

**Bizzo**

<b>Sede</b>	Lazzate (MI)
<b>Eventuale aggregazione di appartenenza</b>	Gruppo Made - Casal
<b>Fornitori</b>	Scrigno
<b>Quota di fatturato derivante dai controtelai</b>	2%
<b>Trend del comparto negli ultimi 3 anni</b>	In crescita
<b>Trend del comparto negli ultimi 6 mesi</b>	Stabile
<b>Tipologie di prodotti distribuiti e relativa percentuale</b>	Controtelaio per porta a scomparsa semplice 95% Controtelaio per porta a scomparsa speculare 1% Controtelaio per porta telescopica 2% Controtelaio per porta curva 1% Altre tipologie 1%
<b>Spazio dedicato all'interno del magazzino</b>	50 mq
<b>Show room dedicato con installazioni dimostrative</b>	No
<b>Tipologia di clientela</b>	90% Imprese 10% Privati
<b>Eventuali servizi offerti alla clientela</b>	Assistenza tecnica in cantiere Consegna in cantiere
<b>Indice di rotazione dei prodotti</b>	6 volte l'anno
<b>Eventuali promozioni a supporto del prodotto</b>	Sì, tramite cartelli direttamente nel punto vendita

**Approfondimenti**

**Gli orientamenti d'acquisto**

Come per la maggior parte dei prodotti, la rivendita propone sia il prodotto di marca così come quello da cantieristica. L'impresa edile è fortemente orientata a limitare i costi, mentre il privato chiede espressamente il prodotto di qualità. Nell'obiettivo di orientare maggiormente verso la soluzione qualitativamente migliore, che garantisce migliori prestazioni nel tempo, la rivendita organizza incontri promozionali mirati con i clienti.

**Il rapporto con i fornitori**

Nel quadro di relazioni commerciali sostanzialmente positive, le aspettative della rivendita nel rapporto con i propri fornitori si focalizzano soprattutto sulla veicolazione dei prodotti, in particolare tramite promozioni, offerte speciali e attività di comarketing.



## Gelsomino Edilizia

<b>Sede</b>	Manfredonia (FG)
<b>Eventuale aggregazione di appartenenza</b>	Gruppo Made - Casalini
<b>Fornitori</b>	Scigno, Doortech
<b>Quota di fatturato derivante dai controllelai</b>	3%
<b>Trend del comparto negli ultimi 3 anni</b>	Stabile
<b>Trend del comparto negli ultimi 6 mesi</b>	Stabile
<b>Tipologie di prodotti distribuiti e relativa percentuale</b>	Controtelaio per porta a scomparsa semplice 70% Controtelaio per porta a scomparsa speculare 20% Controtelaio per porta telescopica 7% Controtelaio per porta curva 3%
<b>Spazio dedicato all'interno del magazzino</b>	60 mq
<b>Show room dedicato con installazioni dimostrative</b>	Sì
<b>Tipologia di clientela</b>	70% Imprese 30% Privati
<b>Eventuali servizi offerti alla clientela</b>	Assistenza tecnica in cantiere Consegna in cantiere
<b>Indice di rotazione dei prodotti</b>	4 volte l'anno
<b>Eventuali promozioni a supporto del prodotto</b>	Sì, tramite volantini e via Internet

## Approfondimenti

### **Gli orientamenti d'acquisto**

Prezzo finale d'acquisto, prestigio e notorietà del marchio, caratteristiche tecniche sono in uguale misura elementi fondamentali per la scelta del prodotto da parte della clientela, sia professionale che privata.

### **Il rapporto con i fornitori**

Le relazioni commerciali con i fornitori della rivendita sono in generale soddisfacenti. Un potenziamento delle attività promozionali e commerciali di concerto con le aziende produttrici è ritenuto auspicabile.

## Roseto Calcestruzzi

Sede	Roseto degli Abruzzi (Te)
Eventuale aggregazione di appartenenza	Gruppo Made - Casalini
Fornitori	Scigno
Quota di fatturato derivante dai controtelai	1%
Trend del comparto negli ultimi 3 anni	Stabile
Trend del comparto negli ultimi 6 mesi	Stabile
Tipologie di prodotti distribuiti e relativa percentuale	Controtelaio per porta a scomparsa semplice 99% Controtelaio per porta a scomparsa speculare 0,5% Controtelaio per porta curva 0,5%
Spazio dedicato all'interno del magazzino	200 mq
Show room dedicato con installazioni dimostrative	Sì
Tipologia di clientela	90% Imprese 10% Privati
Eventuali servizi offerti alla clientela	Assistenza tecnica in cantiere Consegna in cantiere
Indice di rotazione dei prodotti	n.d.
Eventuali promozioni a supporto del prodotto	Sì, tramite cartelli direttamente nel punto vendita

## Approfondimenti

**Gli orientamenti d'acquisto**

Prestigio e notorietà del marchio, accanto a un corretto rapporto qualità-prezzo, sono gli elementi che maggiormente influenzano le scelte della clientela del rivenditore.

**Il rapporto con i fornitori**

Promozioni, offerte speciali e attività di comarketing sono gli aspetti su cui la rivendita ritiene esistano margini per una migliore collaborazione con i propri fornitori.



## Someca

Sede	Potenza
Eventuale aggregazione di appartenenza	Gruppo Made - Casalini
Fornitori	Scigno
Quota di fatturato derivante dai controtelai	1,3%
Trend del comparto negli ultimi 3 anni	In crescita
Trend del comparto negli ultimi 6 mesi	Stabile
Tipologie di prodotti distribuiti e relativa percentuale	Controtelaio per porta a scomparsa semplice 85% Controtelaio per porta a scomparsa speculare 10% Controtelaio per porta telescopica 5%
Spazio dedicato all'interno del magazzino	50 mq
Show room dedicato con installazioni dimostrative	Sì
Tipologia di clientela	75% Imprese 25% Privati
Eventuali servizi offerti alla clientela	Assistenza tecnica in cantiere Consegna in cantiere
Indice di rotazione dei prodotti	12 volte l'anno
Eventuali promozioni a supporto del prodotto	Sì, tramite cartelli direttamente nel punto vendita

## Approfondimenti

**Gli orientamenti d'acquisto**

Il marchio, con tutte le sue caratteristiche di riconoscibilità e prestigio, rappresenta l'elemento discriminante centrale nelle scelte della clientela della rivendita. In alcuni casi, anche se sporadicamente, alla vendita del controtelaio si accompagna quella delle altre tipologie di porte.

**Il rapporto con i fornitori**

Attività di comarketing e un potenziamento dei supporti di consulenza tecnica sono secondo la rivendita i temi da sviluppare ulteriormente nelle relazioni con i propri fornitori.

