

Dieci anni di successi

“In 10 anni abbiamo fatto molta strada, sono stati raggiunti molti traguardi e, soprattutto, è stata data una connotazione precisa e unica al nostro Gruppo” così comincia il nostro incontro con la direzione strategica e commerciale di C.I.O.

Abbiamo voluto ripartire da questa affermazione dopo l'incontro che, alcuni mesi fa, avevamo avuto con Valter Lamperti, il Presidente e fondatore di questa dinamica realtà del panorama nazionale. In quel incontro avevamo soprattutto analizzato le motivazioni personali e imprenditoriali che avevano dettato le scelte di fondo della strategia del gruppo. Scelte chiare e durature che hanno guidato la crescita “intelligente” di C.I.O. Intuizioni che, forse 10 anni fa, potevano apparire azzardate ma che, oggi, il mercato ha fatto proprie al 100%. Autonomia imprenditoriale degli associati, coordinamento commerciale senza imposizioni, formazione e aggiornamento professionale costante, azioni di marketing a sostegno del Gruppo, solidarietà sociale e sostegno alla ricerca scientifica erano e sono i punti cardine su cui è stato “edificato” questo Gruppo e attorno ai quali è nato il successo di C.I.O.

Partendo da questi dati di fatto, abbiamo voluto analizzare, con la Direzione, il significato che, oggi, assume il principio guida di C.I.O.: autonomia dei singoli e scelte di Gruppo.

“Quando abbiamo iniziato ci siamo scelti una strada impervia e, per i tempi, irta di insidie. Allora il mercato premiava i grandi gruppi d'acquisto, le contrattazioni, le fatturazioni e i magazzini centralizzati, il marketing “allar-



C.I.O.: un gruppo selezionato, coeso, forte delle proprie caratteristiche distintive

gato”, la spersonalizzazione dell'associato. Noi abbiamo fatto una scelta esattamente opposta; abbiamo messo al centro delle nostre strategie l'Ottico e, soprattutto, la sua capacità di essere protagonista del suo futuro e delle sue intuizioni imprenditoriali. Per far questo abbiamo, volutamente, rinunciato a tutte quelle azioni che potevano essere in contrasto con questo spirito. E questo, in qualche caso, ci ha anche penalizzato.”

Cosa significa penalizzati e, in particolare, come avete posto rimedio a questa autonomia dell'Ottico e delle sue scelte individuali.

“Semplicemente lavorando insieme e con il servizio. Fa parte del DNA degli associati di C.I.O. essere liberi di scegliere. Le nostre analisi strategiche, le nostre valutazioni commerciali e i contratti “quadro” stipulati con le aziende fornitrici, i nostri corsi di aggiorna-



dalle aziende

Per informazioni:
800-151699
info@ottici-cio.com
C.I.O. I migliori Negozi
di Ottica in Italia.



Dalle aziende

mento professionale, le nostre linee di private label di LAC e liquidi, sono proposti ai membri di C.I.O. che hanno la facoltà di farle proprie o di considerarli dei suggerimenti e delle opportunità aggiuntive."

Quindi i vostri associati non hanno vincoli di acquisto. Ma avranno dei costi da affrontare o delle quote da pagare.

"Assolutamente no. Nessun costo fisso è richiesto agli associati. Siamo sempre stati acerrimi nemici delle quote annuali (in tutte le loro forme) e delle spese "occulte" che molti ottici si trovavano nei loro bilanci annuali. Questa è stata, da sempre, la nostra forza; essere trasparenti, chiari e coerenti fino in fondo su questo punto. I nostri associati non hanno nessun costo; la piccola quota che versano all'atto della loro adesione è solo un pro-forma che, nell'ipotesi di uscita, viene loro resa."

Uno dei punti di forza dei gruppi d'acquisto è la scontistica "spuntata" con le aziende e, quindi, il beneficio che ne traggono i singoli negozi. Se non operate come centrale d'acquisto come potete ovviare a questo fondamentale elemento di scelta.

"La nostra forza è il gruppo. Forse non tutti sanno che in C.I.O. sono confluiti molti degli ottici storici italiani. Sono ottici "forti" da tutti i punti di vista. Hanno background importanti, fatturati notevoli e un potere contrattuale (anche se il termine non è bellissimo) che, unito a quello di tutto il gruppo, ci consente di colloquiare alla pari con le aziende più dinamiche e aperte ai cambiamenti."

Se ho ben interpretato il vostro ruolo, come Direzione centrale, non è impositivo ma è di raccordo tra aziende e ottici. Siete una fonte di coordinamento centralizzato, più che di acquisto.

"Esatto. I nostri ottici sono troppo professionali e autonomi per poter accettare o subire obblighi. Come già precedentemente detto, noi concordiamo con le aziende i migliori accordi "quadro" che i nostri associati personalizzano in base alle proprie esigenze."

Cambiando discorso, sappiamo che uno dei vanti di C.I.O. è anche l'attenzione che dedicate al prossimo e,

in particolare, al sostegno alla ricerca scientifica. A questo proposito quali sono le prerogative di questa scelta.

"A.I.R.C.M.O. è nata con C.I.O., possiamo dire che sono due realtà concrete e collaborative. Lei ha fatto cenno a Valter Lamperti e alle sue intuizioni. Bene, in questo caso, è indubbio che, fin dalla sua costituzione, le nostre scelte sono state connotate da un obiettivo chiaro e univoco: essere a fianco della crescita professionale e umana dei nostri associati. Abbiamo sempre considerato queste due strade parallele e inscindibili. Da 10 anni, con cadenza biennale, assegniamo un premio alla ricerca scientifica e da altrettanti siamo a fianco di chi opera a sostegno dei meno fortunati attraverso contributi economici o materiali (come la raccolta delle montature per le missioni africane) ad associazioni che operano in Italia e all'estero. Sarebbe lungo e immodesto elencare tutti gli interventi di A.I.R.C.M.O. ma, in questa sede, è importante ribadire che la stessa è parte integrante del modo di fare impresa di C.I.O. La solidarietà, per noi, non è uno spunto di marketing ma è parte essenziale della nostra crescita. Una crescita che, la lungimiranza del nostro Presidente, ha voluto come parte fondamentale del nostro passato e, soprattutto, del nostro futuro."

In conclusione, perché un ottico dovrebbe entrare in C.I.O. e quali sono i vostri parametri di selezione.

"Accettare la nostra filosofia, accettare di essere parte integrante e attiva di un gruppo orientato al futuro ma con solide basi nel presente. Non promettiamo mari e monti, non diamo garanzie di successo perché siamo convinti che questo venga dalla professionalità, dall'impegno e dalla costanza dei singoli. Siamo però pronti a fare il nostro dovere, a essere presenti a fianco dei nostri associati nella lotta sul mercato e ad offrire loro i migliori strumenti per affrontare le sfide che ci attendono. A chi desidera associarsi a C.I.O., oltre ad alcuni parametri economico-strutturali di base volti a garantire una certa omogeneità tra le esigenze dei diversi membri, chiediamo di sentirsi parte del nostro gruppo e di condividere quei valori che, fino ad oggi, ci hanno reso forti, unici e protagonisti del mercato."

