

PROTAGONISTI 1

di Giuseppe Colas

Un forte segnale al mercato

Dall'apertura di nuovi punti vendita alle pagine di un libro sull'innovazione d'impresa: per 4Bild il 2011 si caratterizza per la crescente presenza sul mercato e l'interesse alle peculiarità della proposta aggregativa.

4Bild è oggi una delle realtà più innovative della distribuzione dei materiali edili, con una rete di vendita organizzata mediante una società «intercompany» che si distingue per l'elevata integrazione verticale, sul fronte dei fornitori come della clientela.

Al riguardo **Giuseppe Freri**, presidente di 4Bild, afferma: «Questo progetto vuole dare innanzitutto un forte segnale di innovazione al mercato, descritto in dettaglio nel volume "Soft Innovation. La risposta delle imprese alle sfide della crisi"»

edito da **Franco Angeli** e curato da Marco Paiola e Roberta Sebastiani».

Come funziona, in sintesi, 4Bild?

«Pur mantenendo la propria autonomia gestionale, tramite la capogruppo, le aziende aderenti condividono le risorse imprenditoriali (amministrazione, controllo di gestione, finanze, acquisti e contratti, risorse umane, marketing e comunicazione), le politiche commerciali, l'ambito logistico, dati e informazioni sui clienti e strategia di business.

In questo modo, grazie a un sofisticato sistema informatico, siamo in grado di **presidiare il territorio** e di "governare" il mercato. Obiettivo finale dell'iniziativa è una radicale modificazione dello scenario di riferimento, mirata a una riorganizzazione del mondo della distribuzione basata sulla qualità dell'offerta,

sulla professionalità degli operatori, sull'ampissima gamma del servizio e sulla consulenza specialistica. Vogliamo perciò far conoscere agli imprenditori della distribuzione l'opportunità offerta a livello nazionale dall'adesione al progetto 4Bild».

Alessandro Dozzi, architetto e contabile di Comated, spiega le ragioni che hanno condotto l'azienda di famiglia ad associarsi a 4Bild: «Già da qualche anno, nel corso del **passaggio generazionale**, avevamo intrapreso un percorso di **rinnovamento** indirizzato agli aspetti gestionali e a **qualificare l'offerta** sotto il profilo tecnico e professionale, puntando su ambiti merceologici emergenti quali, ad esempio, il risparmio energetico e i sistemi costruttivi a secco.

Fra le realtà aggregative che ci hanno avvicinato, 4Bild si è dimostrata la **più evoluta e**



www.ecostampa.it



Attuale localizzazione dei punti vendita 4Bild nel bacino metropolitano di Milano



Da sinistra a destra:
Giuseppe, Chiara
e Francesco Freri,
Gianfranco Carenzi
e Alessandro Dozzi

Il primo franchising nel panorama della distribuzione di materiali edili

7 punti vendita
400 marche distribuite
1 sede centralizzata
3.000 clienti fidelizzati
50.000 articoli in catalogo

completa: oltre a un approccio manageriale alle problematiche aziendali, che spazia dall'attenzione all'innovazione di prodotto alla gestione unificata del magazzino, dall'offerta di consulenze specialistiche fino agli investimenti in software condivisi, la qualità dei rapporti umani instaurati con gli altri soci ci ha convinto a entrare nella compagine sociale. Siamo infatti convinti che siano le persone a fare la differenza nelle aziende. «Il nostro modello di business spiega **Francesco Freri**, responsabile dello sviluppo di 4Bild - opera secondo un **sistema a rete**, reso possibile dall'uso di **tecnologie informatiche**, che enfatizza le potenzialità relazionali e di scambio. Le aziende consociate come quelle in franchigia si presentano sotto un'unica insegna che non è solo un marchio, ma una vera e

propria proposta commerciale univoca, coerente e omogenea rispetto alle condizioni effettive del mercato. Si tratta di un vantaggio strategico rispetto al resto del mercato della distribuzione poiché ci permette di essere il più possibile **vicini ai clienti**, ovunque sul territorio. Il salto di qualità che l'imprenditore della distribuzione deve compiere per aderire a 4Bild consiste nel liberarsi di una serie di attività collaterali, demandandole alla capogruppo, al duplice scopo di concentrarsi sul proprio business e di condividere con gli altri soci le politiche commerciali come le proprie attitudini e specializzazioni, favorendo così la crescita complessiva del gruppo». **Gianfranco Carenzi** è titolare di C4 Fratelli Carenzi: «Dopo una lunga gestazione dell'idea, maturata con altri colleghi

imprenditori, circa tre anni fa abbiamo intrapreso questa iniziativa della quale condividiamo non solo le idee di fondo ma soprattutto la **propensione al miglioramento**. Il confronto aperto sull'intero spettro delle problematiche della distribuzione ci ha consentito di crescere e di far crescere il progetto 4Bild, con piena soddisfazione personale e professionale. Lo sviluppo di 4Bild è dato anche dall'apertura di nuovi punti vendita, uno a Cusano Milanino e uno a San Donato Milanese. Questo è uno degli aspetti qualificanti della proposta 4Bild, rivolta a imprenditori operanti nel medesimo areale geografico: associandosi o aderendo alla formula del "franchising" si può superare l'orizzonte ristretto dei gruppi d'acquisto a favore di un'operazione coordinata e a tutto campo rispetto al mercato locale e globale». Secondo **Chiara Freri**, Responsabile marketing e comunicazione del gruppo: «Fin dagli esordi, 4Bild ha puntato fortemente sulla **comunicazione e sul marketing**. Identificata una precisa immagine del marchio, abbiamo lavorato per diffondere la conoscenza del brand creando in parallelo un database dei potenziali clienti, dall'artigiano

all'impresa al tecnico, ai quali ci rivolgiamo con iniziative mirate. L'obiettivo è superare la semplice visibilità, trasformando la comunicazione in una **vera e propria occasione di business**. In questo scenario si inserisce, ad esempio, l'iniziativa del blog (www.4bildcasa.it) aperto a target differenziati come i privati, come anche l'opportunità per i nostri clienti di servirsi delle competenze della divisione marketing e comunicazione per realizzare progetti specifici a supporto della loro attività. Un'altra interessante iniziativa sarà il **concorso di architettura** che 4Bild istituirà a breve, indirizzato verso tematiche d'attualità come il risparmio energetico e la bioarchitettura, per intercettare il mondo dei professionisti». «Per chi, come me, vanta una lunga esperienza nel settore - conclude il presidente Freri - è un orgoglio sostenere il progetto 4Bild poiché costituisce un esempio di come si evolverà la distribuzione dei materiali da costruzione. Questo è il futuro: la presenza di **professionisti qualificati quali soci di nuova generazione** è sicuramente una delle **chiavi del successo del progetto 4Bild**».

© RIPRODUZIONE RISERVATA