

## I PROTAGONISTI



**B • V • F** S.r.l.  
UTENSILERIA MECCANICA



**TKn** **TKn** **CHEM** **TKn** **MAG-LINE**

**EVERGREEN**

**X**forma

## Il cavaliere dalla splendente armatura

Federico Bortolami – Titolare di B.V.F. S.r.l. Utensileria Meccanica di Albignese (PD) – non li chiama “prodotti a marchio privato di CDU”, ma “prodotti a marchio mio”. Un’espressione quanto mai significativa, che sottolinea l’identificazione fra B.V.F. e i private label, riconoscendo loro un ruolo decisivo nell’orientare il posizionamento sul mercato dell’azienda e nel propiziarne i successi commerciali.

\*\*\*

Per certi versi il distributore industriale assomiglia a Ulisse, l'eroe "dal multiforme ingegno". Competente ed esperto; capace di far quadrare qualità, prezzo e disponibilità dei prodotti; sempre presente con consigli e assistenza... il distributore contribuisce in modo significativo all'efficienza dei sistemi produttivi di industrie e imprese artigiane.

Capita, però, che i clienti sviluppino una particolare forma di miopia che li porta a non vedere la **ricchezza della relazione** con il loro distributore di fiducia, ma a focalizzarsi su un unico particolare: il **prezzo**.

Questa è anche l'esperienza di Federico Bortolami e da qui prende le mosse il suo racconto: "Quando proponiamo prodotti a marchio originale, non è raro che l'ufficio acquisti del cliente inserisca nel **motore di ricerca** il **codice articolo** e ci **compari** con altri fornitori potenziali esclusivamente in base al **prezzo**. Come dire: «Tanto ci vendete tutti lo stesso prodotto!»".

Con la digitalizzazione "ci fa **concorrenza** non più solo il nostro «vicino di casa», ma **qualsiasi venditore online**, comprese le grandi **piattaforme** multinazionali. Senza contare i non pochi i **produttori** che, sull'onda delle strategie di disintermediazione, si propongono direttamente ai nostri clienti, cioè agli utilizzatori finali".

Continua Federico Bortolami: "Per noi, che siamo una realtà relativamente piccola, la situazione non è facile. **Abbiamo bisogno che il cliente torni a riconoscerci e a identificarci con il prodotto/servizio che gli offriamo**. Ecco perché, fin dal 2018 – l'anno della nostra adesione all'allora Consorzio Distributori Utensili – abbiamo creduto fortemente nel catalogo e nei **marchi privati di CDU** come strumento di **differenziazione** sul mercato".

Grazie anche all'accorta politica delle zone praticata dall'attuale Centro Distribuzione Utensili, "quando un cliente si trova bene con un prodotto private label di CDU, ci identifica automaticamente con esso e non può che rivolgersi a noi per acquistarlo, fidelizzandosi nel tempo".

Certo, vendere un prodotto a marchio originale è più facile, soprattutto all'inizio: "Si tratta di prodotti che le officine meccaniche hanno già ampiamente testato e che quindi acquistano a occhi chiusi". Ma qui – sottolinea Federico Bortolami – entra in gioco la professionalità del distributore: "Il cliente che ci riconosce competenza ed esperienza, e che **si fida** di noi, in genere accetta quanto meno di provare l'equivalente prodotto private label". La **prova pratica è un investimento importante** sia per il distributore che per l'officina, ma se l'esito è positivo la sua **forza persuasiva** è indubbia.

CDU – anche grazie ai continui feedback dei distributori (e, per loro tramite, degli utilizzatori finali) – ha sempre puntato sullo sviluppo di prodotti a marchio privato di tipo premium: di qualità analoga ai corrispondenti di marca, fabbricati in Italia o in Europa, ma competitivi nel prezzo e in pronta consegna.

Con questi presupposti i test sul campo sortiscono spesso l'effetto desiderato e quelli che Federico Bortolami chiama con orgoglio "**i prodotti a marchio mio**" diventano il **cavaliere dall'armatura splendente** che si pone al fianco del distributore per aiutarlo a sconfiggere la concorrenza, vecchia e nuova.

Punti deboli? "Nel nostro contesto operativo, la gamma dei prodotti TKN copre circa l'80% del fabbisogno dei clienti e quindi non sempre è completa": considerando la politica di **ampliamento dell'assortimento** che il Centro sta portando avanti, questa indicazione di Federico Bortolami è molto preziosa per rendere ancora più competitivi i prodotti private label di CDU.

## Hashtag

#CDUStorieDiSuccesso #TKN #TKNChem #TKNMagLine #Evergreend #Xforma #CDUPrivateLabel #BVF #CentroDistribuzioneUtensili #CDU