

# La distribuzione e gli effetti del Grande Cambiamento

a cura della Redazione

---

Da ormai diverso tempo ci stiamo occupando del Grande Cambiamento del “pianeta Sicurezza” conseguente alla rivoluzione digitale globale. Cambiamento che riguarda innanzitutto le tecnologie e, quindi, le caratteristiche dei prodotti con le diverse competenze necessarie per utilizzarli adeguatamente, dalla progettazione alla costruzione, dall’installazione alla manutenzione post-vendita. Ma con altrettanta forza d’impatto riguarda anche la distribuzione come, del resto, sta avvenendo in tanti altri settori B2B e B2C con il mondo del Retail e della GDO in testa.

Nel canale B2B della sicurezza professionale, i cambiamenti maggiori non derivano (ancora) dall’e-commerce quanto dalle diverse caratteristiche dei prodotti (e dell’atteggiamento dei produttori) a monte e delle mutate esigenze dei clienti finali a valle. In mezzo ci sono gli installatori che stanno cercando di evolvere a loro volta per non rimanere stritolati.

**Giordano Turati**, CEO di **TSec**, è molto attento a questo tema, che affronta sollecitando anche i partner di canale nella convinzione che i nuovi assetti di mercato derivino dal dialogo serrato e costruttivo tra i diversi attori della filiera produttori, distributori, progettisti e installatori.

## **Giordano, in che modo i distributori vostri Partner stanno rispondendo a questa sollecitazione?**

Inizio la risposta riprendendo quanto avevo scritto nell’articolo di essecome n. 2/2019 *“Il distributore deve necessariamente evolvere verso un livello di competenza più esteso, dove la funzione di “consulente” verso la sua clientela di installatori deve recitare un ruolo fondamentale.”*

C’è molto fermento tra i distributori verso l’individuazione di strategie sempre più efficaci e concrete per offrire i servizi a valore aggiunto di cui sono capaci. Nel corso di quest’anno, abbiamo stimolato la discussione nel gruppo dei distributori per noi più rappresentativi, attorno ad argomenti strategici ed operativi.

Sono usciti spunti e proposte molto interessanti rispetto all’evoluzione della distribuzione nell’immediato futuro, alle sinergie innovative verso i produttori, alle strategie ed alle collaborazioni condivise tra i distributori stessi.

Abbiamo affrontato una problematica fondamentale che riguarda da vicino queste figure, ovvero la necessità di unire le forze per creare massa critica rispetto ad un mercato sempre più affollato, sviluppando modelli innovativi e concreti.

La risposta dei nostri partner è stata sicuramente di grande coinvolgimento e partecipazione verso gli argomenti affrontati nel corso dei vari incontri e si è formato un tavolo di lavoro interessante e molto collaborativo, soprattutto tra loro stessi.

Lo stimolo iniziale ha portato a lasciare da parte le problematiche legate alla quotidianità aziendale per rivolgere l’attenzione verso il futuro del nostro mercato e individuare concretamente servizi sempre più evoluti verso la clientela.

Stiamo soprattutto cercando di capire come sarà e di cosa avrà bisogno l’installatore del futuro, in un mercato che sta cambiando a grande velocità. Quali saranno gli ambiti di competenza strategica nei quali si muoverà e come il distributore potrà rispondere a questo cambiamento di ruolo dell’installatore evoluto.

In un contesto di mercato orientato prevalentemente al prezzo, ci sarà molto spazio per proposte orientate invece all’efficacia della soluzioni dove le competenze, la formazione e le partnership di filiera saranno elementi premianti e motivo di distinzione qualitativa. Abbiamo concluso che stiamo attraversando un momento molto particolare, nel quale diversi protagonisti del nostro mercato cercano di salvaguardare le posizioni acquisite, anche se molti stanno ormai vivendo vere e proprie “crisi di identità”. Forse è arrivato il momento di “cambiar pelle” per rimettersi in gioco, anche affrontando dei rischi. In fondo, è il prezzo del cambiamento per sopravvivere.

Abbiamo proposto ai Partner di TSec **Cerqua, DST, Doppler ITS e TVS** la domanda:  
**L'evoluzione del mercato della sicurezza fisica impone un cambiamento anche nel ruolo dei distributori, ai quali i vendor più evoluti chiedono di diventare veri e propri "consulenti" dei propri clienti installatori e di offrire supporti come la progettazione e la formazione. Come state affrontando queste nuove sfide?**



#### **Risponde Loreto Cerqua - Cerqua Elettronica**



Assistiamo oggi ad una duplice evoluzione nel nostro settore.

Da una parte, vediamo la vendita capillare di prodotti per la sicurezza in ambiti nuovi quali la distribuzione generica e la diffusione della vendita "porta a porta", dove il discriminante sono il prezzo e la padronanza delle tecniche di marketing, mentre la sicurezza dei beni e delle persone sembra rivestire un ruolo di secondo piano. E' una situazione che contribuisce a diffondere la percezione da parte dei clienti finali e di alcuni installatori che l'impianto di sicurezza (antintrusione o videosorveglianza) sia paragonabile ad un semplice elettrodomestico.

Dall'altra parte, vi è una evoluzione molto rapida delle tecnologie, che apre a nuovi scenari di rischio ed a più alte esigenze di sicurezza. In questo ambito aumenta la richiesta di figure professionali in grado

di fornire soluzioni efficaci a tutela di beni e persone.

Questo è il ruolo dell'installatore al quale è richiesta alta competenza nella progettazione, installazione e manutenzione degli impianti. Da parte sua, il distributore specializzato è chiamato a supportare l'installatore mettendo a disposizione il proprio patrimonio di competenze e conoscenze.

In questo passaggio entra in scena Cerqua Elettronica, la mia azienda, che risponde alla sfida mettendo in campo numerose azioni. Curiamo in particolare la formazione dell'installatore in ambito normativo, in quanto è fondamentale la conoscenza delle normative vigenti per la corretta installazione degli impianti; lo supportiamo nella fase di progettazione, partendo da una adeguata analisi del rischio che permetta di valutare correttamente esigenze e livello di rischio del sito da proteggere; lo supportiamo nel corso dell'installazione, nel post vendita e nella manutenzione degli impianti. Oltre alle figure tecniche vantiamo quattro Progettisti certificati IMQ AIR.

Da anni organizziamo corsi di formazione della durata di tre giorni, con esame finale per il rilascio della Certificazione di installatore e Progettista di impianti di sicurezza IMQ AIR e vantiamo oltre trenta clienti installatori certificati IMQ AIR. Nell'ottica di realizzare il cambiamento che il mercato ci chiede, è lodevole l'iniziativa dell'associazione Anie Sicurezza di stimolare un confronto aperto tra tutti gli attori del settore, produttori, distributori e installatori. Personalmente sono onorato, come membro del consiglio direttivo di Anie Sicurezza, di dare il mio contributo nella realizzazione di questo progetto, convinto che nel libero mercato nulla deve essere preteso ma tutto deve essere conquistato.

#### **Risponde Franco Campagnaro - Doppler**



Fin dal 1980, Doppler è stata precursore nelle varie fasi evolutive del mercato della sicurezza, con l'obiettivo di interpretare i bisogni della filiera con attenzione, contribuendo allo sviluppo della professionalità nel settore. Questa nuova era impone dinamiche imprenditoriali di alto livello capaci di valorizzare il compito del distributore di sicurezza attraverso servizi di valore che prevedono importanti investimenti e una forte partnership con i vendor.

Così come i prodotti presentano un notevole valore tecnologico, noi distributori dobbiamo trasmettere questo valore ai clienti attraverso formazione, assistenza e servizi di cui in Doppler siamo promotori. Infatti nel nostro DNA c'è l'ambizione di creare un effetto di adeguamento all'evoluzione del mercato così come il ben noto "EFFETTO DOPPLER", da cui prendiamo il nome, che genera differenti frequenze

percepite nel cambiamento.

Grazie all'azione congiunta di produttori, distributori e installatori il mercato si è evoluto e i clienti finali hanno continuato ad espandere i loro orizzonti interessandosi a prodotti sempre più sofisticati, supportati da infinite forme di informazioni accessibili.

Effetti auspicati:

### 1. Valorizzare la relazione di business tra i tre attori principali

Con la semplificazione delle tecnologie può sembrare che il ruolo del distributore/installatore possa passare in secondo piano: vent'anni fa il settore dell'informatica ha vissuto la nascita di tecnologie nuove, come il cloud computing, in cui si diceva che il ruolo del rivenditore era finito perché i produttori di software avrebbero venduto tutto online ai clienti finali. Oggi, al contrario, i rivenditori hanno rafforzato la loro relazione con il cliente, fornendogli il plus necessario per ottenere i veri benefici.

### 2. Evoluzione

L'obiettivo è che i clienti Doppler, grazie al nostro apporto, si sviluppino e diventino sempre più desiderosi di seguire le innovazioni che il mercato propone.

Noi di Doppler e io personalmente, Franco Campagnaro, ci battiamo perché la professionalità sia regolamentata, a dispetto dell'esaltazione del consumo a tutti i costi.

Deve quindi essere coltivato il messaggio che il nostro prodotto non è una scatola di oggetti che funzionano da soli una volta disimballati, bensì un insieme di valori che rendono accessibile all'utilizzatore una tecnologia molto complessa.

Probabilmente così impiegheremo più tempo a sviluppare il nostro business rispetto al modello che prevede di far muovere delle scatole e poco più, ma questo ci porterà a rendere le nostre aziende più stabili con l'effetto di instaurare delle vere e proficue relazioni.

### 3. Legame di valore

Creare un legame professionale tra produttori, distributori, installatori che possa qualificarci come soggetti di valore al cospetto del cliente finale.

Questo è il nostro ruolo e possiamo realizzare tutti questi tre effetti lavorando con i produttori in un percorso di partnership dalla progettazione fino alla stretta di mano del cliente soddisfatto.

## **Risponde Cristiano Piermarini - DST**



La gestione del cambiamento è sempre stata una delle prerogative di DST che ha basato la propria crescita e la propria evoluzione (da un piccolo punto vendita fino ad arrivare in 18 anni a ben 11 punti dislocati tra Lazio, Umbria e Milano) sull'apertura alle nuove sfide. La crescita del fatturato è sempre stata vista come una naturale conseguenza della crescita delle competenze aziendali, della struttura e degli investimenti: non si possono ottenere risultati diversi nel tempo facendo sempre le stesse cose! Il processo più importante che l'azienda sta attuando per gestire il cambiamento è di creare una struttura "professionale", ovvero fatta di personale competente con un background consolidato, con lo scopo di traghettare la dimensione aziendale da familiare a industriale senza perdere lo spirito imprenditoriale che l'ha sempre caratterizzata, così come l'etica verso i clienti e i propri fornitori che ne fanno un tratto

distintivo.

Il passaggio da azienda familiare ad azienda strutturata permette di focalizzarsi sull'importanza della strategia, della programmazione finanziaria e del marketing; così come è stata importante la costituzione di una divisione interna denominata Sistemi, atta a gestire tutte quelle richieste che richiedono competenze molto verticali (possiamo dire "da progetto").

Gli attori del mercato della sicurezza sono aumentati (società assicurative, aziende "dirette", grandi gruppi TLC, grande distribuzione ecc.) ed è fondamentale che la filiera sia compatta e mandi un messaggio coerente passando per il distributore, l'installatore fino ad arrivare al cliente finale che è il vero utilizzatore del prodotto tecnologico.

Spesso gli sforzi di marketing, commerciali e di R&D sono rivolti alla categoria dell'installatore il quale oggi non ha solitamente armi e strumenti per combattere il cambiamento. Direi anche il know-how imprenditoriale per gestire questo tipo di attività. Focalizzandosi sull'installatore, si tralasciano il cliente finale e il distributore che, nella maggior parte dei casi, viene visto più come un cliente che come un vero partner. Essere Partner vuol dire condividere e partecipare attivamente alla strategia commerciale del vendor per veicolare, nel migliore dei modi, il beneficio per l'installatore e, soprattutto, per il cliente finale attraverso un'operazione strategica di tipo Pull.

Senza un coinvolgimento dei primi 2 attori della filiera, Vendor e Distributore, arrivando anche a cambiare il modello di business tradizionale, il canale di vendita sarà sempre monco e privo di un messaggio univoco.



### Risponde Giorgio D'Amario - ITS Italelettronica



Il mercato della sicurezza è da sempre in continua evoluzione, il cliente installatore deve rispondere con preparazione, competenza e professionalità alle esigenze dell'utente finale. Noi di ITS Italelettronica, come distributori di prodotti altamente tecnologici, abbiamo sempre dato la massima priorità e importanza alla formazione sia del personale interno che dei nostri clienti. Non siamo mai stati semplici box-movers, definendoci invece "consulenti professionisti della sicurezza".

Il servizio "post vendita" è sempre stato un nostro punto di forza, la formazione continua, le competenze elevate dei nostri commerciali, dei nostri tecnici ci hanno fatto affermare nel mercato in questi 24 anni di attività.

L'innovazione tecnologica è sempre più rapida e necessita di tante conoscenze per essere compresa ed utilizzata. Per questo, ogni anno investiamo sempre di più in formazione. Oggi la progettazione e i servizi di "pre-vendita" sono ancora più importanti: con il nostro supporto, l'installatore ha la certezza di realizzare un sistema professionale e di qualità con prodotti validi, tecnologicamente avanzati, competitivi per qualità prestazioni e prezzo.

Abbiamo avviato, da qualche anno, la ITS Accademy, la scuola di formazione di ITS che ha il compito di formare ed aggiornare gli installatori professionisti attraverso una serie di meeting programmati.

È il luogo d'incontro tra installatori e produttori dove poter testare i prodotti, parlare liberamente, consolidare i rapporti e intraprendere nuove alleanze e sinergie. Crediamo tantissimo nella formazione: in questo ultimo periodo ci siamo anche impegnati nel sostenere il progetto di "Alternanza scuola lavoro" con gli Istituti Tecnici Industriali e i Licei Tecnologici di zona, ospitando dei ragazzi del terzo anno per "Formare oggi i professionisti di domani"

### Risponde Fabio Salvalaggio - TVS



Una casa non si può costruire se non si parte dalla fondamenta.

Credo che il mondo della sicurezza con le varie associazioni si stia poco a poco rendendo conto del problema della mancanza di una regolamentazione nel nostro comparto e stia lavorando per creare una linea guida come in altri settori.

Spesso mi domando se un condizionatore è più complesso di un sistema di sicurezza e come mai quel mercato è regolamentato e il nostro no.

In un mercato dove tutti possono fare tutto e installare tutto la selezione dello specialista è molto lenta difficile e disordinata.

Assistiamo giornalmente a casi di crimini anche efferati in situazioni con impianti di sicurezza dove l'installatore non è presente da molti anni, denunciando così il completo vuoto nei servizi di assistenza e supervisione post installazione da parte dei vari tecnici/artigiani.

Questo vuoto ha dato modo ad alcune aziende, che non hanno niente a che vedere con la sicurezza, di intercettare l'esigenza del mercato finale proponendo "servizi" investendo centinaia di migliaia di euro in marketing per stimolare la richiesta dal basso e intercettando le esigenze che l'utente finale manifestava da tempo.

In realtà, ci sono anche aziende installatrici che stanno valorizzando il proprio ruolo e stanno investendo a loro volta molte energie economiche e tecniche per fornire l'installazione con i relativi servizi a quella fascia di clientela dove la sicurezza deve essere con la "S" maiuscola.

Queste aziende non si possono affidare un distributore generalista ma cercano una partnership con un distributore altamente specializzato, dove l'offerta non è di soliprodotto e dove insieme ( sottolineo insieme) si possa fornire al cliente finale una proposta completa e seria.

Sta a noi distributori cogliere l'attimo e avviare questo nuovo processo di offerta verso un mercato che sta cambiando con estrema rapidità.