

# a Cocconi il testimone del gruppo chimici di AfidampFab

di Chiara Bucci

Abbiamo incontrato Luca Cocconi, Direttore Generale di ARCO Chimica e H&B Group, per parlare del suo ingresso nel nuovo Direttivo di AfidampFab e dell'incarico a capo del gruppo di lavoro del comparto chimici. La mission di Cocconi, con gli altri componenti del gruppo, sarà quella di puntare a creare nuove sinergie anche con altri comparti che diano al settore quel margine di innovazione che al mercato italiano forse un po' manca.

miei primi passi come agente commerciale: fino al 1993, infatti, ho lavorato come Responsabile Area per un'azienda del reggiano. Un incarico che mi ha formato professionalmente, dandomi l'opportunità di interloquire con quella fetta di mercato – l'utilizzatore finale – che ora da imprenditore mi trovo a servire. Conoscere a fondo il mercato finale, andare a scandagliare le esigenze del singolo e tenerne conto, è stato un processo che ha influenzato in modo determinante il mio approccio al mercato da imprenditore.

**Ed è qui che c'è stato il turning point dove ha saputo farsi interprete di un nuovo approccio sul mercato introducendo una serie di innovazioni nei processi distributivi e applicativi, passando dalla vendita del prodotto a quella di servizi in abbinamento al prodotto.**

Esattamente. È sempre stato nel mio DNA. D'altronde – è inutile nascondercelo – il prodotto chimico è di per sé un prodotto "povero" nel senso che è difficile da ar-



gomentare nel suo plusvalore competitivo rispetto alla categoria, ad esempio, delle macchine. Partendo da questa semplice considerazione, ho cercato quindi un margine diverso di innovazione: non dentro ma fuori del prodotto. La mia profonda conoscenza del mercato finale mi ha suggerito l'importanza del servizio, essenziale per il cliente in abbinamento al prodotto. Abbiamo iniziato con la formazione per poi proseguire sulla strada della certificazione. Certificarsi è sicuramente un plusvalore importante ma spesso un processo di difficile gestione da parte delle aziende. Per questo il nostro gruppo Arco ha inventato un software che snellisce le procedure: un'idea che ha raccolto grandi consensi proprio perché fornisce un servizio di cui le aziende di pulizia hanno bisogno. Questo modo di innovare, cercando soluzioni ad hoc, ci permette da un lato di distinguerci offrendo, attraverso una consulenza qualificata, un servizio che soddisfi dealer e cliente e dall'altro di ampliare il volume del nostro business: quando l'offerta compiace in tutto e per tutto, non c'è bisogno di ricorrere all'arma della scontistica per venire incontro al cliente. Parallelamente ci siamo mossi sul fronte della sostenibilità am-

**Noi la conosciamo come un grande innovatore: il suo curriculum è un paradigma della capacità imprenditoriale in Italia: nasce come agente per poi passare al mondo della distribuzione e quello dell'imprenditoria.**

Sono nel mercato del cleaning professionale dal lontano 1982 quando ho mosso i

Da sinistra: Luca Cocconi, Matteo Marino, Maurizio Cigola, Michele Redi, Giampaolo Ruffo, Riccardo Raimondi, Gianfranco Bonotto.



bientale, appoggiandoci per primi nel comparto al mondo dell'Ecolabel; con Gynius poi, siamo intervenuti nel delicato ambito della prevenzione allo spreco, con un dosatore automatico che permette di pianificare i costi e ridurre gli sprechi. Gynius sta portando in giro per il mondo questo nuovo modo di erogare il prodotto. Infine c'è la nuova collaborazione con IPC con il sistema di noleggio *Full Rent* che si basa sulla pianificazione del servizio e la certezza del costo, con cui miriamo a certificare l'intero sistema di pulizie. Questo è il *mio* modo di leggere ed innovare il mercato del cleaning che mi sta dando molte soddisfazioni personali cui, in ultimo, si aggiunge anche la recentissima nomina nel Consiglio Direttivo di AfidampFab, un traguardo per me molto importante che, al di là della soddisfazione, rappresenta un grosso stimolo, una nuova sfida.

**Veniamo infatti al suo nuovo incarico: oggi fa parte del Consiglio direttivo AfidampFab e sarà a capo del gruppo dei chimici. Quali sono i progetti?**

Sono ancora in una fase di transizione. Il 5 Marzo è stato convocato il primo tavolo di lavoro con il Comitato Chimici di Afidamp in cui è avvenuto il passaggio di consegne con il dott. **Matteo Marino**. Per ora posso dire che lavorerò su due fronti: da un lato onorare gli impegni presi dal mio illustre predecessore che ha reso un servizio importante al comparto dei chimici, intavolando una serie di iniziative cui intendo certamente dar seguito. Dall'altro lato, però, intendo mantener fede anche a me stesso e al mio modo di interpretare il mercato, tentando di portare all'interno del Comitato quella visione del business che a me ha portato molta fortuna. Desidero coinvolgere gli associati, raccogliere in modo puntuale e sistematico i loro feedback e le loro proposte. Voglio rivolgermi al mercato in modo diverso: come, lo vedremo strada facendo.

**Tradizionalmente i produttori dei chimici nel comparto**

**Afidamp non sono esportatori prevalenti. Il contrario invece è possibile: tanti sono i colossi stranieri stabilmente presenti sul mercato italiano. Sappiamo anche che la sua azienda ha una forte attività**

**di export: quali sono i motivi per cui la detergenza non riesce ad imporre il proprio marchio all'estero?**

Per rispondere a questa domanda non posso prescindere, ancora una volta, dalla mia personale esperienza. Da piccolo produt-

**C.C.A.G. CROTTI**  
PREMIATO SPAZZOLIFICIO

**CROTTILAND: LA CITTÀ DEL PULITO**  
**CROTTILAND: THE CITY OF THE CLEANING**

TÜV SÜD  
EN ISO 9002

**C.C.A.G. CROTTI srl SPAZZOLIFICIO**  
Corso Italia, 21 - 24040 Osio Sopra (BERGAMO) - Tel. 035/50.02.12 - Fax 035/50.17.06  
sito: [www.coagcrotti.com](http://www.coagcrotti.com) email: [spazzolificio@ccagcrotti.com](mailto:spazzolificio@ccagcrotti.com)



tore ho pensato (ed agito) in grande, assicurandomi, fiera dopo fiera, una copertura completa in Europa. Tuttavia non posso negare che il mio successo sia legato al mio modo di approcciare il mercato. Se fossi rimasto tradizionalmente ancorato alla mera commercializzazione del prodotto, probabilmente anche io starei soffrendo pesantemente questo periodo di crisi.

**Il settore soffre, infatti. Dall'ultima statistica**

**disponibile sul mercato del cleaning con dati del 2010 emerge che il settore della detergenza è in leggero ma costante calo (-3%). Come dovrà cambiare il settore per riagganciare le quote perse in questa fase di fluttuazione di mercato?**

Dovrà cambiare, sì, dovrà osare. Credere nelle proposte del proprio team e non aver timore di rivoluzionare il proprio business. Credere nelle proprie capacità d'innovazione è un sintomo di lungimiranza imprenditoriale ed uno stimolo a muovere il settore.

**Cosa consiglia agli associati?**

Vivere di più l'Associazione, che esiste proprio per tutelare i loro interessi. Esattamente come accade all'interno di un'azienda, anche in Associazione è dal confronto che nascono le idee. Uno dei miei obiettivi a capo del Comitato sarà quello di creare occasioni di dibattito, dialogo, confronto. Per un settore, come la detergen-

za, in cui alla difficoltà di fare innovazione si aggiunge quella di spiegarla al mercato, un calo percentuale di soli tre punti non è una situazione irreversibile. Sedersi allo stesso tavolo con la voglia (e l'umiltà) di lavorare assieme è il presupposto per trasformare quel -3% ad un +4%. Questa è la sfida che lancia.

**Innovare va bene ma certo non si può realizzare quello che lei ha fatto nel settore senza avere un'innata capacità di gestione del team e l'abilità di attornirsi di collaboratori validi. Qual è il suo segreto?**

Il mio segreto sta in due parole: ascolto e condivisione. Tutte le idee che io ho sviluppato nascono dal mio gruppo di lavoro, di cui io ho piena fiducia. Un gruppo di lavoro in cui alcune figure vengono da background lavorativi completamente diversi da quello del cleaning professionale. Io ho semplicemente ascoltato le idee e condiviso il successo con il team.

30  
GSA  
MARZO  
2012

**FILMOP**  
Industrial Cleaning Equipment

certificazione ambientale

TÜV Rheinland  
CERT  
ISO 14001

Siamo certificati ISO 14001:2004

www.filmop.com

Via dell'Artigianato, 10/11 - 35010 - VILLA DEL CONTE (PD) - ITALY  
Tel. +39 049 9325066 - Fax +39 049 9325317 - e-mail: filmop@filmop.com