



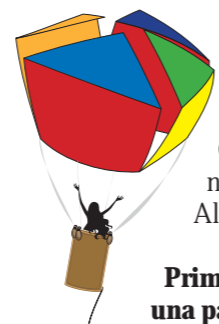
Coop.Ar, la crisi come opportunità

Incontro con il Presidente e l'Amministratore Delegato

Avevamo aperto il 2012 parlando delle difficoltà che l'anno avrebbe portato con sé e purtroppo le previsioni sono state rispettate. Stiamo vivendo una fase turbolenta della crisi cominciata nel mondo finanziario, propagatasi poi a tutto il sistema produttivo e a quello dei consumi. Sappiamo bene che quando sarà finita, quando arriverà la ripresa, le cose cambieranno in maniera profonda. Non esistono ricette magiche per riuscire a crescere e molti stanno soffrendo per mantenere il loro business senza perdere fatturato e quote di mercato.

Alla fine, nel mondo del commercio, specialmente nel nostro settore, la crisi sarà "spietata", facendo una selezione fortissima lasciando il campo solamente alla grande distribuzione, sia quella delle grandi catene internazionali, sia di quei soggetti che avranno saputo unirsi per far fronte all'emergenza e intelligentemente riposizionarsi su un modello diverso.

La Coop.Ar porta avanti il suo modello di cooperativa da quasi 30 anni e, nonostante la crisi, sta reggendo molto bene a tutte le difficoltà del momento, forte di esperienza e strategia.



Incontriamo di nuovo il Presidente Sig. Gilberto Corami e l'Amministratore Delegato Dott. Alessandro Carucci.

Prima di affrontare con voi una panoramica sulla situazione attuale so che ci sono importanti novità all'orizzonte nell'attività della cooperativa. E' vero?

Alessandro Carucci: Parlando del futuro sicuramente continueremo sulla strategia dell'allargamento dei soci, con la voglia di crescere su tutto il territorio nazionale.

■ Sig. il Presidente Gilberto Corami e l'Amministratore Delegato Dott. Alessandro Carucci



“ Non solo prosegue l'allargamento della cooperativa, ma abbiamo un progetto che porterà la Coop.Ar ad essere importatore di prodotti da paesi extra-europei come la Cina ”

All'inizio avevamo pensato di rimanere nel bacino del Centro-Italia, oggi abbiamo deciso di puntare a relazioni su scala più grande quindi ci sembra inutile limitarci ad un settore geografico.

Stiamo valutando alcune domande che vengono dal Nord Italia e anche dal Sud e ne siamo molto felici, ma non ci fermiamo, anzi invitiamo tutti coloro che vogliono un progetto su cui puntare per crescere a contattarci. Sappiamo che possiamo offrire molto e abbiamo necessità di ingrandirci per avviare un nuovo progetto, cioè quelli di diventare importatori da paesi extra-europei.



■ Facciate realizzate con prodotti Boero

Gilberto Corami: Alcuni soci della cooperativa hanno già rapporti con la Cina, dove stanno sviluppando nuovi prodotti e dove è possibile acquistarne altri a costi molto contenuti e di buona lavorazione, in questo modo potremmo inserire una fascia di prodotti in diretta concorrenza anche con la grande distribuzione.

Sappiamo che è una sfida ambiziosa ma assolutamente non impossibile, anzi realizzabile insieme a tutti coloro che ne vorranno far parte. Ci piacerebbe molto renderla operativa il prossimo anno in occasione del nostro trentennale.



■ Ambienti infinitis di Lithos

Un progetto molto ambizioso, non è da tutti lanciare una sfida del genere in un momento difficile. Cerchiamo di contestualizzare questo momento difficile, questa crisi, in maniera specifica

attirare una clientela più grande. Certo poi quando vanno a fare il contro finale spesso non hanno risparmiato nulla.

layout design di Eleonora Diquattro
testo di Simone Corami

nel settore dell'edilizia.

GC: Non è sicuramente la prima crisi che ci troviamo ad affrontare, ma forse è la più complessa perché presenta vari livelli. Uno che è più generale e riguarda tutta l'economia in sé, compreso un forte calo dei consumi. Poi c'è una crisi che riguarda l'edilizia in particolare e non solo da ora, non si costruiscono nuove abitazioni né si provvede al restauro e al ripristino di edifici già realizzati.

AC: Sono d'accordo, aggiungiamo pure che la concorrenza è fortissima, soprattutto coi megastore delle grandi catene estere che presentano prodotti alcuni a prezzi molto bassi, ma anche di bassa qualità, riuscendo ad



■ Facciata realizzata con prodotti Ard



Ambienti realizzati con prodotti Toscano



Ambienti realizzati con prodotti Exelle

Com'è lo stato di salute della Coop. Ar in questo momento?

AC: Positivo anche se poi andrebbe analizzato il caso di ogni singolo socio, però siamo soddisfatti dello stato generale del fatturato della cooperativa, nonostante tutto.

GC: In questo momento pensando all'anno in corso stiamo mantenendo le posizioni dell'anno precedente che ci aveva visto in crescita rispetto al 2010, un risultato sicuramente importante.

Può spiegare meglio questo punto?

GC: Uno dei punti che tutti i commercianti hanno sempre usato era il credito, soprattutto verso gli artigiani: si facevano gli acquisti, sempre prima di iniziare il lavoro commissionato, poi quando l'artigiano incassava, almeno una parte, veniva a saldare la fattura. Questo sistema per noi oggi, ma credo per nessuno, non è più sostenibile. Già prima poteva succedere di non incassare tutte le fatture, ma adesso è diventato un fenomeno troppo cresciuto. Ci siamo anche organizzati per questo, la collaborazione fra soci e lo scambio d'informazione sono importanti nella vita della cooperativa.

Cosa succederà quando la crisi sarà finita?

AC: Questa crisi sarà spietata, non sono pessimista, perché sappiamo che finirà, ma credo che ci vorrà ancora un anno, ma lo scenario futuro sarà brutale.

ALCUNI DEI MARCHI CON CUI LA COOP.AR HA ACCORDI COMMERCIALI		CORNICI (interno ed esterno)	NMC, Bovelacci
CARTA DA PARATI	Iannelli e Volpi, Limonta, Frasca, Franz Decò	PAVIMENTI	Aliparquet PratiGroup, Gerflor, Tarkett Sommer, Elle Ceramiche, Besana Moquette
COLORI	Gruppo Boero, Gruppo JColors ARD		RESINE
COLLE E SILICONI	Henkel, Tillmanns	SCALE E TRABATTELLI	Svelt, Marchetti Sicos
ELETTRO-UTENSILI	Makita, Rigo, MPR		

Tutte le piccole attività commerciali saranno spazzate via, sopravvivranno solo la grande distribuzione e i soggetti che hanno attivato un modello associativo o cooperativistico come il nostro. Chi sarà riuscito a mettersi insieme, a organizzarsi in maniera strutturata come noi della Coop. Ar, avrà ancora una prospettiva di crescita, per gli altri sarà questione di tempo, poco purtroppo per loro.

Hostatint® la nuova generazione di coloranti a basso contenuto di Voc



All'estero strutture simili alla nostra sono diffuse, in tutti i settori, però nel nostro paese c'è timore, perché pensano che siamo una sorta di franchising, ma non è così. Noi siamo dei gruppi di acquisto che riescono a ottenere condizioni molto vantaggiose per i propri soci, ma ognuno è sempre padrone a casa propria.

Oggi come noi esistono solamente altri due gruppi in Italia, ma noi, come Coop. Ar, abbiamo la più vasta gamma merceologica, un vantaggio che abbiamo costruito.

GC: Quando arriva una crisi le prime cose che una famiglia taglia sono le spese meno quotidiane, non meno necessarie, ma quelle più onerose, come la ristrutturazione di un appartamento.



Ambiente ExtraMass Living di Aliparquet

Se, però, ci pensiamo bene e guardiamo agli anni prima di questa crisi si vedevano già le avvisaglie di un radicale cambiamento del mercato, non è solo un cambiamento figlio del momento difficile, ma è il mercato che è radicalmente cambiato. Pensa solamente che oggi chiunque entra nel tuo negozio, anche nel nostro settore ha quasi sicuramente fatto una ricerca su internet anche solo per avere un'idea, un confronto e altre soluzioni.

Torniamo all'allargamento della gamma prodotti. Un punto su cui la Coop.Ar ha puntato molto?

GC: Certo. Avendo previsto il calo dei consumi, di conseguenza anche di fatturato, abbiamo allargato tutta la gamma prodotti. Venivamo da un passa-

to in cui il prodotto principale era la carta da parati, che poi ha vi-

sto un crollo progressivo. Oggi il colore è il prodotto principale, noi abbiamo le migliori marche in tutte le sue declinazioni, per interni, per esterni e decorativi, poi i pavimenti, dal parquet ai laminati, persino quelli in pelle, che sono una percentuale minima, ma che comunque qualcuno ci richiede. Siamo arrivati anche a mettere le ce-



Ambienti realizzati con prodotti Exelle

ramiche, che poteva essere un salto nel buio, invece sono state un successo. Penso anche alle attrezzature per i cantieri, dagli elettro-utensili alle macchine industriali. Anche le resine stanno avendo una buona diffusione. Stiamo lavorando anche su nuovi inserimenti.

AC: Riprendo il discorso che faceva Gilberto prima a proposito del cambiamento del mercato e i clienti. Vero

che oggi vengono già con un'idea in testa o anche perché hanno visto qualcosa nella casa di un amico e gli è piaciuto, però a volte hanno delle informazioni non appropriate. Allora interveniamo noi dando consigli e spiegando quali possono essere le soluzioni più opportune per i loro desideri e progetti. L'ottica di servizio è proprio della Coop. Ar quasi nel DNA, ma è unita alla massima correttezza e trasparenza. Questo è un requisito che noi chiediamo agli aspiranti soci prima di entrare, verso di noi e verso i colleghi, e deve essere fondamentale nel rapporto coi clienti.

Intervento di Boero a Viareggio all'Hotel Principe di Piemonte

layout design di Eleonora Diquattro testo di Simone Corami

