

La rivendita in primo piano

LA DIMENSIONE, LA QUALITÀ DEL SERVIZIO, L'ATTITUDINE ALL'APPROCCIO CON IL CLIENTE

Oltre quarant'anni di presenza sul mercato. Una gamma di prodotti ampia e diversificata ai quali si è aggiunta recentemente il reparto "Colore". Il primo di una lunga serie per arrivare alla "Città dell'edilizia" con spazi organizzati e personale esperto e specializzato. Ecco la realtà e i progetti di Comated Edilizia.

► di Antonietta Leanza

La rivendita che abbiamo selezionato come case history per questo quarto dossier è la "Comated Edilizia" di Mantova, un'azienda storica per il territorio mantovano caratterizzata da uno sviluppo alquanto interessante tenuto saldo dal dinamismo dei suoi titolari.

I suoi punti di forza si identificano:

- 1 nell'ubicazione (centro di Mantova);
- 1 nella buona copertura commerciale;
- 1 nel giro d'affari ragguardevole;



1 nella capacità imprenditoriale dei gestori, orientati all'innovazione e aperti agli stimoli esterni, alla comunicazione e al confronto con gli altri rivenditori;

1 nella continuità dell'attività commerciale, iniziata nel 1953 (e quindi nell'esperienza acquisita in più di quarant'anni), alla quale si è affiancata dal 1968 l'attività di produzione di alcune interessanti attrezzature per l'edilizia;

1 nella vastità e diversificazione della gamma

La rivendita in cifre

anno di costituzione	1953
superficie coperta	2.530 mq
piazzale	3.500 mq
n° di addetti (per la sola attività commerciale)	10
fatturato 1997	4 mld
mezzi di trasporto	3 autocarri 1 furgone
n° ore di apertura al giorno	10
principali marche in esposizione:	6
(Sika Italia, Placo, Owa, Giulio Strazza, Poliespanso, Marca Corona)	

merceologica che ha portato l'azienda ad essere presente nel comparto del pesante, delle finiture e dei prodotti al "dettaglio" impostando gradualmente precise soluzioni nella direzione di accentuare la presenza del privato e del piccolo artigiano edile, vista la sempre maggiore importanza assunta dalla domanda di queste figure.

La strategia dell'azienda è quella di garantire al proprio cliente un servizio che sia il più completo possibile; quindi il consumatore che arriva nella rivendita deve poterci trovare, oltre alla cortesia e alla competenza tecnica del personale, l'assortimento merceologico che gli occorre senza dover ricorrere ulteriormente

agli acquisti presso altri punti vendita.

In ragione di questo, Comated Edilizia ha ampliato e diversificato la propria offerta merceologica spaziando dai tradizionali materiali pesanti, ai prodotti per le finiture, all'utensileria per il cantiere e i prodotti antinfortunistici. L'ulteriore passo in avanti dell'azienda è stato il recente allestimento di uno spazio specificatamente dedicato al mondo del colore e delle vernici: 150 mq di esposizione dei prodotti e 100 mq di deposito di supporto.

Il reparto "colorificio" è stato inaugurato il 25 maggio di quest'anno ed è dotato di un vasto assortimento con le più note marche di idropitture, vernici, smalti, diluenti, stucchi per l'edilizia, per il restauro e per il fai da te, e una significativa offerta di attrezzature ed utensili di complemento al lavoro dell'artigiano edile: i pennelli, le spatole....

I singoli prodotti, con linee specifiche per la manutenzione ed il restauro, il risanamento e la prevenzione, sono esposti in maniera ordinata e omogenea: le principali marche esposte sono: "Aemme Colori" per le idropitture e gli smalti, "Multichimica" per i diluenti, "Safra" per stucchi e spatolati, pennelli "Cinghiale" e altre ancora.

Alla Comated Edilizia abbiamo incontrato il geometra Stefano Ziggiotto uno dei quattro soci titolari dell'azienda, con lui abbiamo analizzato gli aspetti più significativi che caratterizzano l'attività e la struttura organizzativa dell'azienda.

..... Quali sono state le principali tappe evolutive di Comated Edilizia.

➡ L'azienda è stata fondata nel 1953. I soci fondatori, che poi erano mio padre Oberdan Ziggiotto, e Claudio Zacché, iniziarono l'attività con la commercializzazione di prodotti per l'edilizia e solo successivamente, dal 1968, a tale attività viene affiancarsi la produzione di alcune attrezzature per l'edilizia: morsetti a cuneo a doppio bloccaggio per casseforme, morsetti a molla autobloccanti, e altri sistemi specifici sempre per casseforme, giunti e altri accessori per ponteggi. Possiamo affer-

mare che per quanto riguarda la produzione dei morsetti la nostra azienda è leader a livello mondiale.



L'attività di Comated Edilizia si compone dunque di due branche: il commercio e la produzione. Società per azioni, è attualmente gestita dalle due famiglie, Ziggiotto e Zacché; alle quali è sempre rimasta legata.

Recentemente si è avuto un cambio generazionale, nel senso che ai genitori siamo subentrati noi figli anche se i nostri padri sono comunque presenti all'interno dell'azienda come Amministratore Delegato e Presidente e rappresentano un punto di riferimento ancora molto importante.

..... Quali prodotti e servizi offrite al consumatore?

➡ Possediamo un vasto assortimento di materiali da costruzione e relativi accessori: dai materiali pesanti, ai prodotti specialistici per il recupero, alle finiture in genere, per garantire all'utente finale un servizio completo dandogli quindi l'opportunità di trovare nella nostra azienda il maggior numero possibile di prodotti e l'attrezzatura indispensabili per il proprio lavoro. Non basta però avere una gamma completa di prodotti, oggi la rivendita

deve assicurare al proprio cliente il giusto mix di prodotti e servizi.

Noi siamo in grado di dare consigli e assistenza tecnica ai nostri clienti e per questo abbiamo un ufficio tecnico gestito dal nostro geometra Negri, uomo dotato di grande competenza nel campo del settore delle costruzioni. Negri ha lavorato diversi anni in una importante impresa di costruzioni prima di venire da noi, per cui ha maturato una significativa esperienza che riesce oggi a trasferire ai nostri clienti attraverso il supporto progettuale e i consigli sui prodotti più idonei nelle diverse tipologie di intervento.

Ci occupiamo direttamente anche del trasporto dei materiali acquistati in cantiere e lo scarico degli stessi tramite i nostri automezzi dotati di gru. Inoltre collaboriamo con il cliente, seppure marginalmente e attraverso le nostre squadre di posatori, per il servizio di posa in opera.



..... Cosa vi differenzia dagli altri magazzini edili?

➔ Alla base di tutto c'è l'esperienza; 45 anni di esperienza ci permettono oggi di conoscere il mercato, di essere attenti e sempre pronti ai suoi repentini cambiamenti e quindi anche di

captare e di presentare prodotti innovativi in maniera tempestiva.

Siamo aperti all'innovazione, tendiamo ad arricchire i nostri assortimenti con prodotti nuovi accogliendo appunto le novità che ci vengono presentate dai fornitori e che riteniamo interessanti e vendibili.

Partecipiamo alle fiere di settore, sia come produttori sia come visitatori, e in queste ultime vesti ci aggiorniamo sui prodotti andando a visitare gli altri fornitori.

Un'altra caratteristica fondamentale è il servizio, in particolare il supporto tecnico al cliente. In Italia esistono purtroppo ancora molti piccoli magazzini edili, spesso a conduzione familiare, dove è difficile trovare personale dotato della giusta competenza tecnica.

Il nostro è un personale molto preparato, che partecipa regolarmente ai corsi di formazione presso i produttori e che ha un'esperienza e competenza specifiche per soddisfare i bisogni del consumatore.

..... Quali progetti avete per il futuro?

➔ Di progetti ce ne sono sempre tanti; uno si è appena concretizzato, si tratta della realizzazione del reparto colori, questo per rendere ancora più completo il servizio al consumatore.

L'intenzione è di allargare ulteriormente l'offerta merceologica realizzando altre isole specializzate: ad esempio il reparto ferramenta, il reparto legname, il reparto vendita e noleggio di macchine e attrezzature per il cantiere, ecc. Ciò è arrivare alla realizzazione di una vera e propria "città dell'edilizia" dove ad ogni specifica categoria di prodotto verrà destinato uno spazio opportuno ben organizzato, supportato e gestito da personale esperto e specializzato.

..... Realizzate campagne promozionali?

➔ Le promozioni è giusto che vengano fatte, un po' come avviene nella grande distribuzione dei beni di consumo.

Alcune promozioni noi le facciamo, per esempio offrendo ai clienti premi a fine anno in percentuale rispetto ai fatturati realizzati.

Vengono fatte promozioni di prodotti specifiche, diversificate a seconda del periodo



dell'anno; per esempio in autunno facciamo campagne promozionali sugli isolanti a prezzi vantaggiosi.

Facciamo promozioni anche in accordo con i produttori, dai quali acquistiamo nuovi prodotti a prezzi convenienti per poterli proporre ai nostri clienti, in fase di lancio, a prezzi di listino scontati, per esempio del 50%, per cercare di invogliare il cliente a provare un determinato prodotto innovativo.

..... Come giudicate i fenomeni di associazionismo e della costituzione di gruppi in genere?

➔ Sono convinto che il futuro ci porti sempre più verso questi fenomeni di aggregazione tra magazzini edili, se non altro per una questione di sopravvivenza.

Noi, oltre a far parte dell'Ascomed mantovana siamo legati ad un consorzio, il gruppo di acquisto "Edilia", che unisce una ventina di magazzini edili mantovani, cremonesi, bresciani e in parte milanesi.

I vantaggi che possono derivare dall'appartenere ad un gruppo vanno dalla gestione degli acquisti, ottenendo dai fornitori le migliori condizioni per poter acquistare al meglio i prodotti, agli scambi di idee e di informazioni a carattere commerciale con gli altri magazzini, alla possibilità di accedere a servizi comuni ecc.

..... Come vedete il futuro della distribuzione in Italia, prevarrà il modello straniero della grande distribuzione o si manterrà l'attuale frammentazione del settore?

➔ La logica dovrebbe portare al modello della grande distribuzione organizzata già for-

temente consolidato in altri paesi esteri, soprattutto adesso che l'unione europea sta avanzando in maniera sempre più completa, e forse questo potrà facilitarne la realizzazione. Siamo comunque indietro rispetto ad altre realtà economiche per cui ancora molta strada si dovrà percorrere in questa direzione.

..... Con quali strumenti sarà possibile in futuro ridare vigore al vostro settore. Come sarà possibile riorganizzare il magazzino edile?

➔ Innanzitutto dobbiamo arrivare a ridurre, a livello nazionale, il numero delle rivendite e quindi giungere alla concentrazione; pochi magazzini e ben dislocati sul territorio.



Di conseguenza occorrerà ridurre anche il numero dei fornitori; pochi, seri, capaci, certificati, innovativi e che facciano i produttori!

Nel nostro paese ci sono tanti magazzini edili, ma anche tanti produttori; questa ulteriore polverizzazione crea grossi problemi a noi rivenditori perchè il produttore tende a scavalcarci fornendo i propri prodotti direttamente al consumatore.

Bisognerà poi dotarsi di una gamma merceologica completa organizzata per settori specialistici; affiancare il servizio alla completezza degli assortimenti, e quindi investire sulla competenza tecnica del personale, sulle consegne in cantiere, sul supporto progettuale, sulla posa in opera ecc. Questo è importantissimo perchè molte volte per il cliente un consiglio e un aiuto si traducono in un risparmio di tempo e di denaro.

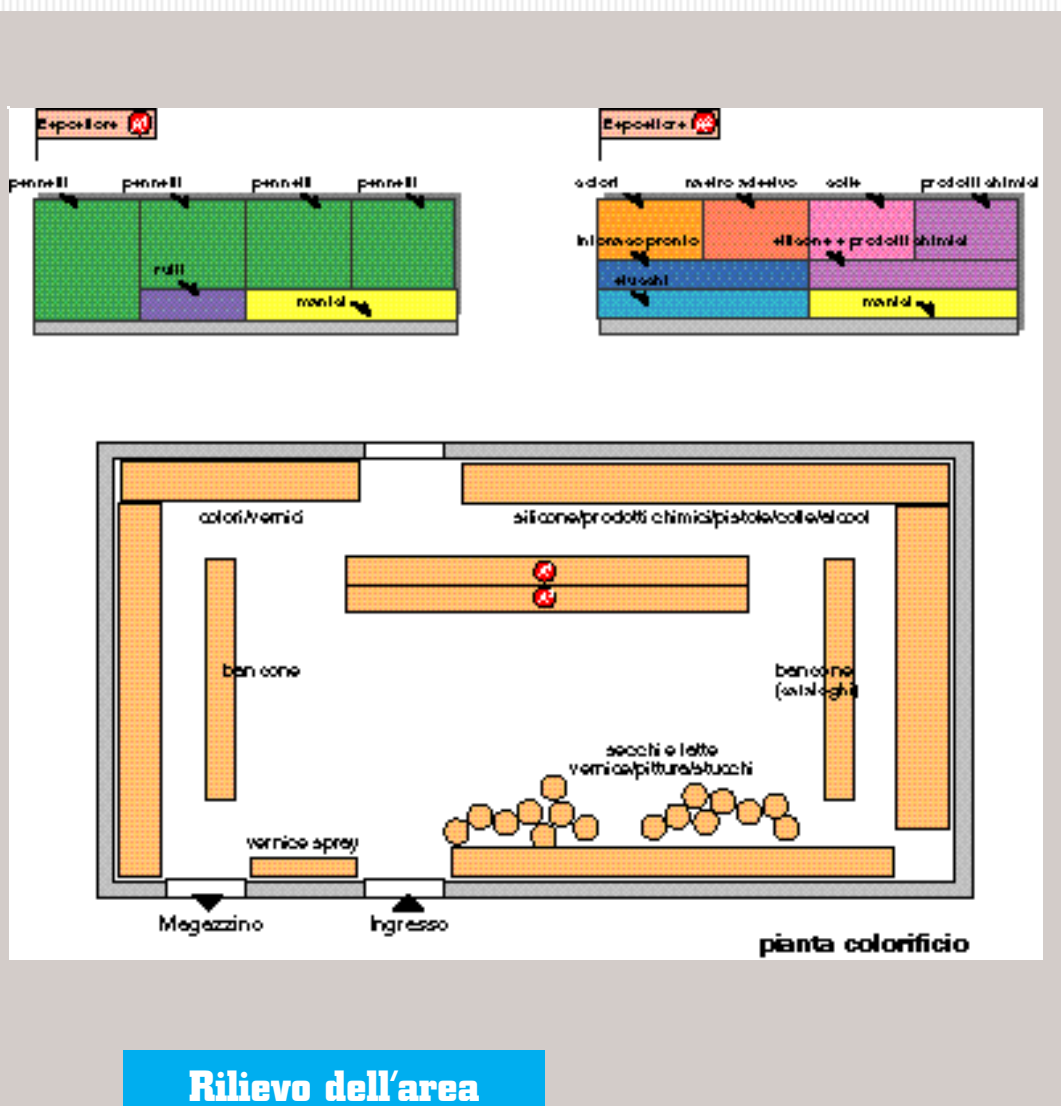
..... **Prima di chiudere, quali consigli dà agli altri rivenditori?**

➔ Potrei suggerire loro di cominciare a considerare con maggiore attenzione il fenomeno dell'aggregazione tra magazzini edili perchè sono convinto che uniti in gruppo si possano avere risultati migliori.

Un altro aspetto importante per il rivenditore è uscire dal proprio "guscio" e realizzare una migliore collaborazione con altri rivenditori, commercialmente lontani, allo scopo di

avere un reciproco scambio di idee, suggerimenti, iniziative ecc.

Per portare un esempio, se un magazzino di Torino mi chiedesse di poter visitare la mia azienda io sono favorevole a questo e so che ciò mi consentirà in seguito di poter visitare la loro realtà commerciale; gli incontri e lo scambio di esperienze sono essenziali per permettere il confronto, la crescita e lo sviluppo di entrambi. ■



Rilievo dell'area di esposizione

La rivendita comprende un'area coperta di circa 240 mq per piano riservati: al piano terreno all'esposizione di pavimenti e rivestimenti con annesso un piccolo libero servizio e il bancone delle vendite, e al piano superiore agli uffici; circa 3500 mq di piazzale con annesso deposito; un magazzino coperto di 2000 mq e 250 mq di nuovo allestimento che ospitano un vero e proprio colorificio.