soluzioni tecnologiche di alta qualità nel campo dell'isolamento termoacustico, delle impermeabilizzazioni e del risanamento. L'azienda ha messo sempre al centro dell'azione la ricerca e il servizio tecnico, studiando

sistemi e prodotti per risolvere i problemi tipici del settore. Nel campo delle malte premiscelate DiaSen®, oltre all'intonaco in sughero Diatho-

nite®, ha sviluppato la malta termica per muratura, i rinzaffi e gli intonaci per il risanamento da umidità e altre malte speciali per il consolidamento, il ripristino dei calcestruzzi e delle superfici ammalorate. Oltre a questo l'offerta DiaSen® si caratterizza per prodotti e sistemi per il costruire in bioedilizia, per impianti sportivi e, infine, per le malte adatte alle pavimentazioni industriali.

FASSA BORTOLO

Fassa Bortolo ha una storia di quasi tre secoli alle spalle, animata da forte dinamismo e continuo sviluppo:

attualmente il Gruppo Fassa, la cui sede direzionale è a Spresiano in provincia di Treviso, è presente con dodici stabilimenti in Italia e uno in Portogallo, tre filiali commerciali in Italia e tre in Svizzera con un organico di 1100 collaboratori comprendente sia dipendenti che forza vendita. Il fatturato dell'anno

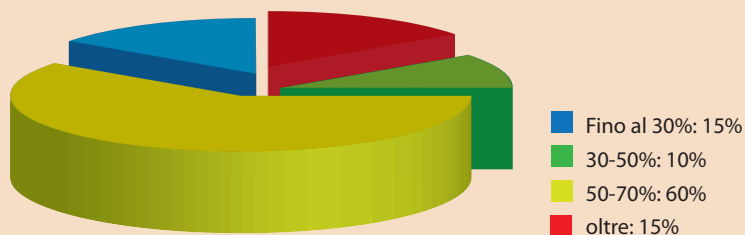
2007 si è chiuso a 328 milioni di euro con un incremento del 6,8% rispetto al 2006. I numeri e l'azienda sono in continua evoluzione: nel 2008 sono iniziati i lavori di costruzione di nuovi impianti in Italia e all'estero, potenziando la struttura esistente ma anche puntando alla diversificazione produttiva.



DiaSen®



Quota di fatturato generato dalla Rivendita



qualità complessiva della costruzione. La possibilità di disporre di miscele pronte all'uso con dosaggi predefiniti, ha ridotto drasticamente una serie di errori generati dall'improvvisazione di talune operazioni compiute in cantiere nella preparazione delle malte. Oltre a semplificare le fasi in cantiere, i maggiori vantaggi prodotti dall'introduzione di questi prodotti si stanno registrando più recentemente con la messa a punto di particolari miscele che permettono la realizzazione di malte ad alte prestazioni. Questa evoluzione e diversificazione ha attratto l'interesse sia della produzione, che ha visto crescere in questi ultimi anni il numero di competitor, sia della distribuzione che ha inserito stabilmente premiscelati e predosati nella propria gamma di offerta diventando così il partner privilegiato dell'industria.

• Il campione

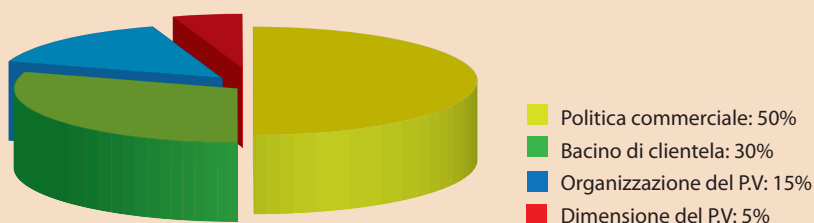
Per questo settore hanno partecipato all'indagine 13 aziende che coprono

con la loro produzione tutte le merceologie di prodotto esistenti sul mercato. Si va dai prodotti premiscelati tradizionali a quelli con prestazioni specifiche per applicazioni nel settore della deumidificazione dell'isolamento termico, fino alle malte predosate.

• La distribuzione

Il canale della Rivendita edile è quello privilegiato per la commercializzazione delle malte predosate e dei prodotti premiscelati. Oltre il 50% del campione dichiara di distribuire attraverso i rivenditori più del 60% della propria produzione con punte che superano il 70 - 80%. Segno di una capacità da parte della rivendita di presidiare in modo capillare il territorio, ma soprattutto di avere strutture estremamente flessibili in grado di soddisfare in modo efficace e rapido le diverse esigenze manifestate da tutte le imprese, sia artigianali sia di medie e grandi dimensioni. Per questi prodotti poi, gioca un

Come si sceglie il Rivenditore



ruolo fondamentale l'aspetto logistico della distribuzione, risolto dalla rivendita, con una consegna diretta anche in quei cantieri come quelli situati nei centri storici, dove si richiede per la loro posizione l'utilizzo di piccoli mezzi di trasporto.

Sul fronte del trend di mercato, nonostante la difficile situazione che si prospetta, la quasi totalità del campione dichiara che malte premiscelate e predosate sono state in questi ultimi cinque anni in netta crescita. Solo un'azienda denuncia una diminuzione, presumibilmente per un cambiamento di politiche interne.

Innovazione e qualità della produzione hanno favorito lo sviluppo e la diffusione di questi prodotti attraverso un canale che è stato capace in questi ultimi anni di affiancare i produttori svolgendo un'azione di consulenza per le imprese.

• Gli strumenti al servizio del rivenditore

Formazione destinata all'addetto alle vendite e presentazione presso la rivendita dei nuovi prodotti sono i servizi maggiormente offerti dalla produzione. Seguiti a breve distanza dall'assistenza tecnica in cantiere. Una risposta che fotografa in modo

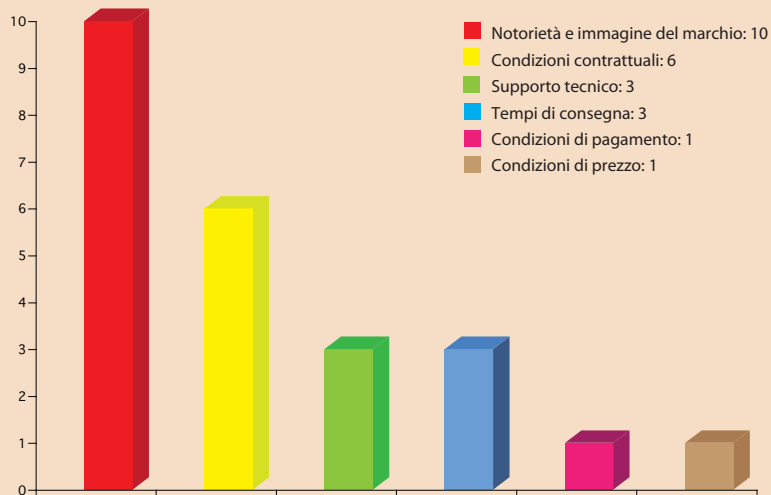
chiaro il mercato e le peculiarità di questo ambito merceologico. A fianco dei tradizionali premiscelati l'industria ha investito nello sviluppo di prodotti capaci di offrire prestazioni molto specifiche che però richiedono conoscenza e competenza da parte di chi serve l'impresa.

Dall'indagine fatta presso le rivendite, emerge peraltro che spesso il cliente quando entra in rivendita, prima di effettuare l'acquisto, parte dal problema che deve risolvere e chiede un supporto tecnico. Da qui l'esigenza da parte del produttore di promuovere i prodotti nel punto vendita, ma anche di svolgere un'azione di formazione tecnica al "banconista" che si trova a vendere prodotti nuovi e in continua evoluzione.

• Le richieste della rivendita

Secondo i produttori l'assistenza tecnica è la richiesta più pressante manifestata dalle rivendite. Gioca a favore di questa esigenza la costante evoluzione dei prodotti, che pur avendo risolto i problemi dei dosaggi, richiedono una approfondita conoscenza delle prestazioni offerte, delle compatibilità e della preparazione dei supporti. Questo soprattutto in cantiere quando dalla carta si passa ai

• Criteri di scelta dei fornitori



FERRI

Ferri nasce nel 1964 quale produttore di adesivi per ceramica. Alla fine degli anni Ottanta sviluppa la propria gamma di prodotti per edilizia, dapprima intonaci premiscelati e successivamente malte da costruzione di varie tipologie. La gamma comprende anche malte per muratura faccia a vista colorate, molto apprezzate e utilizzate dalle più importanti aziende produttrici di laterizi e blocchi cementizi. Il servizio di fornitura dei prodotti premiscelati in silos,



l'assistenza diretta in cantiere da parte di personale altamente qualificato e il rigoroso controllo qualitativo dei materiali consentono all'azienda di proporsi come un partner altamente competitivo nel settore edilizio, punto di riferimento per studi tecnici e applicatori.

FORNACE LATERIZI TREZZO

Fornace Laterizi Trezzo nasce a Trezzo sull'Adda nel 1955. Dopo aver concentrato la produzione sul mattone pieno e sul laterizio portante concepito secondo caratteristiche termiche e acustiche, ha dato vita a una nuova moderna linea di prodotti nel settore dei componenti edilizi essenziali: linea Forte, una gamma di prodotti predosati per malte e calcestruzzi pronti all'uso, nella quale confluiscono le esperienze di anni di lavoro e un importante patrimonio di conoscenze nel settore edilizio.



La gamma dei prodotti della linea Forte, è stata inoltre recentemente ampliata con ulteriori prodotti ad asciugatura rapida. Tutti si distinguono per l'elevato standard qualitativo che nasce soprattutto da una moderna e sofisticata tecnologia, dove ogni fase di lavoro è sottoposta ai controlli più rigorosi, sia nella selezione che nel dosaggio dei componenti. La costante ricerca tecnologica applicata ai prodotti, la cultura e la vocazione verso il servizio, la particolare attenzione alle esigenze che nascono dal mercato, hanno contribuito negli ultimi anni a incrementare la capacità produttiva per soddisfare le maggiori richieste.

GRAS CALCE

Gras Calce, con sede a Trezzo sull'Adda in provincia di Milano, nasce nel 1967 da una intuizione dei fondatori, i fratelli Gaetano e Sergio Cereda: insaccare il grassello di calce. A questa produzione si accosta quella della Malta



Fine preconfezionata seguita, negli anni '80, dalle malte: prodotti che hanno contribuito a decretare il successo aziendale.

Gras Calce è stata la prima azienda a produrre e a confezionare malte di tipo tradizionale a base di inerte siliceo, creando l'alternativa al premiscelato. Dopo venti anni dall'inizio dell'attività, i prodotti mantengono inalterato il loro successo presso gli utilizzatori, obiettivo perseguito grazie all'alta qualità delle materie prime. Oltre alle malte, fanno parte della gamma aziendale massetti e calcestruzzi preconfezionati, rasanti e una Linea specifica per la Bioedilizia costituita da prodotti a base di grassello di calce e calci naturali. Gras Calce, da sempre attenta alle evoluzioni normative, è stata tra le prime aziende a uniformare la produzione alla Direttiva Europea 89/106 CE- Marcatura CE dei prodotti da costruzione e oggi fornisce solo prodotti garantiti e conformi a quanto previsto dalle Norme.

HOLCIM ITALIA

Il Gruppo Holcim in Italia è uno dei più importanti produttori nel settore dei materiali da costruzione. Dalla sua fondazione, nel 1928, la produzione e la commercializzazione di cementi rappresentano il core business. Negli anni, Holcim Italia si è sviluppata attraverso progressive acquisizioni e partecipazioni estendendo le proprie attività anche all'area degli aggregati e dei calcestruzzi, realizzando importanti sinergie produttive e commerciali e arrivando così a costituire un Gruppo fortemente integrato. Il successo di Holcim è cresciuto con il riconoscimento, da parte dei clienti, dell'alta qualità dei prodotti e dei servizi offerti. Sulla base di un rapporto di fiducia reciproca costruito negli anni si offrono infatti soluzioni mirate e consulenze ad hoc.



KERAKOLL GROUP

Kerakoll è uno dei gruppi leader nel mondo nel settore della chimica applicata all'edilizia, con un fatturato di 316 milioni di Euro nel 2007, di cui il 37% realizzato all'estero, 15 società operative e 9 stabilimenti produttivi. Kerakoll Group è un'azienda che offre soluzioni globali nei prodotti per l'architettura contemporanea, l'edilizia del benessere, il restauro storico e l'home design, con tre marchi principali (Kerakoll - Biocalce - Kerakoll Design), 360 prodotti a catalogo, 1.650 tipologie di referenze e 11 diverse linee di prodotto. Il Gruppo è nato nel 1968 a Sassuolo, nel cuore del più importante comprensorio ceramico mondiale, dall'iniziativa imprenditoriale di Romano Sghedoni ed è oggi guidato da Gian Luca Sghedoni - figlio del fondatore, vincitore del Premio "L'Imprenditore dell'Anno 2008" - affiancato da un gruppo dirigente che coniuga l'esperienza e la competenza tecnica con un approccio innovativo e fortemente managerializzato.



KIMIA

Kimia da oltre venti anni produce materiali e tecnologie per il restauro e il recupero edilizio, perfezionando nei propri laboratori l'esperienza maturata in centinaia di cantieri della penisola e del mondo. A partire dal 1979 Kimia si specializza nella ricerca di nuove soluzioni per il restauro e il recupero edile, mettendo a disposizione dei progettisti e delle imprese il proprio staff di esperti, con una lunga esperienza nella diagnosi e nella scelta dei prodotti. I tecnici Kimia, inoltre, seguono la fase post-vendita di posa in opera dei prodotti, in modo che la soddisfazione del cliente sia completa. L'azienda, sottopone i propri prodotti alle analisi di accreditati laboratori di misurazione e analisi, per la certificazione delle loro caratteristiche fisico-chimiche, così da mettere a disposizione dei tecnici e dei progettisti dati certi per la progettazione degli interventi di recupero e restauro, con la sicurezza del successo e di agire nel massimo rispetto del supporto oggetto di lavoro.

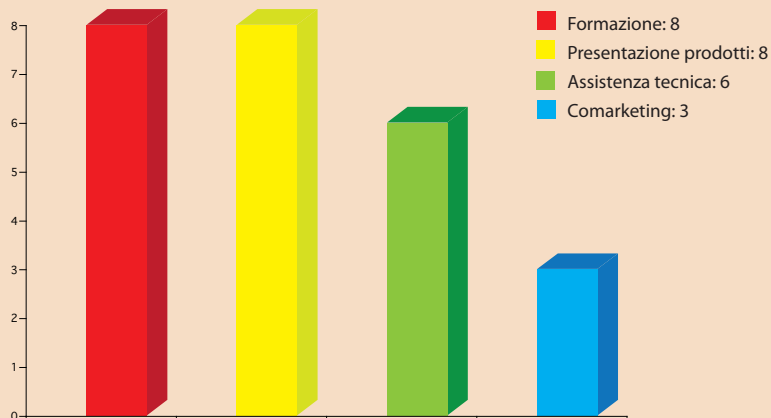


RÖFIX

Nata in Austria nel 1888, Röfix è un'azienda internazionale volta allo sviluppo di materiali e tecnologie edilizie di qualità, in grado di offrire un assortimento completo di prodotti che soddisfino severi requisiti tecnici, ecologici ed economi-



I supporti offerti dai produttori



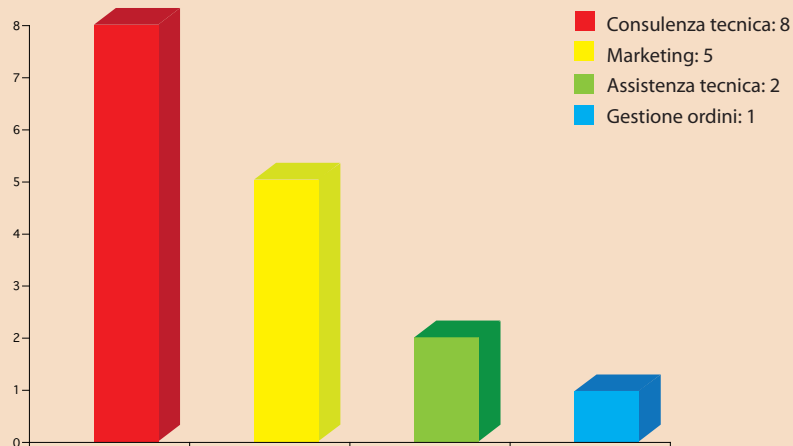
problemi reali. A questo servizio segue un'altra richiesta che appare perfettamente in linea con le problematiche descritte. Una buona formazione del banconista permette infatti di orientare il cliente nella scelta del prodotto più idoneo alla soluzione del problema. Un'altra richiesta, anche se in numero inferiore, riguarda la possibilità di attivare azioni di co-

marketing. Questo dato apparentemente contraddittorio merita una riflessione alla luce dei risultati dell'indagine nella quale proprio questo tipo di azione è vista invece dal produttore come uno degli ultimi supporti da offrire alla rivendita. A seguire tra le richieste comunque importanti si rileva la rapidità di consegna e la cooperazione con gli agenti.



Foto Torgler

Le aree di miglioramento



• Il produttore sceglie il suo partner

Per la distribuzione di questa merceologia, il Produttore sceglie il suo partner soprattutto in funzione della politica commerciale messa in campo dal rivenditore. Una politica che tocca il complesso delle strategie aziendali del distributore, ma che riguarda anche gli accordi che stipula nella vendita di prodotti, i quali data la loro natura richiedono attenzioni nello stoccaggio e nella logistica. Aspetto quest'ultimo che si lega intimamente al bacino di clientela messo sul piatto dal rivenditore e che dopo la politica commerciale ne condiziona fortemente le scelte. Decisamente meno importanti appaiono l'organizzazione e la dimensione del Punto vendita.

• Cosa attrae il rivenditore

A farla da padrone nelle scelte secondo i Produttori sono ancora una volta la notorietà e l'immagine del marchio. Un marchio forte presente sul mercato con ampie gamme di prodotto al quale si associano qualità e affidabilità della produzione garantiscono interessanti vendite.

Non meno importante tuttavia risultano gli accordi commerciali relativi a prodotti come i premiscelati che occupano grandi spazi di stoccaggio

e hanno un alto indice di rotazione. La rivendita naturalmente nella scelta del produttore non trascura il supporto tecnico che l'azienda è in grado di garantire nel pre e post vendita. Meno decisivi appaiono invece l'elemento prezzo e le condizioni di pagamento.

• Dove la rivendita può migliorare

Anche in questo Dossier la risposta a questa domanda del questionario non lascia dubbi. Oltre l'80% dei produttori ritiene che il rivenditore abbia ancora notevoli margini di miglioramento nell'area della consulenza tecnica al proprio cliente.

Sono soprattutto i nuovi prodotti a richiedere una specifica formazione per valorizzare al massimo le loro caratteristiche. E questo è possibile solo a fronte di una vera partnership con il produttore. Per qualificare e aumentare le vendite di questi prodotti è necessario da parte del bancista un diverso approccio che va oltre la semplice consegna. Non basta più fornire il sacco, ma occorre sapere prima di vendere che impiego ne verrà fatto. Un'altra area di miglioramento riguarda le azioni di marketing verso la clientela che vanno probabilmente aumentate, diversificate e coordinate con la produzione.

ci per applicatori e clienti nel settore dell'edilizia. L'attività di Rôfix si articola in vari settori, quali il risanamento e il restauro le pitture, i rivestimenti e i sistemi d'isolamento termico per esterni, e infine, i calcestruzzi, i massetti e i fondi di posa. L'azienda ottiene nel 2007 il riconoscimento ufficiale di Partner CasaClima e nel 2008 lancia la nuova linea CalceClima, il sistema di intonaco alla calce idraulica naturale. E' inoltre cofondatrice di Cortexa, consorzio di aziende leader in Italia specializzate nel sistema di isolamento a cappotto.

SEYCHELLES

Fondata da Luigi Defrancisci nel 1976, "Seychelles" ha sede a Pontestura (AL) in un'area particolarmente vocata alla produzione del cemento e dei suoi derivati. Diversi i suoi punti di forza: una struttura produttiva automatizzata e computerizzata capace di controlli completi e selettivi per garantire un costante e certo livello qualitativo. Un efficiente laboratorio con personale specializzato e qualificato che crea, sperimenta e verifica prodotti sempre più efficaci e pratici. Uno staff vendite affiatato, preparato e sempre disponibile al dialogo. Una gamma completa di adesivi, malte, leganti, intonaci, deumidificanti e prodotti d'avanguardia speciali per il settore edilizio, per i recuperi e le ristrutturazioni, per la posa e per le grandi opere.



TORGGLER CHIMICA

Torggler Chimica S.p.A. occupa da molti anni un posto di primo piano nel settore dei prodotti chimici per l'edilizia. L'azienda ha sede a Marleno e siti produttivi a Merano e Rieti.

Oltre che sul mercato nazionale, i prodotti Torggler sono apprezzati e distribuiti in Europa e nei paesi del bacino Mediterraneo. Recentemente l'azienda ha istituito

"T.Life Project", un progetto strategico per lo studio e lo sviluppo di prodotti innovativi tendenti a migliorare il comfort, la qualità di vita e la sicurezza delle costruzioni. Prodotti che al contempo siano rispettosi dell'ambiente, facili e comodi da usare. La base della costante innovazione tecnologica di Torggler Chimica sta nei suoi laboratori specializzati nello studio, nello sviluppo e nell'analisi di prodotti chimici per l'edilizia. Essi sono dotati della strumentazione specifica e raffinata necessaria alla valutazione sia di materie prime, sia di prodotti finiti dal punto di vista chimico-fisico, meccanico e prestazionale. Tra di essi spiccano i sistemi di prodotti per il risanamento delle murature ed i sistemi per il ripristino del calcestruzzo e calcestruzzo armato, i sigillanti siliconici e le schiume poliuretatiche monocomponenti.

VILLAGA CALCE

Villaga è un'azienda di famiglia che oggi è giunta alla quarta generazione: fu fondata, infatti, da Pasquale Piovan nel 1897. Villaga è azienda focalizzata nella produzione di calce è, infatti, il secondo produttore nazionale di calce aerea impiegata nell'industria siderurgica, nell'abbattimento dei

fumi, nella depurazione delle acque e nella stabilizzazione dei terreni. Villaga è, inoltre, storicamente produttore italiano di calci idrauliche e calci idrauliche naturali certificate (HL, NHL). E' presente sul territorio con due siti produttivi in provincia di Vicenza e in provincia di Verona e vari siti estrattivi di proprietà nell'area berica, in lessinia e in Trentino. Villaga impiega i propri leganti naturali, calce idrata e calce idraulica naturale, nella produzione di una gamma completa di intonaci, malte, finiture e sottofondi premiscelati tradizionali e delle linee di prodotti dedicate al risanamento delle murature, al restauro ed alla bioedilizia con certificazione Anab.

