

Ferramenta e DPI, quali le cifre?

I dispositivi di protezione individuale sono venduti attraverso diversi canali distributivi. E il censimento di Marketing & Telematica ci aiuta a fare chiarezza sulla consistenza di ognuno di questi.

Dal censimento delle ferramenta di Marketing & Telematica emergono alcuni dati interessanti per il settore dell'antinfortunistica.

Il dato più interessante è senz'altro quello numerico: i punti vendita che trattano almeno una merceologia del settore dei D.P.I. sono 3.651, rappresentando quindi una quantità di potenziali clienti di grande interesse per le aziende produttrici.

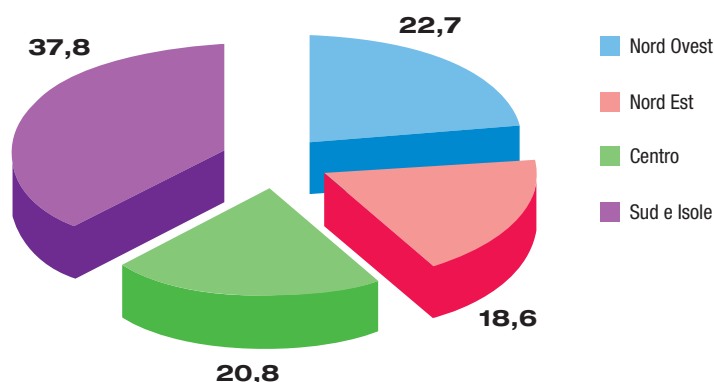
La concentrazione maggiore è al sud Italia, dove sono 1.381 i punti vendita interessati (37,8% del totale) e sommandolo al 20,8% del centro si arriva a totalizzare il 58,6%, un dato in controtendenza rispetto a molti altri mercati. Il nord ovest, con 830 punti vendita, si ferma al 22%, ma più della metà di questa quota è rappresentata dalla sola Lombardia. Il nord est, con l'ovvia prevalenza di Veneto ed Emilia Romagna, si ferma a 679 punti vendita con una percentuale del 18,6.

Per quanto riguarda gli acquirenti sostanzialmente si dividono equamente tra clienti professionali, aziende e clienti privati.

I - Numerosità ferramenta che rivendono antinfortunistica

	Nr.	Quota %
PIEMONTE	274	7,5%
VALLE D'AOSTA	12	0,3%
LIGURIA	101	2,8%
LOMBARDIA	443	12,1%
Nord Ovest	830	22,7%
TRENTINO ALTO ADIGE	36	1,0%
FRIULI VENEZIA GIULIA	73	2,0%
VENETO	266	7,3%
EMILIA ROMAGNA	304	8,3%
Nord Est	679	18,6%
TOSCANA	270	7,4%
UMBRIA	76	2,1%
LAZIO	265	7,3%
MARCHE	150	4,1%
Centro	761	20,8%
ABRUZZO	102	2,8%
BASILICATA	45	1,2%
CALABRIA	122	3,3%
CAMPANIA	314	8,6%
MOLISE	26	0,7%
PUGLIA	302	8,3%
SARDEGNA	129	3,5%
SICILIA	341	9,3%
Sud e Isole	1381	37,8%
Tot. Italia	3651	100,0%

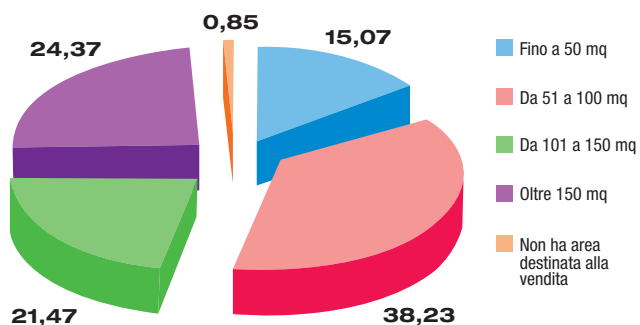
Posizione	quota %
Nord Ovest (830)	22,7%
Nord Est (679)	18,6%
Centro (761)	20,8%
Sud e Isole (1.381)	37,8%
Totale	100,0



Fonte: Censimento Ferramenta - Marketing&Telematica, 2009

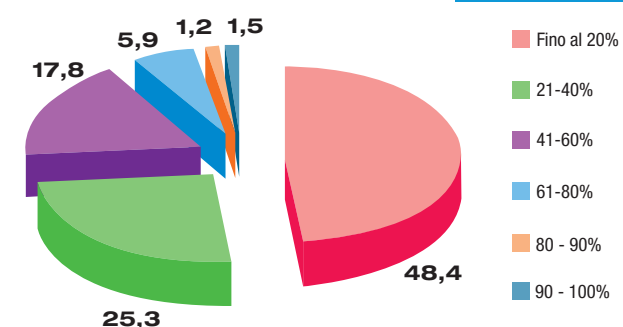
2 - Superficie negozio

Fino a 50 mq	15,07%
Da 51 a 100 mq	38,23%
Da 101 a 150 mq	21,47%
Oltre 150 mq	24,37%
Non ha area destinata alla vendita	0,85%



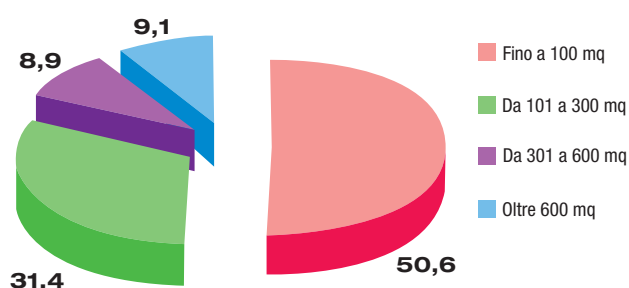
5 - Quote clienti professionali

Fino al 20%	48,4%
21-40%	25,3%
41-60%	17,8%
61-80%	5,9%
80 - 90%	1,2%
90 - 100%	1,5%



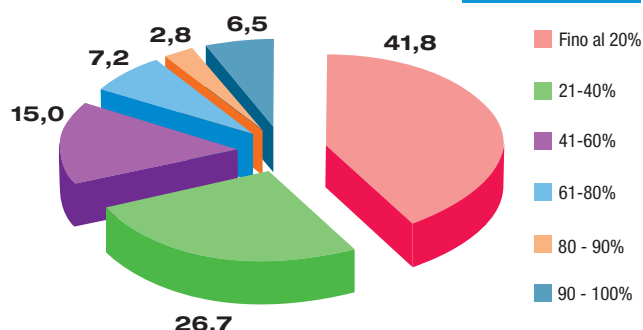
3 - Superficie magazzino

Fino a 100 mq	50,6%
Da 101 a 300 mq	31,4%
Da 301 a 600 mq	8,9%
Oltre 600 mq	9,1%



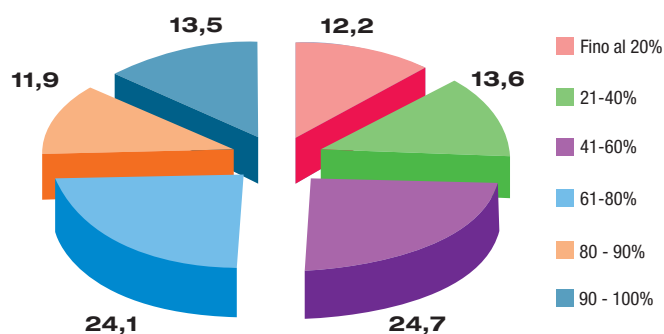
6 - Quote clienti aziende

Fino al 20%	41,8%
21-40%	26,7%
41-60%	15,0%
61-80%	7,2%
80 - 90%	2,8%
90 - 100%	6,5%



4 - Quote clienti privati

Fino al 20%	12,2%
21-40%	13,6%
41-60%	24,7%
61-80%	24,1%
80 - 90%	11,9%
90 - 100%	13,5%



Fonte grafici: Censimento Ferramenta – Marketing&Telematica, 2009

M&T è una società specializzata in interventi di trade intelligence, realizzati da professionisti provenienti da diversi settori della consulenza aziendale, e in servizi di marketing e customer satisfaction, basati sui più avanzati strumenti informatici e su una puntuale conoscenza degli operatori dei canali distributivi, censiti con i database georeferenziati MMAS-Micro Marketing Analysis System. L'analisi del canale Ferramenta è stata realizzata dal team coordinato da Stefano Galdabino, Partner di M&T e responsabile del settore.

**MARKETING
&
TELEMATICA**