

COLLA ARREDI

Cristina Colla, amministratore unico

Cristina Colla è architetto, amministratore, art director di Colla Arredi, azienda che distribuisce prodotti di arredamento ed è stata fondata dai genitori nel 1966. L'impresa è costituita da tre showroom, di cui uno di recente aperto ad Alessandria, un Boffi Studio e la sede storica a San Giuliano Vecchio (Al).

Cristina Colla, interrogata sul tema delle "tendenze", ha dichiarato che è molto attenta al tema da lei individuato come area di ricerca creativa dell'azienda, in cui le "tendenze" di gusto rappresentano un momento importantissimo di comunicazione fra showroom e clientela. Il discorso delle "tendenze" diventa quindi, ancora una volta, strumento fondamentale di costituzione della identità di un *brand* aziendale che dialoga con un cliente interessato a una forte personalizzazione delle soluzioni di arredo. E quindi l'argomento "tendenze" viene creativamente interpretato attraverso il *brand*,

dando luogo a una strategia basata sulla logica della nicchia utilizzata come strumento di competizione con la concorrenza.

Il target di Colla Arredi è costituito da un consumatore facoltoso, tuttavia da consigliare e supportare attraverso precise consulenze. Un cliente, pur in una città di provincia come Alessandria, attento agli orientamenti internazionali in quanto esponente di una fascia sociale di livello che gira il mondo per lavoro o turismo entrando in contatto (attraverso la frequentazione di alberghi, ristoranti, negozi, arredi privati) con scenari avanzati dell'*interior design*. La consulenza che il distributore è chiamato a fornire riguarda non solo colori e forme degli oggetti, ma anche una oculata gestione del budget in cui al venditore è richiesto di garantire un corretto rapporto costi/benefici, funzionale alla massimizzazione della spesa.

In questo senso lo showroom è chiamato a svolgere una incessante attività di ricerca sugli orientamenti dell'abitare in cui soluzioni di arredo, design, moda, cinema, diventano materiale primario di allestimenti delle vetrine e dello spazio espositivo, utilizzato quale fondamentale momento di sollecitazione dell'attenzione del cliente. In particolare le vetrine, che ovviamente si configurano come strumento principale di richiamo e di proposta.

Queste vengono ciclicamente cambiate e si colloca-

Colla Arredi, gli spazi esterni durante un evento.





no come preciso momento di orientamento formale delle potenziali richieste di acquisto da parte del consumatore. I colori proposti dagli allestimenti di vetrine ed esposizioni sono ad esempio quelli mutuati dalla moda e dall'abbigliamento. Ma le sollecitazioni principali e i supporti fondamentali nella costruzione delle "tendenze" di gusto, coerenti ovviamente con l'identità di un *brand* che è fondamentale momento della strategia di mercato, derivano innanzitutto dalle riviste specializzate attraverso le soluzioni proposte e la pubblicità delle aziende. Poi dalle fiere di settore, che si configurano con i loro allestimenti quale momento fondamentale di suggestione e di suggerimento, soprattutto attraverso le innovazioni di prodotto garantite annualmente dalle aziende del design. Infine ricorrendo alle pubblicazioni internazionali di arredamento, con le loro immagini e i suggerimenti.

Non risulta che l'azienda utilizzi strumenti consolidati, come ricerche di settore o book di "tendenza". Si evidenzia piuttosto come la distribuzione di livello sia tenuta a svolgere, in proprio, un faticoso lavoro di ricerca in cui le "tendenze" proposte dal design delle aziende di mobili, con le quali vengono studiate iniziative di valorizzazione in rap-

Colla Arredi, il Boffi Studio.



Colla Arredi, un ambiente dello showroom.

porto alle nuove produzioni e alle relative campagne di pubblicità, devono trovare una precisa personalizzazione. Il tutto in coerenza con gli orientamenti del *brand* aziendale, fortemente condizionato dal suo posizionamento rispetto al mercato locale. Si tratta quindi di una invenzione continua, in cui esperienza acquisita e intuito si combinano a definire un approccio al mercato in cui rischio, fortuna, capacità, si mescolano in un mix che determina il successo. Colla Arredi si avvale di consulenze a diversi livelli: comunicazione, marketing, allestimento. Lo showroom svolge anche un ruolo di animazione culturale nel settore arredo, collegata all'attività dell'Ordine degli Architetti della Provincia e di altri enti, attraverso la messa a punto di iniziative di acculturazione al design e alla sua storia. Nel caso di Colla Arredi l'attività di vendita è facilitata dalla presenza di un art director, dove le "tendenze" proposte dall'azienda si incrociano con gli orientamenti di design di quelle imprese con le quali la ditta Colla intrattiene rapporti privilegiati. Non più di venti, in una logica di selezione di fornitori che faciliti il rapporto stretto con i produttori, secondo un percorso di forte qualificazione del servizio che la distribuzione garantisce al cliente.