

INTERVISTA

Carlo Matarazzo (Ad Cosmopol)

«Riorganizzazione e acquisizioni aiutano a crescere»

Ha saputo guardare oltre Carlo Matarazzo, ad di Cosmopol, media impresa che opera in diverse province della Campania. A partire dal 2005 ha deciso la riorganizzazione della struttura operativa. Un processo lungo che ora consente alla Cosmopol di essere *compliant* con la nuova normativa.

Come si presenta all'appuntamento con il cambiamento normativo?

Il nostro settore proviene da un lungo periodo di latitanza normativa, in quanto il precedente impianto legislativo era stato oggetto di procedimento da parte della Corte di giustizia europea. Non ci spaventano i requisiti fissati dal nuovo decreto ministeriale e siamo per il 90% in linea con quanto stabilisce la legge. Abbiamo creato ad Avellino una centrale operativa certificata Uni, già adeguata ai nuovi standard minimi. La parte parzialmente da adeguare è relativa alla rete radio.

Dal 16 marzo si presentano nuove opportunità per la fornitura di servizi di qualità. Una boccata d'ossigeno per il comparto?

Nella vigilanza dei luoghi "sensibili" dove viene richiesta la presenza di guardie armate, negli ultimi cinque anni, sono stati impiegati "portieri" e non guardie giurate. Credo che per un'inversione di tendenza ci vorrà un po' di tempo, perché immagino che i contratti in corso saranno portati a scadenza.

A suo avviso che spazi di miglioramento si presentano?

Le norme servono a qualificare il settore oggi molto parcellizzato. Negli ultimi anni sono entrate tante micro-aziende che non riescono a fornire



Al vertice. Carlo Matarazzo

servizi di qualità, che fanno una concorrenza "sleale" sui costi e abbassano lo standard qualitativo. È necessario che le imprese della **vigilanza privata** siano disposte a investire nel marketing, nell'area commerciale e nella formazione del personale.

Che strategia ha seguito?

La Cosmopol conta poco meno di 300 dipendenti, che arrivano a 500 se si contano anche le altre aziende del gruppo. Nel passato abbiamo fatto acquisizioni per estendere la nostra presenza sul territorio. L'obiettivo è di coprire l'intera regione, un processo iniziato qualche anno fa e non ancora completato.

Quanto la crisi ha influenzato sulle performance aziendali?

Il 2010 è andato bene con una crescita del 20% a livello di gruppo, anche se c'è un problema di natura finanziaria. Le imprese nostre clienti hanno risentito della contrazione e abbiamo visto aumentare i crediti verso clienti del 40 per cento.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

