

## Ferran Bosque: “Cal donar valor al nostre producte i construir marca”

El gerent de Poolbiking explica les claus que han portat la seva empresa a ser un referent en el sector de les bicicletes aquàtiques. Per a Bosque, les empreses han de saber donar un valor al seu producte i oferir solucions als seus clients per ajustar-se a les seves necessitats. Bosque va ser l'invitat del 21è Cafè Digital.

**Igualada, 27/28 de setembre de 2012.-** Aquest dimarts es va celebrar el vint-i-unè Cafè Digital de TICAnoia, amb la presència de Ferran Bosque, gerent de Poolbiking, que ha explicat la seva experiència al capdavant de Poolbiking, empresa líder en el sector de les bicicletes aquàtiques. Per a Bosque, les empreses han de saber “donar valor al producte” i construir saber construir una marca: “La marca ho és tot. Si no creem una marca, avui en dia no tenim res”. Una vintena de persones van seguir les seves explicacions en aquest cafè organitzat per la comissió TIC de la Unió Empresarial de l'Anoia, TICAnoia.

Poolbiking és una empresa anoienca que ha estat capaç de créixer i convertir-se en referent en el seu sector, en aquest cas el de les bicicletes aquàtiques per fer exercici dins de l'aigua. Creada al 2007 pel mateix Bosque, Poolbiking ofereix a gimnasos, hotels i centres d'spa bicicletes d'acer inoxidable amb les que es poden fer diversos exercicis per estar en forma o rehabilitar-se després d'una lesió. Només l'any passat, Poolbiking va créixer un 70% respecte l'any anterior. Les bicicletes de Poolbiking es poden trobar a des de Canadà fins al Vietnam, passant per la Polinèsia i en cadenes hoteleres com Ibesrostar o Sofitel. Tota la producció es fa en els Tallers Trevi, de Vilanova del Camí, i que cada setmana s'ha d'assolir un objectiu en I+D. Poolbiking genera 10 llocs de feina, entre directes i indirectes.

Segons Bosque l'èxit de la seva empresa radica en el fet de que han sabut dotar de valor al seu producte i que s'ha sabut crear una marca potent i reconeguda mundialment: “Hem de donar valor al nostre producte i oferir solucions als nostres clients. El client ha de veure el nostre

*El grup TICAnoia és la comissió TIC de la Unió Empresarial de l'Anoia, amb la col·laboració del Col·legi Oficial d'Enginyeria en Informàtica de Catalunya. TICAnoia vol crear un espai de reflexió i de propostes, a nivell comarcal, sobre els aspectes relacionats amb la incorporació i ús de les Tecnologies de la Informació i la Comunicació a les nostres empreses i al nostre territori.*

producte com alguna cosa necessària. Sempre s'ha d'escoltar al client. Si lluitem pel preu, quan trobi un producte més barat ens deixarà", explica Bosque. A més, cal saber trobar una marca: "La marca ho és tot. Sense una bona marca, no farem res. Tot i tenir un bon producte", sentència Bosque.

Bosque considera que les empreses han d'innovar de forma constant: "Poolbiking va començar quan vam veure que els productes que hi havia al mercat en aquell moment no satisfien unes necessitats molt concretes. No cal inventar la sopa d'all, però si buscar alguna cosa que sigui diferent i oferir-la a qui estigui interessat", diu Bosque. "Per exemple, fa poc vam obrir una línia de bicicletes per a rehabilitació. Vam trucar al FC Barcelona i ens van dir que no treballàvem en aquell àmbit; en canvi el Real Madrid sí i ara son clients nostres", assegura Bosque.

Aquesta innovació ha de venir des de la pròpia reflexió però també pels comentaris dels clients. "En un gimnàs d'Igualada, hi ha un grup de dones a qui ens agrada escoltar perquè sempre ens diuen coses a millorar. És el nostre departament de I+D".

Bosque també va donar certes pistes sobre com exportar a l'estranger. En aquest cas, va avisar que cada cop els mercats "s'estan tornant més proteccionistes. Els habitants de cada país volen productes que s'hagin produït en el seu país. Per tant, cal portar part de la producció en aquest país i explicar-ho. Cal posar etiquetes com la de "Made in France" per vendre a França", exemplifica.

Una de les altres coses que les empreses han de tenir present és el preu dels seus productes. "No podem apostar només pel preu. Si venen només per tenir un preu més barat, el client marxarà quan trobi un producte més barat. Hem d'apostar pel futur i per la innovació". Bosque va concloure la xerrada demanat a les empreses "que llancin tantes canyes com puguin".

Els Cafès Digitals són trobades mensuals organitzades per la comissió TIC de la Unió Empresarial, TICAnoia, amb la voluntat d'explicar i donar a conèixer noves tendències, aplicacions i casos d'èxit relacionats amb la innovació i els sistemes d'informació. Les trobades estan adreçades a empreses, professionals i emprenedors que vulguin conèixer noves experiències i casos d'èxit.

*El grup TICAnoia és la comissió TIC de la Unió Empresarial de l'Anoia, amb la col·laboració del Col·legi Oficial d'Enginyeria en Informàtica de Catalunya. TICAnoia vol crear un espai de reflexió i de propostes, a nivell comarcal, sobre els aspectes relacionats amb la incorporació i ús de les Tecnologies de la Informació i la Comunicació a les nostres empreses i al nostre territori.*



Pàgina web: [www.ticanoia.cat](http://www.ticanoia.cat)

Twitter: <http://twitter.com/ticanoia>

Contacte premsa: Marc Mañé (659730546)