



Alberto Lodrini, coordinatore  
di Sercomated

# Lo sviluppo della cultura imprenditoriale: riflessioni e prospettive

Per quanto possa essere pesante la materia, una mente allenata può trovare il modo per sollevarla senza eccessiva fatica: questa semplice constatazione riassume lo spirito che guida le attività attuali e future di Sercomated.

«Il mondo contemporaneo vive di fatti reali e di risultati certi che, naturalmente, ci spingono a mettere in risalto soprattutto quelle componenti connesse alla concretezza e all'attualità - esordisce Alberto Lodrini, coordinatore Sercomated.

Superando queste necessità contingenti, vorrei condividere alcune riflessioni riguardo a valori più stabili ed elevati, direttamente inerenti alla "mission" di Sercomated - lo **"sviluppo della cultura imprenditoriale degli operatori del settore"** - ed esprimere una valutazione sui benefici del "fare cultura" - compito mai facile in generale e non solo nel settore edile. I risultati ottenuti, infatti, possono dipendere da fattori molto diversi e, fra questi, i più importanti sono senz'altro l'intangibilità dei valori promossi e la loro lenta assimilazione da parte degli interessati».

## Proviamo a fare qualche esempio...

«Il primo che mi viene in mente è simile alla tesi del "sapere di non sapere" enunciata da Socrate.

Molte sono le persone che, pur avendo studiato a lungo, sostengono l'inutilità di

quanto appreso e, addirittura, di non averne neppure memoria. In realtà, è certo che chi ha approfondito particolari tematiche o strategie, sviluppando una propria cultura specifica nel settore, sarà più sensibile, attento e capace nel recepire l'evoluzione del mercato e le nuove opportunità per la propria azienda.

Allo stesso modo, indipendentemente dal grado di istruzione personale, si può notare immediatamente l'apertura mentale di chi ha viaggiato per anni in tutto il mondo, rispetto a chi ha visto unicamente il luogo dove vive abitualmente.

Attraverso un'infinità di sfaccettature, talvolta non immediatamente percepibili e che riguardano soprattutto l'approccio e il modo di affrontare ogni tipo di problema, la differenza fra chi pretende di sapere e chi sa di non sapere - anche se oggi non ricorda più nulla - emerge chiaramente».

## In che modo queste considerazioni possono essere accostate all'esperienza di Sercomated?

«Spesso, analizzando quanto è stato fatto da Sercomated in passato, ci rendiamo conto che tutte le principali tematiche di attualità

sono state affrontate e discusse molti anni fa, quando non erano ancora così evidenti agli occhi del grande pubblico.

Pensiamo, in particolare, all'importanza della strategia **“Vendere attraverso il rivenditore”**, sviluppata e promossa da Sercomated fin dalla sua nascita, sulla quale molte aziende stanno investendo proprio in questo periodo.

I soci e tutti coloro che hanno partecipato attivamente alla vita sociale hanno senz'altro tratto notevoli vantaggi per la **crecita** e lo **sviluppo della propria azienda**.

Operando all'interno di un vero e proprio workshop - un laboratorio dove nascono **nuove idee** - hanno potuto recepire prima degli altri le tendenze che hanno caratterizzato e che caratterizzeranno in futuro l'evoluzione del settore».

#### **Quali particolarità distinguono l'unicità dell'esperienza di Sercomated e le sue prospettive future?**

«Tutto questo è avvenuto e avviene soprattutto grazie ai contatti periodici con i soci distributori e produttori e, in modo particolare, al ruolo fondamentale svolto da Federcomated, che trasmette continuamente a Sercomated le esigenze emergenti e le tendenze innovative molto prima che queste si manifestino compiutamente.

È in questo modo che hanno preso consistenza tutti i servizi creati appositamente per i distributori di materiali edili, che oggi fanno parte del patrimonio culturale del settore poiché il loro utilizzo è fondamentale per lo sviluppo professionale e per la crescita dell'azienda. Ne ricordiamo i più importanti:

- corsi di formazione professionale per il distributore per tutti i livelli, dal titolare all'operatore di piazzale;
- certificazione della qualità per il distributore, ovvero gestione dei processi

aziendali improntati sul concetto di qualità;

- progetto Tris, per favorire la relazione tra produttori e distributori in un concreto rapporto di partnership;
- portale Storemat, che unisce produzione e distribuzione per incontrare nuovi potenziali clienti e per soddisfare le esigenze di un mercato sempre più on-line».

#### **Avete in serbo ulteriori iniziative per il prossimo futuro?**

«Le strategie di Sercomated saranno sempre più indirizzate a fornire **nuovi “input”** per sviluppare e intensificare la conoscenza, il monitoraggio continuo e l'approfondimento delle problematiche dell'intero settore, con particolare riferimento all'individuazione delle linee guida che indirizzeranno l'evoluzione nella distribuzione di materiali edili.

Periodicamente commissioniamo e continueremo a programmare ricerche di mercato e analisi specifiche, per focalizzare temi di particolare importanza e attualità, in collaborazione con prestigiosi istituti universitari.

In questo ambito si inserisce la collana **“Edilizia & Impresa”**, edita da Tecniche Nuove e coordinata da Edoardo Sabbadin, che tratta argomenti di fondamentale importanza per la crescita dell'imprenditorialità».

Ecco i titoli dei volumi finora pubblicati, che sintetizzano i contenuti meglio di ogni commento: **“Mercato e distribuzione nell'edilizia - la collaborazione tra industria e commercio in una filiera complessa”**, di Edoardo Sabbadin; **“La gestione economico finanziaria nella distribuzione edile - gli indici per un efficace quadro di controllo”**, di Marco Siracusa; **“Innovazione e collaborazione nella filiera delle costruzioni - il caso Sercomated”**, di Sandro Castaldo ed Edoardo Sabbadin.