

L'area territoriale omogenea di Perugia

LE ESPERIENZE, LE DIVERSITÀ, I PUNTI DI FORZA E DI DEBOLEZZA DEGLI OPERATORI

Il capoluogo umbro offre un panorama ricco e diversificato. Buona la disponibilità e la professionalità degli operatori. Che presentano un forte spirito imprenditoriale e molta attenzione al mercato

Alessandra Vasile

Indubbiamente, tra le aree omogenee individuate, quella gravitante intorno al capoluogo può essere considerata particolarmente rappresentativa, sia da un punto di vista economico produttivo, sia per l'elevata concentrazione di imprese e rivendite.

Perugia ha raggiunto un notevole livello di espansione negli ultimi 15 anni. La città, come già evidenziato nella precedente analisi sulla provincia, è un polo a se stante e presenta un campione interessante e diversificato di rivendite; dalla Fratelli Roscini, che opera principalmente commercializzando materiali per la finitura, si passa ai Grandi Magazzini Pesciarelli il cui campo d'azione è vastissimo, includendo, tra le altre, attività non propriamente legate all'edilizia.

Il criterio che ci ha spinto a selezionare le rivendite prese in esame è stato quello di scegliere degli esempi significativi sia dal punto di vista organizzativo sia qualitativo; lo scopo era di individuare un campione che ci permettesse di analizzare quest'interessante e diversificato panorama.

Abbiamo riscontrato una notevole disponibilità e professionalità, sia nel caso in cui l'interlocutore fosse la piccola rivendita a conduzione familiare sia nel caso in cui si trattasse di una struttura più complessa ed articolata.

Le sei rivendite analizzate si trovano per la maggior parte nelle immediate vicinanze di Perugia, con un raggio di azione massimo di 30 km dal capoluogo.

- 1. Edilmondo srl.**
- 2. Caltiber**
- 3. MAC**
- 4. Grandi Magazzini Pesciarelli**
- 5. Alfa srl**
- 6. Fratelli Roscini**

Come nel precedente dossier su Varese abbiamo indagato il mercato dei materiali bioedili. Edilmondo è un interessante caso a riguardo. L'azienda, costituita nel 1995, è un'azienda giovane ma di consolidata esperienza, i soci sono infatti attivi in questo settore da anni.

La rivendita si occupa della distribuzione dell'intera gamma di prodotti per l'edilizia; materiali pesanti da costruzione, finiture,



pavimentazioni arredo bagno e giardino. Particolare attenzione viene indirizzata al settore della bioedilizia. In Umbria sono gli unici a coprire questo settore dando un supporto tecnico e offrendo una vasta gamma di prodotti a magazzino. L'attenzione alla bioedilizia s'integra perfettamente con la tematica del restauro, particolarmente sentita dai gestori di Edilmondo.

L'aspetto interessante di questa rivendita è l'atteggiamento 'non integralista' adottato nei confronti della bioarchitettura.

L'obiettivo di Edilmondo, come dichiarato dal Sig. Mantovani, uno dei soci, è quello di poter commercializzare esclusivamente materiali bioedili e di promuovere la bioedilizia come parte integrante dell'attività progettuale ed edile.

A questo riguardo si occupano di organizzare corsi, di dare assistenza nella scelta dei materiali e di proporre i prodotti di bioedilizia mantenendone scorte in magazzino. Nell'esposizione c'è una parte interamente dedicata ai materiali biocompatibili. Si possono trovare laterizi e isolanti naturali traspiranti, tinteggiature alla calce uovo e latte, protettivi per legno in resine naturali, pavimentazioni in sisal e altre fibre, stufe e camini ad alta inerzia termica.

Ma cosa intendiamo per atteggiamento "non integralista"?

Analizzando il fatturato di Edilmondo, solo il 5% dei clienti, prevalentemente privati, acquista materiali bioedili. Gli interventi che seguono i principi della bioarchitettura sono ancora pochissimi e, per la maggior parte, si tratta solo di interventi parziali, guidati dalla sensibilità del committente che ha sviluppato un particolare interesse per queste tematiche.

Dall'esperienza di Perugia, come per altro evidenziato anche a Varese, si è notato un crescente interesse nei confronti di questi prodotti, soprattutto per le finiture interne. Ma, come sappiamo, si tratta ancora di una minima quota del mercato.

La scelta di Edilmondo è stata, quindi, quella di non proporsi unicamente come rivenditori bioedili ma di affiancare ai materiali tradizionali anche prodotti naturali, fornendo costantemente un servizio al cliente. Nel proporre i singoli prodotti, i gestori sono i primi ad informare i clienti su eventuali aspetti nocivi segnalando delle valide alternative con dei materiali naturali di cui pos-



sono presentare una dichiarazione sui componenti. Analoghe considerazioni valgono anche per la tematica del risparmio energetico, dove vengono consigliate nuove soluzioni nel campo dell'impiantistica idraulica, elettrica, e di depurazione delle acque quali stufe ad alto irraggiamento, impianti fotovoltaici, disgiuntori di corrente e cavi schermati.

Il raggio di azione di Edilmondo varia a seconda dei prodotti venduti. Per i materiali tradizionali commercializzano principalmente nelle zone limitrofe entro il classico raggio dei 50 km spesso riscontrato in questo settore; i materiali di bioedilizia vengono

invece venduti su tutto il territorio umbro. Edimondo cura molto l'aspetto di comunicazione e grafica, ed oltre ad un'accurata brochure, la rivendita si presenta ai clienti con un sito internet aggiornato e ricco di informazioni. Internet viene utilizzato anche come strumento di consulenza e vendita on line.



E' interessante notare come anche una realtà completamente diversa, quale la Caltiber sta prendendo in considerazione i materiali bioedili. Si tratta, in questa fase, di semplici riflessioni in considerazione del fatto che i soci dell'azienda vedono il mercato della bioedilizia come praticabile ma non nell'immediato futuro.

Caltiber nasce nel 1975, ed è specializzata nella lavorazione e posa di acciaio per cemento armato, produzione di calcestruzzo

preconfezionato, commercializzazione di materiale da costruzione, produzione di aggregati selezionati per calcestruzzi e malte.

L'azienda, nel corso degli anni, ha costituito altre società legate a degli specifici progetti ed è particolarmente attenta ai nuovi prodotti. Si tratta di un gruppo in costante sviluppo, molto attenta alle esigenze del mercato; selezionata come caso studio verrà analizzata nel dettaglio insieme ai Grandi Magazzini Pesciarelli nell'articolo relativo alle rivendite in primo piano.

I Grandi Magazzini Pesciarelli rappresentano una realtà singolare che raramente abbiamo incontrato nelle nostre precedenti indagini. La caratteristica principale di questa rivendita è il vasto raggio di azione dell'azienda.

Dalla costituzione della società fondata come ditta individuale, nel 1960, da Crispoldo Pesciarelli i Grandi Magazzini Pesciarelli crescono e si sviluppano fino a raggiungere nel 2000 un complesso assetto societario. I prodotti trattati sono: edilizia pesante, finiture, idraulica, sanitari rubinetteria, arredi, accessori bagno, ferramenta, casalinghi, abbigliamento e, affittando gli spazi all'interno dell'esposizione, l'offerta include anche tappeti, alimentari ed altri prodotti che si affiancano ad una serie di altre attività.

Avremo modo di analizzare il gruppo, in maniera approfondita, nell'articolo successivo dedicato ai casi studio.

In alcuni casi la scelta di commercializzare prodotti lontani dal settore dell'edilizia è dettata dalle esigenze del mercato in altri nasce dall'evoluzione naturale delle attività gestite dai titolari delle singole rivendite.

Un esempio interessante a questo riguardo è il Gruppo Alfa. Fondato nel 1936, nasce come attività commerciale con un magazzino per la vendita di materiali da costruzione. Negli anni seguenti inizia l'attività industriale nel campo dei prefabbricati in c.a. per poi passare in fasi successive ad una profonda diversificazione che porta il Gruppo ad un coinvolgimento industriale in plurime attività e ad operare in tre settori specifici:

- Alfa arredamenti (mobili ed arredi per ufficio e arredamenti per Istituti Bancari)
- Alfa edilizia (Prefabbricati industriali, civili ed agrari; calcestruzzo preconfezionato; commercio materiali da costruzioni).

● Alfa spettacolo nata per la gestione di cinema e teatri.

Questo terzo settore si è sviluppato quando il cinema teatro Turreno, di proprietà dei titolari da circa 100 anni, è passato dalla gestione di un esterno alla gestione del gruppo. Alfa si occupa sia della gestione amministrativa sia della programmazione culturale del cinema teatro.

Il settore principale rimane comunque quello dell'edilizia che copre circa il 40% del fatturato.

Il Gruppo Alfa dispone oggi di quattro centri produttivi dislocati nell'Italia centrale; oltre a quello di Ponte San Giovanni, sede legale del gruppo, ci sono gli stabilimenti di Torgiano (PG), Montalto di Castro (VT), Castelraimondo (MC) e Foligno (PG) recentemente aperto.

Analizziamo ora MA.C e Fratelli Roscini, due casi "classici" di rivendita, più vicini agli esempi presi in esame nelle altre provincie.

MA.C., presente sul mercato dal 1979, è nata come rivendita a conduzione familiare e commercializza soprattutto i materiali per l'edilizia pesante e la ferramenta.

La società possiede anche un impianto per la produzione di blocchi pozzetti e cordoli in calcestruzzo. I gestori sarebbero molto interessati a sviluppare uno specifico settore dedicato ai sanitari e alle piastrelle ma, per problemi di spazio, rimanderanno a dopo l'acquisto e la risistemazione della sede questo progetto. Il loro raggio d'azione comprende la provincia di Perugia; per il 50-60% fanno riferimento a clienti "fidelizzati" che si forniscono da loro indipendentemente dalla posizione del cantiere.

I punti di forza di MA.C sono un magazzino fornito - tre ettari di esposizione e magazzino nella sede di Via Settevalli (PG) - assistenza in cantiere e attenzione al servizio sviluppata recentemente anche grazie alla realizzazione di un sito internet. Il sito fornisce tutte le informazioni legate ai prodotti proposti, permette l'acquisto on line ed è un utile supporto tecnico grazie ai numerosi link attivati con le aziende produttrici.

Per promuovere nuovi prodotti MA.C organizza corsi mirati e mailing informative ma, purtroppo, come riscontrato anche durante le interviste ai clienti delle rivendite difficilmente le imprese sono disposte ad abbandonare il vecchio prodotto per il nuovo.

I Fratelli Roscini commercializzano soprattutto i materiali per finiture e arredo bagno pur essendo un buon punto di riferimento quali esperti e rivenditori di impermeabilizzanti.

La società è stata fondata nel 1965 da Giancarlo e Alessandro Roscini. I due fratel-



li l'hanno gestita insieme fino a pochi mesi fa quando, ha seguito della morte del minore Alessandro, è subentrata sua figlia Rita.

I Fratelli Roscini hanno iniziato la loro attività con un piccolo magazzino di 50 mq e dopo aver traslocato una prima volta sono approdati alla sede attuale nel 1975.

Il loro raggio di azione comprende l'area di Perugia con alcuni interventi anche nella zona del Trasimeno e di Assisi.

Principalmente acquisiscono clienti grazie al passa parola, e puntano sul servizio e sulla qualità del prodotto. Oltre alle marche classiche, propongono prodotti di design e trattano ditte quali Agape e Duravit. Assistenza tecnica ed attenzione al cliente sono dei punti di forza che vincono la competizione con altre realtà vicine come la rivendita Ticchioni, che offre uno spazio espositivo ampio e molto fornito puntando meno però sul rapporto diretto con il cliente.

Prima di passare al confronto delle rivendite del campione è importante sottolineare che l'indagine dell'area di riferimento ha messo in luce una fertile realtà, in grado di proporre molti altri esempi da analizzare ed evidenziare in riferimento alla Provincia. ■