



In un mercato sempre più competitivo, aderire a una catena specializzata nel fai da te può risultare la mossa vincente per un operatore indipendente. Ne parliamo con **Rocco Commisso**, franchisee Brico Io a Siderno (Rc)

Affiliarsi senza perdere la libertà...



Far da sé, nel fai da te, ha ancora un senso? Ma soprattutto garantisce ancora un futuro all'impresa? Forse, ma resistere alla competizione esercitata dalla grande distribuzione specializzata nel bricolage – che anno dopo anno, inesorabilmente, guadagna quote di mercato – si sta facendo sempre più difficile.

In uno scenario competitivo che cambia, sembra sia giunto il momento, anche per i battitori liberi più "inossidabili", di valutare seriamente se è il caso di entrare a far parte di un gruppo oppure no. E le opportunità non mancano, visto che, negli ultimi anni, quasi tutti i protagonisti di rango nazionale di questo business hanno dato slancio al franchising per crescere più velocemente e per consolidare il loro presidio del territorio italiano. Ma attenzione, le differenze fra una proposta e l'altra, come accennato, non sono poche.

Alcuni imprenditori che hanno scelto di affiliarsi ci raccontano la loro esperienza di franchisee. Iniziamo con un giovane imprenditore calabrese, Rocco Commisso, che gestisce un Brico Io affiliato a Marketing Trend a Siderno (Rc).

Sig. Commisso come è approdato al mondo del bricolage e come ha scelto Brico Io?

In realtà l'iniziativa di intraprendere quest'attività è stata di mio padre. Circa 6 anni fa, sentendo l'esigenza di diversificare il nostro commercio di materiali edili, ceramica, sanitari e arredo bagno, prendemmo in considerazione l'idea di aderire a una catena della grande distribuzione.



Prima di aderire al franchising Brico Io, lo ha confrontato con altre proposte?

Non proprio. Più che alla teoria abbiamo badato alla pratica. Io stesso visitai diversi punti vendita di catene differenti e raccolsi informazioni sulle modalità di adesione e gestione. Entrai in contatto

con Eugenio Diomedi, il responsabile dello sviluppo franchising di Brico Io, si stabilì subito un'intesa e, in breve tempo, siamo diventati affiliati di Marketing Trend.

Oggi potete dichiararvi soddisfatti della decisione presa?

Absolutamente sì. Tanto che stiamo

ampliando il nostro negozio: da 1.500 mq lo stiamo portando a 2.400. Inizialmente pensavamo che la nostra struttura fosse sufficientemente grande, ma con il tempo ci siamo resi conto che una superficie più ampia ci avrebbe consentito di incrementare le vendite in modo più che proporzionale. Non escludiamo, nel prossimo futuro, di ampliare ulteriormente l'area di vendita del nostro negozio. Il migliaio di metri quadrati che abbiamo a disposizione al primo piano dell'attuale struttura potrebbe essere utilizzata per dare maggiore spazio e risalto all'esposizione di mobili in kit.

Quali vantaggi trova nell'operare in affiliazione con Brico Io?

I vantaggi sono molti perché Marketing Trend opera con grande professionalità: ci fornisce un assortimento di qualità, molta assistenza e, nello stesso tempo, ci lascia piena autonomia nello svolgere la vendita al meglio. Possiamo contare inoltre su un marchio-insegna leader sul mercato.

Andiamo con ordine, parlando di assortimento, compra tutte le merci da fornitori contrattualizzati da Marketing Trend oppure fa anche acquisti in autonomia?

Acquistiamo solo i prodotti consigliati da Marketing Trend perché siamo convinti che comprare al di fuori della loro contrattualistica non sia conveniente. Ben inteso, sono molti i venditori e i rappresentanti che vengono a visitarci e che ci propongono le loro merci, ma la nostra risposta è sempre la stessa: li esortiamo a rivolgersi alla centrale di Milano. Il display di un Brico Io, d'altronde, è frutto di uno studio accurato. Gli spazi espositivi di ogni categoria merceologica sono assegnati a un determinato numero di fornitori secondo criteri precisi di marketing mix. Esporre un pall box di scope o di un altro prodotto non avrebbe senso, creerebbe solo confusione. Il margine di guadagno che Marketing Trend ci garantisce sul venduto è poi abbastan-



za consistente e non ci costringe ad ampliare ulteriormente l'offerta.

Marketing Trend vi fornisce assistenza continua, ma al tempo stesso vi lascia molta libertà. Può approfondire quest'argomento?

Posso dire che Marketing Trend ci ha dato molta assistenza nella fase iniziale d'attivazione del punto vendita. Molto utile è anche la formazione iniziale e continua sul prodotto e sulle metodologie di vendita, in particolare in quelle merceologie che esulavano dal nostro storico di rivendita di materiali edili e di arredo bagno e sanitari. Rispetto a prima, oggi serviamo una clientela molto più eterogenea. Bisogna saperla seguire. Siamo più che soddisfatti, poi, della professionalità del capo area che ci segue per gli utili consigli anche in tema d'esposizione. La quantità della merce da acquistare e come venderla, però, lo decidiamo noi.

Torniamo ora sulla questione della notorietà del marchio Brico Io?

Certamente. È innegabile che Brico Io sia un marchio leader a livello nazionale nel settore del fai da te. A questa

notorietà, qui in Calabria, cerchiamo di contribuire il più possibile. E pare che la cosa ci stia riuscendo bene, considerata la risonanza del Brico Io di Siderno anche a 100-150 km di distanza da qui.

Per il momento avete anche la fortuna di non avere concorrenti diretti in zona...

È vero. Il nostro impegno nel riuscire bene è d'altronde anche volto a far sì che la concorrenza ci pensi due volte a venire a insediarsi nella nostra area d'attrazione.

Cosa vede nel suo futuro?

Di qui a 5 anni ho in programma di attivare altri Brico Io. Per il momento sto mettendo le basi per aprire un secondo punto vendita. Se sarà possibile crescere ancora più, si vedrà in futuro. Un'azienda seria deve valutare bene i costi d'impianto e noi propendiamo per procedere con le nostre forze, evitando di chiedere finanziamenti.

L'ampliamento che stiamo per ultimare, è stato infatti effettuato più lentamente, ma senza ricorrere a prestiti. E nel momento in cui avremo l'intenzione di aprire il nostro secondo Brico Io, siamo certi che Marketing Trend ci assicurerà tutta l'assistenza possibile.