

La distribuzione

Roberto Negri

Ampia varietà merceologica, specializzazione di prodotto, elevata qualità costruttiva. E un rapporto produttore - distributore improntato all'insegna della partnership tecnica. Questi i connotati di un mercato, quello della sicurezza, che sembra godere di ottima salute. E in cui il ruolo del rivenditore è quanto mai strategico.



Foto Tecnoedit

E' fatto di assoluta evidenza che le peculiarità tecniche, tipologiche e di destinazione d'uso di ognuno dei numerosi segmenti di prodotto afferenti al settore delle costruzioni, influiscono in maniera diretta e marcata sulle relative dinamiche di distribuzione e modalità di vendita. Una considerazione, questa, che alla luce delle peculiarità che contraddistinguono l'area merceologica oggetto di questo dossier, le attrezzature e i dispositivi per la sicurezza, assume dei risvolti di particolare delicatezza,

come delicati sono gli ambiti di utilizzo di questi prodotti. Se infatti è vero, da un lato, che questo comparto può godere dell'invidiabile vantaggio determinato dalla obbligatorietà di impiego dei vari dispositivi di protezione, individuale e collettiva, oggi prescritti dalla legge con particolare severità, dall'altro la loro distribuzione richiede al rivenditore un certo grado di competenza e conoscenze, necessarie per una vendita efficace e mirata. E' inutile nascondere che, accanto a numerose imprese perfettamente al

corrente dei vari profili di rischio connessi alle operazioni di cantiere e dei rimedi in grado di eliminarne o quanto meno limitarne i danni, vi sono altri soggetti che necessitano di essere guidati, sia nell'acquisto che nel corretto utilizzo dei prodotti. Non è un caso quindi che, come vedremo fra poco, in questo settore il rapporto fra distribuzione edile e mondo della produzione si incentri, oltre che sui naturali e fisiologici aspetti commerciali, su una intensa collaborazione anche, e per certi versi soprattutto, sul versante della formazione e divulgazione, oggetto preferenziale delle richieste di supporto da parte dei rivenditori.

Un ulteriore elemento di spicco emerso dalla nostra indagine è la rilevanza, una volta tanto marginale, attribuita dalla clientela al fattore prezzo al momento di decidere l'acquisto. Un fenomeno in controtendenza rispetto a quanto molto spesso avviene nel settore, cui concorrono probabilmente fattori culturali e insieme vincoli normativi. Se l'utilizzo dei dispositivi di protezione è comunque obbligatorio, insomma, tanto vale entrare nell'ordine di idee che con la sicurezza non si scherza, e rivolgersi a marchi e soluzioni in grado di garantire tutta la necessaria affidabilità, funzionalità e durata, facendo positivamente di necessità virtù. Anche con il contributo dei rivenditori, che rappresentano in questo specifico segmento di mercato un punto di riferimento senza dubbio importante per l'impresa. Ma ora diamo la parola ai numeri.

◆ I fornitori

Non particolarmente elevato, intorno alle tre unità, il numero dei fornitori cui la rivendita si rivolge per questa tipologia di prodotto. In questo caso, insomma, i distributori tendono a limitare la quantità dei loro partner commerciali, ma non certamente per la scarsa rilevanza attribuita a questo segmento merceologico. La motivazione di questo dato sembra piuttosto da ricercare in un aspetto già accennato in apertura, vale a dire la delicatezza e complessità degli ambiti di impiego dei dispositivi di sicurezza e, conseguentemente, la necessità di referenti competenti e affidabili in grado di fornire tutta la consulenza tecnica necessaria a una loro oculata scelta e corretto utilizzo. Mai come in questo caso, insomma, il partner commerciale tende a diventare anche partner tecnico, con il quale promuovere iniziative di formazione e divulgazione, che tendono a consolidare il rapporto fornitore/distributore.

◆ L'andamento del mercato

I risultati emersi dal questionario sottoposto ai rivenditori circa il peso percentuale del segmento dei prodotti e dispositivi per la sicurezza sul fatturato complessivo generato dalla rivendita sono, pur se numericamente limitati, estremamente significativi, in considerazione del fatto che tale merceologia ha un impatto fisiologicamente contenuto se confrontata alla tradizionale offerta della distribuzione edile. In tale ottica, quel 50% di rivenditori intervistati per il quale questa merceologia rappresenta una quota di fatturato collocata tra l'1 e il 3% sul totale (quota che peraltro nei casi da noi esaminati è risultata quasi sempre a ridosso del margine più alto di questa fascia) già costituisce un dato più che soddisfacente. Altrettanto significativo è quel 37,5% di rivenditori per i quali questo valore sale tra il 3 e il 5%, e ancor più il restante 12,5% per cui la quota di fatturato supera anche questa già rilevante soglia, arrivando a valere quasi il 10%. In quanto segmento di prodotto



Foto Astori

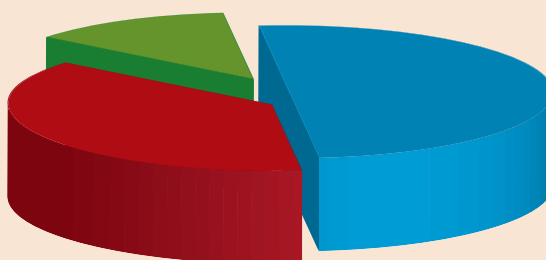
per sua natura "verticale" e specializzato, composto in larga parte da referenze il cui valore unitario è sostanzialmente limitato – pensiamo a caschi, guanti, occhiali, cuffie, calzature e via elencando - , questi risultati sono insomma ben più significativi di quanto il loro puro valore numerico tenderebbe a suggerire. Lo stato di salute di questo comparto, in ultima analisi, è veramente invidiabile, ed è confermato dalle valutazioni espresse dai rivenditori sul suo andamento tendenziale degli ultimi cinque anni, letteralmente unanime: tutti gli interpellati lo hanno infatti stimato in crescita, e con tassi di sviluppo più che interessanti.

◆ Gli spazi in rivendita

Anche i risultati emersi dall'analisi degli spazi che all'interno del punto vendita

sono dedicati a queste tipologie di prodotto, da raffrontare con il loro indice di rotazione medio, vanno analizzati anche in questo caso alla luce delle particolarità che contraddistinguono il segmento. Se infatti il 37,5% delle rivendite interpellate riserva a attrezzature e dispositivi di protezione uno spazio espositivo fino a 10 metri quadri, valore comunque non trascurabile alla luce della natura dei prodotti, per il 12,5% questo valore sale fino a 20 metri quadrati; soglia, quest'ultima, superata da ben il 50% del campione. Tali risultati, come anticipato, vanno letti anche in rapporto alle modalità di vendita di tali prodotti per i quali, accanto alla usuale esposizione con gondole e contenitori a libero servizio, una parte non trascurabile delle vendite avviene a banco. Quanto all'indice di rotazione medio, questo

Quota di fatturato generata dal settore Sicurezza



■ 1-3%: 50%
■ 3-5%: 37,5%
■ 5-10%: 12,5%

risulta attestarsi intorno alle 3/4 volte l'anno, per i dispositivi di protezione individuale, lievemente inferiore per quelli di protezione collettiva.

◆ Gli orientamenti d'acquisto

Interessanti, sotto diversi aspetti, gli spunti di analisi dettati dai risultati della nostra indagine in merito ai comportamenti d'acquisto manifestati dalla clientela professionale nella scelta di attrezzature e dispositivi per la sicurezza. Come abbiamo già anticipato, l'obbligatorietà di utilizzo di tali dispositivi tende ad influenzare in qualche misura l'atteggiamento del loro acquirente tipo, l'impresa edile, tanto dal punto di vista della conoscenza più o meno dettagliata delle diverse soluzioni disponibili quanto in relazione agli aspetti della qualità e del costo.

Rispetto ad altri settori, il grado di familiarità e confidenza degli utilizzatori con prodotti e attrezzature è in genere buono, e la riconosciuta importanza della loro presenza e corretto impiego in cantiere tende ad indirizzare l'acquirente verso una fascia d'offerta qualitativamente di buon livello; ma anche fra quanti la conoscenza del prodotto è inferiore il risultato è il medesimo grazie al ruolo di consulenza svolto con efficacia dalla rivendita. In questo contesto il prezzo viene ovviamente tenuto sotto controllo, ma non è un elemento decisivo.

Piuttosto, fra le motivazioni d'acquisto fa la sua comparsa un elemento quanto mai inusuale nelle transazioni commerciali tipicamente svolte in rivendita:

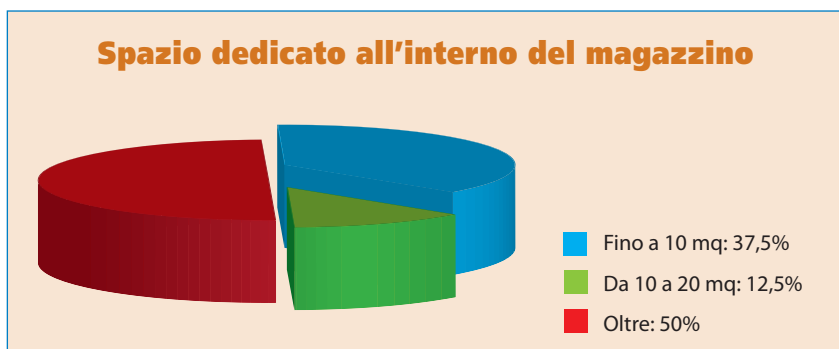
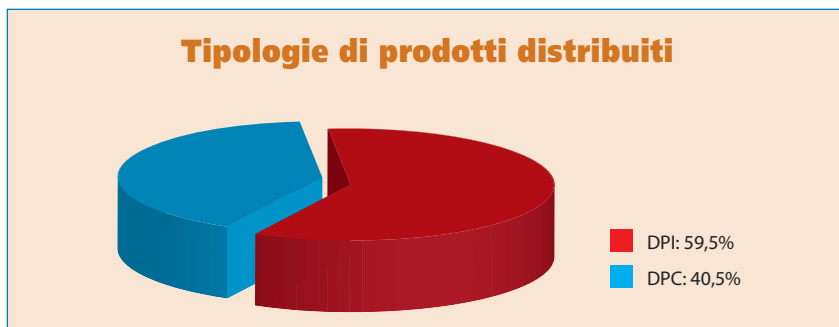


Foto Fabio Sbaffi



il design e l'eleganza, che per il segmento dell'abbigliamento tecnico da cantiere e delle calzature ha dato vita negli ultimi anni a quelle che non è eccessivo considerare a tutti gli effetti tendenze di moda.

Peraltro ben sfruttate e interpretate da molti produttori, con marchi divenuti vere e proprie griffe.

◆ Il rapporto con i fornitori

Lo abbiamo già più volte sottolineato, e anche su questo fronte le peculiarità dell'area merceologica oggetto di questo dossier fa sentire tutti i suoi effetti. La qualità del rapporto con i fornitori e le sue potenziali aree di miglioramento sono valutati dalle rivendite interpellate alla luce di un elemento il cui peso, in ultima analisi, supera anche le pur importanti condizioni contrattuali, vale a dire la disponibilità e capacità dei fornitori ad offrire supporti tecnici e consulenze qualificate. Un'attività indispensabile, data la varietà e complessità delle potenziali problematiche di sicurezza in cantiere. E che non a caso viene spesso accompagnata da iniziative di formazione e divulgazione organizzate congiuntamente da produttori e distributori. Fra le richieste dei distributori non mancano ovviamente il potenziamento delle offerte speciali, così come delle iniziative promozionali, fra le quali un posto particolare occupano le prove e dimostrazioni eseguite direttamente in cantiere



Foto Sbaffi

Astori

Sede	Montichiari (BS)
Fornitori	Tractel Italiana
Quota di fatturato derivante dal settore Sicurezza	1%
Trend del comparto negli ultimi 5 anni	In crescita
Tipologie di prodotti distribuiti e relativa percentuale	75% DPI 25% DPC
Spazio dedicato all'interno del magazzino	25 mq
Modalità di vendita	A banco
Indice di rotazione dei prodotti	
• DPI (guanti, elmetti, imbracature, ecc.)	4 volte l'anno
• DPC (Linee vita, parapetti, reti di sicurezza, ecc.)	3 volte l'anno
Eventuali promozioni offerte alla clientela	Si, tramite cartelli nel punto vendita

Edilizia 80

Sede	Ardesio (BG)
Aggregazione di appartenenza	Gruppo Made - Casa In
Fornitori	Kapriol Morganti, Veroni
Quota di fatturato derivante dal settore Sicurezza	0,5%
Trend del comparto negli ultimi 5 anni	In crescita
Tipologie di prodotti distribuiti e relativa percentuale	80% DPI 20% DPC
Spazio dedicato all'interno del magazzino	50 mq
Modalità di vendita	A banco Libero servizio
Indice di rotazione dei prodotti	
• DPI (guanti, elmetti, imbracature, ecc.)	4/5 volte l'anno
• DPC (Linee vita, parapetti, reti di sicurezza, ecc.)	2 volte l'anno

Approfondimenti

La Rivendita

Nata come rivendita di materiali edili, la Astori ha ampliato la propria offerta commerciale ai prodotti per la sicurezza soprattutto in questi ultimi quindici anni. A determinare questa scelta sono state le esplicite richieste della clientela, sulla spinta delle numerose evoluzioni della normativa in materia e delle conseguenti necessità di adeguamento.

Gli orientamenti d'acquisto

Significativo, e indice di una corretta percezione circa l'importanza di questi prodotti, è il fatto che, secondo quanto dichiarato dalla rivendita, la clientela tende a privilegiarne all'atto dell'acquisto le caratteristiche tecniche e qualitative. Marchio e costo, pur oggetto di valutazione, non sembrano invece risultare determinanti.

Il rapporto con i fornitori

Qualche supporto in più sul fronte commerciale, con l'organizzazione di promozioni e offerte speciali, e una ancora più estesa e puntuale azione di consulenza tecnica sono le aree di miglioramento individuate dalla rivendita nel rapporto con i fornitori.

Approfondimenti

La Rivendita

I tradizionali dispositivi di protezione individuale fanno da sempre parte dell'assortimento della rivendita, che in questi ultimi anni si è ampliato fino a comprendere anche imbracature e relativi accessori. Sul fronte dei DPC, la crescita della richiesta manifestatasi in tempi più recenti ha determinato l'introduzione nella gamma d'offerta anche delle linee vita e dei dispositivi di ancoraggio ad essa collegati.

Gli orientamenti d'acquisto

A una prima fase, ormai datata, in cui il principale fattore di decisione era costituito dal prezzo, frutto anche di una non corretta percezione dell'importanza di questi dispositivi, è seguita una netta inversione di tendenza, culturale prima che commerciale, grazie alla quale qualità e marchio hanno preso il sopravvento nelle scelte della clientela. Un fenomeno stimolato dalla stessa rivendita grazie anche alla preziosa azione del proprio personale commerciale, specificamente formato in questo senso.

Il rapporto con i fornitori

Attività di promozione, iniziative di comarketing e consulenza tecnica sono i temi su cui si focalizzano le aspettative della rivendita nei confronti dei propri fornitori.



Ediltorino

Sede	Torino
Quota di fatturato derivante dal settore Sicurezza	5%
Trend del comparto negli ultimi 5 anni	In crescita
Tipologie di prodotti distribuiti e relativa percentuale	90% DPI 10% DPC
Spazio dedicato all'interno del magazzino	10 mq
Tipologia di vendita	A banco
Indice di rotazione dei prodotti	
• DPI (guanti, elmetti, imbracature, ecc.)	4 volte l'anno
• DPC (Linee vita, parapetti, reti di sicurezza, ecc.)	2 volte l'anno
Eventuali promozioni offerte alla clientela	Sì, tramite cartelli direttamente nel punto vendita

Approfondimenti

La Rivendita

Da circa un decennio le attrezzature antinfortunistiche fanno parte dell'assortimento commerciale della rivendita, tuttora in costante ampliamento anche grazie a una serie di iniziative informative e di sensibilizzazione al tema della sicurezza organizzate dalla stessa rivendita. L'offerta a catalogo è decisamente ampia e diversificata, e viene organizzata in funzione degli specifici profili di rischio in cantiere.

Gli orientamenti d'acquisto

Il personale di vendita svolge una utile funzione di indirizzo e orientamento del cliente, che tende a privilegiare le soluzioni più efficaci e funzionali. Comfort, facilità d'uso e, non ultimo, estetica sono elementi di valutazione rilevanti, mentre il prezzo, pur importante, non sembra essere un fattore decisivo. Nel segmento dell'abbigliamento da cantiere marchio e design sono elementi la cui importanza è attualmente in crescita.

Il rapporto con i fornitori

Promozioni commerciali e consulenza tecnica, già comunque offerta con soddisfacente puntualità, sono temi su cui, a parere della rivendita, il rapporto con i fornitori necessita di un'ulteriore potenziamento.

F.E.M.

Sede	Milano
Fornitori	Veroni, Sperian Protection
Quota di fatturato derivante dal settore Sicurezza	8%
Trend del comparto negli ultimi 5 anni	In crescita
Tipologie di prodotti distribuiti e relativa percentuale	30% DPI 70% DPC
Spazio dedicato all'interno del magazzino	30 mq
Modalità di vendita	A banco Libero servizio
Indice di rotazione dei prodotti	
Eventuali promozioni offerte alla clientela	Sì, attraverso cartelli nel punto vendita e volantini

Approfondimenti

La Rivendita

F.E.M. è una fra le realtà storiche nel panorama della distribuzione edile milanese, da quasi 40 anni specializzata nella distribuzione di attrezzature per il cantiere. La tradizionale filosofia di servizio e consulenza alla clientela che da sempre ne guida l'attività si è in questi ultimi anni focalizzata con sempre maggiore attenzione sul tema della sicurezza del cantiere e, di conseguenza, su merceologie quali i DPC e DPI. Questo segmento di mercato è in continua crescita ed evoluzione per la rivendita che da questa tendenza, oltre ad interessanti prospettive commerciali, trae possibilità di essere identificato dal cliente quale fornitore qualificato.

Gli orientamenti d'acquisto

La rivendita rileva nella clientela il permanere di alcune difficoltà nella scelta di prodotti e soluzioni per la sicurezza, dovute a molteplici motivazioni: da un lato, una scarsa cultura sull'argomento, dall'altro le oggettive difficoltà nel risolvere specifiche problematiche con costi accettabili e senza complicare eccessivamente il lavoro. Se in alcuni casi l'approccio del cliente utilizzatore è fortemente orientato al prezzo, iniziano comunque ad essere meglio recepiti gli aspetti qualitativi del prodotto, nel caso dei DPC, e di comfort nel lavoro per i DPI. In questo quadro, un'efficace opera di orientamento da parte del personale di vendita può spostare l'ago della bilancia verso scelte maggiormente qualitative.

Il rapporto con i fornitori

Nel quadro di un rapporto con i propri fornitori tutto sommato soddisfacente, la rivendita individua quali aree di miglioramento per una più efficace azione commerciale un maggiore supporto da parte dei produttori nelle attività di promozione e l'organizzazione di iniziative di comarketing.



Fabio Sbaffi

Sede	Macerata
Aggregazione di appartenenza	BigMat - Pro.Ma Italia
Fornitori	Comed, Muller, Sicurex, Ico Guanti, Gamma Pannelli, Diadora, Timberland
Quota di fatturato derivante dal settore Sicurezza	5%
Trend del comparto negli ultimi 5 anni	In crescita
Tipologie di prodotti distribuiti e relativa percentuale	70% DPI 30% DPC
Spazio dedicato all'interno del magazzino	10 mq
Modalità di vendita	Libero servizio
Eventuali promozioni offerte alla clientela	Sì, tramite cartelli nel punto vendita e volantini

Approfondimenti

La Rivendita

La rivendita vanta un'esperienza trentennale nella distribuzione di prodotti e soluzioni per l'edilizia, e sin dagli esordi della propria attività la sua offerta commerciale ha riservato un adeguato spazio ai prodotti per la sicurezza. Spazio che in questi ultimi anni si è ampliato, di pari passo con lo sviluppo della richiesta di DPI e DPC, dando vita fra l'altro anche a una serie di interessanti iniziative formative e divulgative.

Gli orientamenti d'acquisto

Sicurezza e confort di utilizzo sono i temi forti che guidano le scelte della clientela. Il prezzo è naturalmente oggetto di valutazione, ma sembra non risultare mai determinante.

Il rapporto con i fornitori

Organizzazione di attività di comarketing e potenziamento dell'azione di consulenza tecnica sono i temi su cui si concentrano le maggiori aspettative della rivendita nei confronti dei propri fornitori, nel quadro di un rapporto che risulta essere comunque soddisfacente.



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
sistessato
...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

San Marco Varese

Sede	Comabbio (VA)
Aggregazione di appartenenza	San Marco Group
Fornitori	Tractel Italiana, FT, Asco Italia
Quota di fatturato derivante dal settore Sicurezza	5%
Trend del comparto negli ultimi 5 anni	In crescita
Tipologie di prodotti distribuiti e relativa percentuale	40% DPI 60% DPC
Spazio dedicato all'interno del magazzino	10 mq
Modalità di vendita	A banco Libero servizio
Indice di rotazione dei prodotti	
• DPI (Dispositivi di protezione individuale) guanti, elmetti, imbracature, ecc.	4 volte l'anno
• DPC (Dispositivi di protezione collettiva) Linee vita, parapetti, reti di sicurezza, ecc	4 volte l'anno
Eventuali promozioni offerte alla clientela	Sì, tramite cartelli nel punto vendita e offerte speciali

Approfondimenti

La Rivendita

Sin dalla sua apertura, nel 1978, la rivendita ha inserito nella propria offerta commerciale attrezzature e dispositivi per la sicurezza in cantiere. In questi ultimi anni, complice anche la crescita di attenzione al tema e i sempre più numerosi obblighi normativi, questo settore è stato ulteriormente potenziato con un costante ampliamento delle referenze.

Gli orientamenti d'acquisto

Una parte non trascurabile della clientela della rivendita mostra un buon grado di conoscenza dei rischi connessi alle attività di cantiere e delle relative attrezzature di sicurezza, e sceglie di conseguenza in funzione della loro efficacia e affidabilità; in altri casi si affida al personale della rivendita, che grazie alle proprie competenze è in grado di guidarne gli acquisti verso le soluzioni qualitativamente e funzionalmente migliori.

Il rapporto con i fornitori

Il grado di collaborazione della rivendita con le aziende produttrici è, in linea generale, più che soddisfacente. Un'area di possibile miglioramento è quella delle iniziative promozionali e divulgative, in particolare tramite dimostrazioni pratiche organizzate direttamente in cantiere.



Tecnoedil

Sede	Trento
Fornitori	Petzl, Tractel
Quota di fatturato derivante dal settore Sicurezza	3%
Trend del comparto negli ultimi 5 anni	In crescita
Tipologie di prodotti distribuiti e relativa percentuale	40% DPI 60% DPC
Spazio dedicato all'interno del magazzino	20 mq
Modalità di vendita	Libero servizio
Eventuali promozioni offerte alla clientela	Sì, tramite volantini

Approfondimenti

La Rivendita

La sicurezza in cantiere, soprattutto in questi ultimi anni, ha assunto una forte rilevanza nel settore dell'edilizia; per questo motivo la rivendita ha inserito nella propria gamma d'offerta referenze quali linee vita, dispositivi per la protezione del volto e delle mani e imbracature, scegliendo fornitori di alta qualità. Grazie agli stretti rapporti di collaborazione con questi instaurati, la rivendita è in grado di offrire a qualsiasi tipologia di cliente anche soluzioni mirate, studiate in funzione delle specifiche esigenze operative.

Gli orientamenti d'acquisto

Anche se la clientela tende inevitabilmente a considerare con molta attenzione l'elemento prezzo, la rivendita ha creato offerte mirate e vantaggiose per consentire all'utilizzatore di acquistare prodotti efficienti e in grado di durare nel tempo senza sacrificare la qualità. Ampiezza dell'assortimento e supporto tecnico offerto dagli agenti dei fornitori sono fattori altrettanto determinanti in questo senso.

Il rapporto con i fornitori

Il potenziamento di offerte speciali e promozioni è un fronte di possibile miglioramento del rapporto con i fornitori della rivendita, che appare comunque decisamente buono.



Tirrenia Edilizia

Sede	Colle di Val D'Elsa (SI)
Fornitori	Petzl, Diadora, Miller, Rotodis, Metal House, Atlas, Altec
Quota di fatturato derivante dal settore Sicurezza	2%
Trend del comparto negli ultimi 5 anni	In crescita
Spazio dedicato all'interno del magazzino	300 mq
Tipologie di prodotti distribuiti e relativa percentuale	50% DPI 50% DPC
Modalità di vendita	A banco Libero servizio
Eventuali promozioni offerte alla clientela	Si

Approfondimenti

La Rivendita

Prodotti e dispositivi per la sicurezza in cantiere fanno da sempre parte dell'assortimento merceologico della rivendita. In questi ultimi anni, tuttavia, l'evoluzione delle normative e la crescita degli obblighi a carico dell'impresa e degli operatori hanno determinato un ulteriore ampliamento dell'offerta commerciale, che attualmente comprende un consistente numero di referenze articolate in diverse tipologie.

Gli orientamenti d'acquisto

Nel segmento dei prodotti per la sicurezza il personale della rivendita svolge una efficace azione di consulenza e indirizzo della clientela, che viene guidata passo passo nella scelta delle soluzioni più adatte, sempre nel quadro di un giusto compromesso fra prestazioni e prezzo.

Il rapporto con i fornitori

La rivendita intrattiene rapporti più che soddisfacenti con i numerosi fornitori con cui opera in questo segmento. Le aree di possibile miglioramento sono individuate in un potenziamento delle attività di consulenza tecnica e informazione.



Eva



Paulette



Valeria



Diana



riparati
dalla
pioggia

 CO.IN.

Via P. Solazio, 2
47100 FORLÌ ITALY
Tel. 0543 723195
Fax 0543 720108
www.coincomponenti.com
info@coincomponenti.com