Speciale chimica
Adesivi, sigillanti e sbloccanti

Parola ai rivenditori
Specializzati o generalisti? Servito o self service?

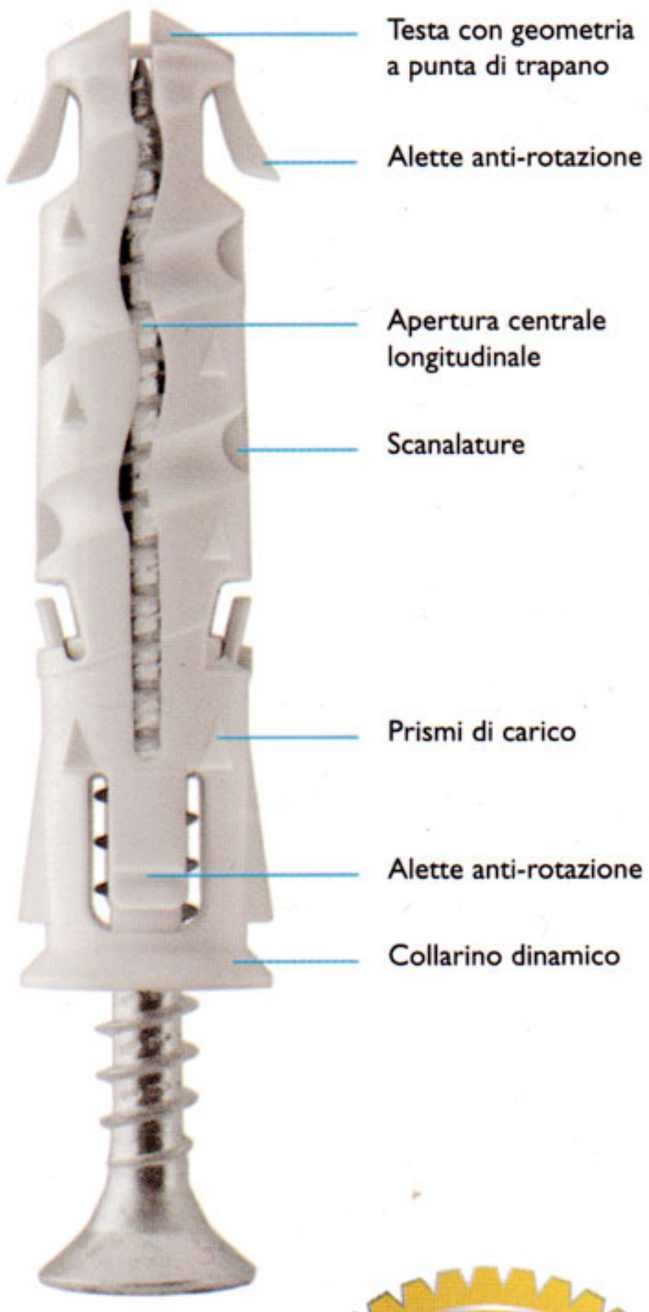
Fiere
Colonia: calano espositori e visitatori ma la fiera "regge"

Marzo 2010

Ferrutensil

FERRAMENTA • UTENSILERIA • FAI DA TE • GIARDINAGGIO

Tassello fossile



T2

Tassello del futuro

fino a +58% di tenuta rispetto ad un ancorante tradizionale*

Nuovo T2 Elematic.
La forza del futuro, oggi.

Il nuovo tassello T2, nato dalla ricerca ITW, è l'ultima frontiera nel mondo degli ancoranti universali. Un'evoluzione che nasce dalla testa, con l'esclusivo disegno "a punta di trapano" e prosegue con le alette antirotazione e i prismi di carico che garantiscono una presa e una resistenza incomparabile. Il tassello T2 può essere applicato su diversi materiali, dal calcestruzzo ai blocchi di calcestruzzo forato, dai mattoni pieni a quelli forati, con valori di tenuta decisamente più alti rispetto ai "vecchi" tasselli.

* tassello con vite, diametro 5 su calcestruzzo.

ITW Construction Products Italy srl, Via Lombardia, 10 - 30030 Cazzago di Pianiga - Venezia - Tel +39 049 8990211 - Fax +39 049 8701821 - www.elematic.it

MARZO 2010 - ANNO 24 - N° 2 - SPED. ABB. POST 45% - ART. 1, COMMA 1, LEGGE 46 DEL 27/2/2004 - FILIALE DI MILANO

Ferramenta-bazar, perché no?

Massimo Casolaro
direttore responsabile
massimo.casolaro@epesrl.it

Mi ha colpito una frase letta nell'intervista al rivenditore che proponiamo a pag. 42. Il titolare di questa classica ferramenta-bazar di un piccolo paese toscano dice "il mio è uno di quei negozi che non dovrebbe esistere, una di quelle attività che stando ai giornali chiuderà a breve. E invece non è vero, io esisto eccome perché la realtà dei paesi isolati dalla città è molto diversa...". Colpito e affondato direi. Infatti proprio in questo editoriale ho spesso parlato dell'importanza della specializzazione e della modernizzazione dei punti vendita. Ma nel nostro Paese, si sa, a generalizzare si sbaglia sempre. L'italia è bella perché è varia ed effettivamente quella delle ferramenta-bazar di paese è una delle tante belle anomalie italiane.
Si tratta di una formula antica e moderna allo stesso tempo. Il bazar sta al paese, come l'ipermercato - che è un bazar all'ennesima potenza - sta alla città. Questo tipo di punto vendita è il riferimento di un piccolo comune per tutto ciò che non vendono gli altri negozi della zona, ha una grande capacità di adattarsi rapidamente alle esigenze specifiche del territorio e un rapporto di fidelizzazione con la clientela che la Gdo si può solo sognare ("ho 5.000 clienti e li conosco tutti per nome", dice orgoglioso il nostro rivenditore).

Si tratta di una formula antica e moderna allo stesso tempo. Il bazar sta al paese, come l'ipermercato - che è un bazar all'ennesima potenza - sta alla città. Ma perché sopravviva nel lungo periodo, occorre inserire degli elementi di rinnovamento...

Ma attenzione, perché la sua forza è anche la sua principale vulnerabilità. Infatti la vastità del suo assortimento presta il fianco a ogni tipo di concorrenza. Finchè si tratta di un altro negozio si fa presto a correggere la rotta, ma se arriva in zona un ipermercato son dolori. E sappiamo bene come si muove la Gdo: prima satura i bacini d'utenza a grande densità abitativa (missione quasi compiuta) e poi studia formule per occupare anche la provincia. Come in un grande Risiko, la copertura totale del territorio nazionale è il suo obiettivo finale.
Quindi nel lungo periodo per questo tipo di negozio il destino è segnato? Assolutamente no, ma credo occorra inserire degli elementi di novità. E qui torno ostinatamente sul concetto di specializzazione, che non esclude la possibilità di avere un assortimento più ampio possibile. Spesso i bazar una specializzazione già ce l'hanno senza esserene pienamente consapevoli, visto che il loro legame col territorio porta naturalmente ad ampliare la gamma dei prodotti maggiormente richiesti nella zona. Basterebbe un cartello sulla vetrina e una piccola pubblicità locale per valorizzarla.
Il secondo elemento di novità oggi imprescindibile è quello attivare nella clientela il meccanismo dell'acquisto d'impulso per far crescere la marginalità e combattere ad armi pari con la Gdo. E' stupido non approfittarne quando si ha un negozio molto frequentato e lo si può fare anche in 100 mq e persino nell'allegro caos che di solito caratterizza questi punti vendita. Occorre solo l'aiuto di qualche fornitore che ci dia gli strumenti - volantini promozionali, piccoli espositori, cartellonistica - e un po' di creatività e fantasia da parte nostra nel modo di proporli, cambiandoli periodicamente in modo sistematico e ragionato.

Chi legge **Ferrutensil**

Ferrutensil ha una **tiratura media certificata** (CSST 2008) di **12.760 copie**. Viene inviato a: **ferramenta** e **utensilerie** (70%), **centri fai da te indipendenti** (6%), **garden centers** e **rivendite di attrezzi agricoli** (7%), **grossisti** (4%), **aziende produttrici** e **importatori** (4%) **rappresentanti del settore** (3%), mentre le rimanenti copie vengono diffuse in fiere di settore e attraverso canali diversi.

Ferramenta Crisonà, il bazar di paese sbarca sul web

La classica ferramenta bazar di paese, con un assortimento molto vasto in un piccolo negozio, ma con idee innovative e un sito di e-commerce attivo da ben 9 anni.

di Monica Renna

Paolo e Massimo Crisonà, rispettivamente padre e figlio, sono i fondatori di questa piccola, ma ben organizzata ferramenta, fondata circa 20 anni fa a Serravalle Pistoiese - Frazione Cantagrillo (Pistoia). Estesa inizialmente su 40 mq di superficie complessiva, nel corso degli anni il titolare, con l'aiuto del padre Paolo, ha ampliato la superficie di vendita e il magazzino fino ad arrivare agli attuali 200 mq. Ancora pochi, come spiega Massimo Crisonà, per ospitare le oltre 10.000 referenze presenti in negozio. Pur essendo una realtà di paese, Ferramenta Crisonà è un punto di riferimento per i suoi 5.000 abitanti, non solo come ferramenta, ma anche come bazar dove trovare dalle pile agli orologi da polso, dal materiale elettrico ai rubinetti, dalle serrature ad articoli casalinghi. L'azienda è anche su internet con il sito web www.ferramentacrisona.com, dove è possibile effettuare acquisti on-line.

Quando è stata fondata Ferramenta Crisonà?

La nostra storia ha inizio circa 20 anni fa e quando io e mio padre abbiamo rilevato un piccolo negozio di ferramenta e mesticheria, che stava per chiudere, nella speranza di poter avviare una nuova attività. Siamo partiti con una superficie iniziale di 40 mq che negli anni abbiamo ampliato fino ad arrivare agli oltre 200 mq attuali.

Quindi avete risolto i problemi di spazio?

Purtroppo no, la merce è molta e il negozio anche se più grande rispetto a prima, è pur sempre un negozio che ha i suoi anni; anche l'arredamento è rimasto quello originario, è poco pratico e molto disordinato, a causa della eccessiva presenza di articoli di ogni genere.

Mi sembra di capire che vi ponete come un punto di riferimento per la vostra clientela.
Esatto. Siamo diventati il principale fornitore per molte attività di zona: ci sono diverse realtà artigianali, principalmente operanti nei settori tappezzeria, lavorazione metalli, l'elettronica, a cui si aggiunge l'indotto Breda, che si trova nelle vicinanze.

Quale ruolo ha ricoperto suo padre in questi anni di attività?
Il suo ruolo è stato molto importante, perché è grazie alla sua esperienza di agente per Black & Decker prima e Bosch dopo, che ho avuto la possibilità di conoscere il mondo della ferramenta e acquisire la professionalità che oggi mi permette di fare questo mestiere. Non solo, è stato proprio mio padre Paolo a incoraggiarmi a rilevare l'attività di ferramenta che poi è diventata di mia proprietà.

Com'è organizzato il suo negozio?
Lo definisco un negozio atipico, se rapportato al concetto di negozio di ferramenta di oggi. Diciamo che siamo rimasti una tipica realtà di paese. Per questo motivo abbiamo deciso di gestire un assortimento più completo possibile, che comprende diverse merceologie: dalle vernici all'elettroutensile, dal materiale edile all'idraulico, materiale elettrico ai prodotti chimici. Ho persino un piccolo assortimento di detergenti per la pulizia professionale, oltre a una vasta gamma di serrature.
Siamo il polo di un paese, e anche se non mi sono specializzato in nessuna merceologia specifica, mi definisco lo specialista di tutti gli articoli che riguardano il mondo del lavoro.

Dove si svolge l'attività di vendita?
La vendita si svolge negli originari 40 mq, dove siamo riusciti a collocare un bancone di servizio e diversi scaffali. La merce che non riesco a porre sugli scaffali l'ho dovuta attaccare al soffitto.

Perché non avete ancora cambiato sede?
Perché non è stato ancora possibile. Stiamo aspettando ormai da quasi 12 anni che terminino i lavori di quello che dovrebbe diventare il nuovo polo commerciale di questa zona. Attualmente hanno finito di costruire le strade, attendiamo le prossime evoluzioni di questo progetto. Ora non ci è più possibile crescere, ampliarci, migliorare, perché abbiamo esaurito tutte le risorse a nostra disposizione, in termini di spazio disponibile. Non ci resta che attendere, nella speranza che questa attesa non si prolunghi ancora per molti anni.

La Ferramenta Crisonà Massimo si trova a Serravalle Pistoiese Frazione Cantagrillo (PT) in Piazza B. Biagini, 13 (Tel. 0573526942 - Fax 0573526942 web : www.ferramentacrisona.com).

Cosa nascerà in questa nuova zona commerciale?
La nuova zona C4 sarà il centro di tutte le attività commerciali locali, dove nascerà, si dice, un supermercato, diversi negozi e attività, tra cui un ufficio postale. L'obiettivo dell'amministrazione comunale è quello di limitare da un lato il traffico automobilistico che negli anni è

>>>

Il mio è un negozio atipico, se rapportato al concetto di negozio di ferramenta di oggi. Diciamo che siamo rimasti una tipica realtà di paese. Per questo motivo abbiamo deciso di gestire un assortimento più completo possibile. Siamo il polo di un paese, e anche se non mi sono specializzato in nessuna merceologia specifica, mi definisco lo specialista di tutti gli articoli che riguardano il mondo del lavoro.

aumentato sempre più, e dall'altro permettere a chi ha un'attività commerciale di poter offrire ai clienti anche delle zone adibite a parcheggio che attualmente non esistono.

Mi sembra di capire che la vostra intenzione è quella di spostarvi in questa nuova zona...

Si, non sappiamo però quando avverrà tutto questo. Quello che è certo è che non dovremo avere problemi di trasloco, visto che ci sposteremo solo di 300 metri circa.

Adesso state cercando di adeguare gli spazi esistenti alle vostre esigenze?

Abbiamo sfruttato ogni centimetro sfruttabile, e lo spazio per muoversi è molto limitato. Tutto sommato abbiamo da sempre cercato di gestire lo spazio a nostra disposizione nel miglior modo possibile, per ospitare il numero maggiore di articoli possibili e gestire al tempo stesso l'afflusso di clienti in negozio.

Chi sono i vostri fornitori?

Il mio fornitore di riferimento è Ferritalia, grossista di zona, a cui mi rivolgo spesso e volentieri. Occasionalmente, solo in casi eccezionali, contatto altre realtà locali; per determinate categorie merceologiche (collanti, vernici, dischi, spazzole d'acciaio, prodotti chimici) la fornitura avviene attraverso il contatto diretto con le aziende.

Chi servite e quante referenze avete? Avete intenzione di rivedere l'aspetto dell'assortimento in futuro?

Registrate a computer contiamo oltre 10000 referenze, che pensiamo di non aumentare in vista di un ampliamento della superficie espositiva. L'unico punto di sviluppo e su cui ci concentremo particolarmente sarà il servizio: purtroppo ho qualche difficoltà a gestire gli articoli ingombranti, come la rete, che non mi è possibile esporre né misurare, o i pavimenti plastici, ad esempio, che potrei tenere in magazzino, ma non in esposizione. Il trasferimento presso una sede più estesa ci permetterebbe di superare queste difficoltà, ed esporre tutta la merce che trattiamo, inclusi articoli anche molto ingombranti. Le porto un altro esempio: io vendo anche fuciliere, ne tengo una in negozio, ma il più delle volte non ricordo neanche dove l'ho collocata, perché poi finisce per essere ricoperta da altri articoli, che non saprei dove appoggiare. Non utilizzo neanche gli espositori che mi vengono forniti dalle aziende a fronte dei miei acquisti, perché non c'è spazio, e purtroppo sono costretto il più delle volte a buttarli via.

Quali altre merceologie vorrebbe inserire in gamma?

Il mio obiettivo è dedicare maggiore attenzione al giardinaggio. D'estate, e solo d'estate espongo fuori dal negozio i tubi retinati e in pvc, grazie ad alcuni espositori mobili, mentre d'inverno ne devo fare a meno, per lasciare spazio ad altri articoli stagionali come gli accendi fuoco.

Ha già un'idea di come sarà il suo nuovo negozio? Pensa sia strategico per una ferramenta avere un bel layout?

Sinceramente non ho mai pensato a questo aspetto. Quando ho portato dei cambiamenti in negozio, ho sempre seguito le mie sensazioni, non ho studiato soluzioni particolari o più complesse da gestire. Ogni singolo

>>>

cambiamento è stato realizzato nel momento in cui si presentava una particolare esigenza espositiva.

Per un nuovo negozio ci penserebbe?
Probabilmente in un nuova sede potrei pensarci. Ancora è presto per dire se mi affiderò o meno a un professionista o a un arredatore di negozi, anche perché non è facile accontentarmi.

Com'è composto il vostro bacino d'utenza?
Serviamo clienti privati e utenti professionali, dall'artigiano a una parte di industria, composta dall'indotto della Breda Ferroviaria, oltre a diverse aziende del settore tappezzeria. Ultimamente, però, è un po' calato il business con l'industria in generale a causa della crisi generale che ha colpito la maggior parte delle attività professionali, ma non il privato.

In che modo gestisce la logistica nel suo negozio?
Ho scelto la via dell'informatizzazione. Inoltre da circa 9 anni ho creato un sito internet e-commerce www.ferramentacrisona.com, una vetrina dove inseriamo tutti i marchi che trattiamo e periodiche offerte solo per gli utenti on-line.

Quanto ricava dalla vendita su web?
Il guadagno è minimo secondo me andrebbe gestito tramite siti di intermediazione commerciale molto noti, come ad esempio eBay, che però è molto costoso per negozi come il mio che non fanno stock di materiali, a causa delle commissioni che addebitano per le vendite andata a buon fine e le transazioni di pagamento.

Quali alternative ha trovato per gestire l'e-commerce?
Purtroppo non esistono alternative, se non dispendiose. Avevo chiesto informazioni per l'indicizzazione del mio sito su Google e su altri siti di e-commerce, che raccolgono e indicano tutti gli esercizi commerciali dove è possibile acquistare un determinato oggetto, ma i costi sono troppo alti.

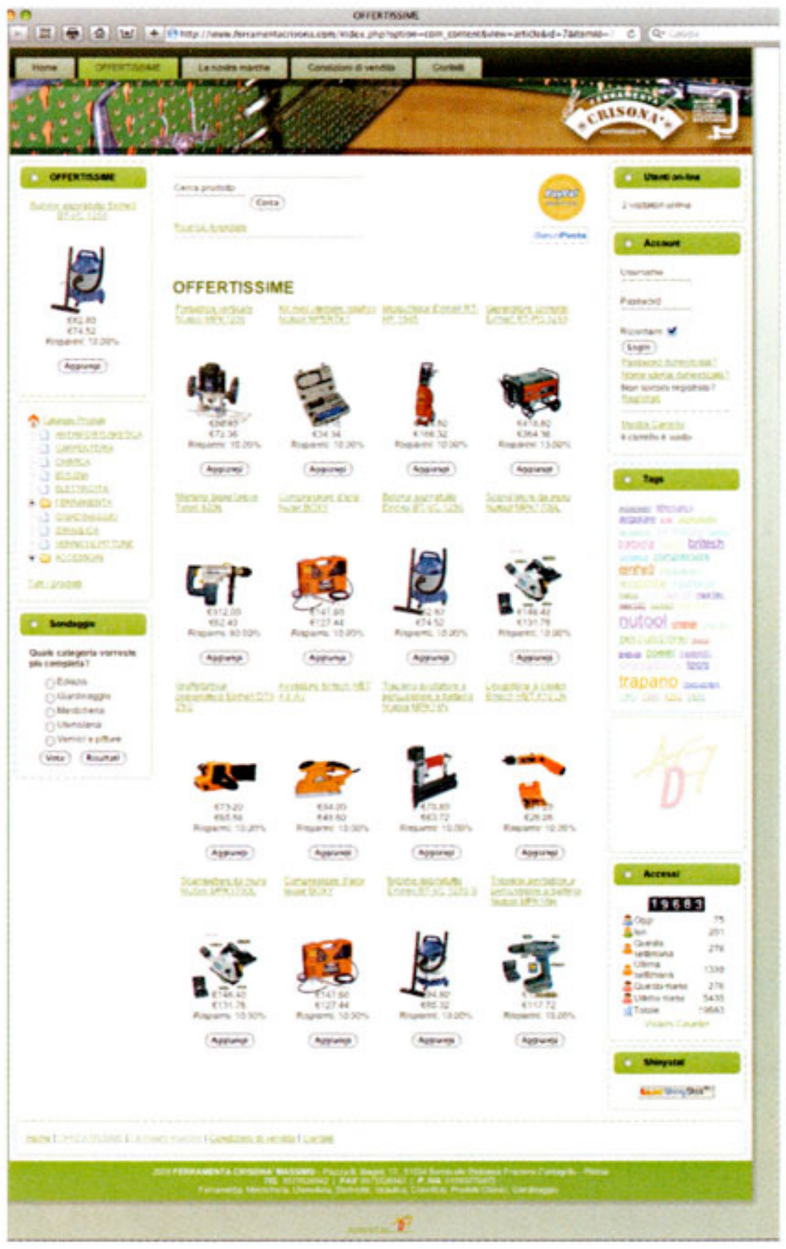
Può essere più preciso?
Di norma chiedono un centinaio di euro al mese, per creare un motore di ricerca impostato secondo il posizionamento che tu richiedi: puoi comparire in primo piano o più defilato, in base all'entità del tuo investimento. A questo si aggiunge un altro fattore, discriminante per piccole attività come la mia: appari su web se hai l'articolo che l'utente sta cercando e per la quantità da lui richiesta. In quest'ultimo caso l'investimento non ha nessun tipo di ritorno.

Quindi ha cambiato idea su questo argomento?
Penso proprio di sì. Sarà il caso di iniziare a rivedere questo aspetto e ragionare in termini diversi se vogliamo realmente ottenere maggiori risultati dalla vendita di determinati articoli. Non si può pensare di sostenere solo spese.

Non potrebbe riconsiderare l'idea di appoggiarsi eBay?
Non lo so. Secondo me eBay dovrebbe ridurre i costi a carico del rivenditore, perché il rischio che corrono e stanno correndo è quello che in molti prima o poi scappino altrove. Solo il sistema di pagamento Paypal è carissimo, perché detraggono dal tuo guadagno una somma pari al 6% circa. A questo dobbiamo aggiungere il costo dell'inserzione, l'addebito di una commissione sul valore finale, nel caso in cui l'oggetto venga venduto, oltre a tariffe per le opzioni di vendita che aiutano a promuovere l'oggetto.

Il discorso internet in questo momento sembra un po' sospeso...
No, assolutamente, è aperto, perché sul mio sito ci si può collegare e gestire qualsiasi attività in totale autonomia. Il problema, ripeto, è ottenere visibilità, e stando ai tariffari di alcuni portali e-commerce, la vedo molto dura. Al privato occasionale che fa un'inserzione per vendere un solo oggetto, non fa alcuna differenza se guadagna 50 o 70 euro; nel caso di un venditore professionale, il discorso è decisamente diverso. Quindi se intendo guadagnare 50 euro, al netto di tutti i costi, dovrei ricaricare il prezzo di almeno il 20%, ma poi all'utente finale non conviene acquistare. A questo punto o scegli eBay come vetrina per la tua attività, "giocando" alla pari tra le spese e il guadagno, o

>>>



da circa 9 anni ho creato un sito internet di e-commerce www.ferramentacrisona.com, una vetrina dove inseriamo tutti i marchi che trattiamo e periodiche offerte solo per gli utenti on-line.

ne fai a meno. La mia realtà è questa, appartengo a una categoria di negozi che non dovrebbero più esistere, una di quelle attività che stando ai giornali dovrebbero aver chiuso da tempo. E invece non è vero, esisto, perché nei paesi un po' isolati dalla città, i negozi sono gestiti in questo modo, non siamo specializzati in nulla, ma abbiamo tutto.

Quali sono gli aspetti che vi differenziano maggiormente da un negozio di città?

Ad esempio chiamo per nome tutti i miei clienti, e conti che ne ho 5.000. In una realtà di paese, è noto, che c'è una forte confidenza tra cittadini, cosa che non accade in città.

Il mio negozio non rispecchia i canoni dei tipici punti vendita di città, ordinati, dove ogni oggetto è al posto suo. Me ne accorgo soprattutto dall'espressione di stupore che leggo in volto dei clienti di passaggio che arrivano da un contesto cittadino. Anche l'assortimento si differenzia. Essendo un negozio di paese e praticamente l'unico punto di riferimento per i miei clienti, cerco di trattare qualsiasi merceologia: dall'orologio da polso, al rubinetto, dalle scarpe da lavoro al cemento, e ancora dalle lampadine elettriche, agli interruttori, e così via.

Ha detto di rappresentare una realtà atipica, quindi è atipico il cliente che si rivolge a voi?

È sicuramente un tipo di utente che non si trova in città, con la differenza che è un cliente abituale. Non so esattamente cosa accade nella realtà cittadina, non so se esiste un cliente fidelizzato all'interno di una ferramenta, però posso dire con certezza che nel mio caso io fidelizzo non solo il cliente, ma anche il suo nucleo famigliare. Capita di servire anche clienti occasionali di passaggio, poiché ci troviamo su una via di transito piuttosto trafficata; infatti il 20% del nostro fatturato è dato da questo tipo di utenza.

Il suo negozio è un punto di riferimento per la zona in cui opera?

Sì, e devo dire grazie soprattutto all'esperienza acquisita nel corso di questi anni e al passaparola instauratosi tra i clienti "Hai bisogno di qualcosa? Vai da Massimo, fidati, che è uno di noi".

Deduco che non ha bisogno di farsi pubblicità...

Assolutamente no. Anzi utilizzo gli espositori per collocare gli articoli da vendere, indipendentemente dal marchio o dal tipo di merceologia. Lo spazio è talmente ridotto che devo arrangiarmi con quello che capita, ma soprattutto non è possibile muoversi in libertà all'interno del punto vendita. Ho bisogno di trovare un negozio che possa permettermi di gestire tutti i miei articoli: dagli attuali 250 mq, divisi fra magazzino e vendita, dovrei collocarmi su un'area di 600-700 mq. Ho molti prodotti che non posso esporre, come le vernici e il tintometro che sono costretto a nascondere o accatastare in zone poco accessibili del negozio. Altri articoli devo addirittura appenderli...

Quali sono gli articoli extra ferramenta che trattate?

Materiale elettrico di ogni tipo: scatole da murare, scatole di derivazione, salvavita, corde di rame di tutte le misure, spine di ogni genere, cavi audio e satellitari, supporti per parabole. E ancora elettroutensili, pennelli, vernici, nastri, filo di ferro, fascette, pile stilo e per orologi. Poi tratto una parte di casalinghi, ad eccezione dei saponi, che sono in vendita in un piccolo di supermercato poco distante dal mio negozio.

Il suo è praticamente un bazar...

È un posto dove trovare qualsiasi articolo per la casa. Devo essere in grado di rispondere a qualsiasi esigenza dei miei clienti, dalla rottura di una serratura a quella di un rubinetto...

Cerca però di non concorrere con le altre attività di zona...

Cerchiamo di rispettarci. Ad esempio io sono il punto vendita di riferimento per il professionale, mentre un'altra ferramenta situata a un chilometro e mezzo da qui è più specializzata nel casalingo. Io mando i miei clienti in quel negozio e viceversa.

È come un patto di non concorrenza quello che avete fatto?

Sì, ognuno fa il suo, poi ripeto, è una realtà diversa dalla città, siamo un paese. Sembra una frase preconfezionata che continuo a ripetere, ma la mia storia è questa. ■