

Ilaria Garaffoni

Marginalizzare oggi nell'antintrusione: i protagonisti a confronto

“**Tecnologie, mercato, tendenze e normative: sfide e opportunità per il segmento dell'antintrusione**” era il titolo del talk show che, all'interno di **secsolutionforum2024**, ha coinvolto la filiera del segmento di mercato di riferimento: tre produttori (uno di sistemi antintrusione, l'altro di sensori, l'altro di nebbiogeni), un distributore e un system integrator particolarmente significativi. Ne è uscito un quadro di particolare interesse, che lasciamo alle vostre considerazioni.



Ti sei perso
il talk show?
Guardalo in
streaming!



CHRISTIAN CARBOGNIN
SALES MANAGER ITALIA, AVS ELECTRONICS SPA



Secondo marketresearchfuture il mercato globale dei sistemi di allarme antintrusione valeva 2.486,2 milioni di dollari nel 2023 e raggiungerà nel 2032 quota 5.922,09 milioni ad un CAGR del 9,7%. A spingere la domanda, entrambi i mercati: commerciale e residenziale. Se il commerciale ha sempre detenuto la maggior quota di mercato per gli operatori professionali, cresceranno però anche i sistemi di sicurezza domestica (dominati purtroppo da fai-da-te, low cost e alibaba). Ma – osserva l'analista – se questi sistemi penetreranno nelle case, potrebbero nel lungo periodo fare da volano anche per il settore professionale, una volta che l'aspetto sicurezza di questi giochini – com'è inevitabile – fallirà. Che ne pensa?

”
Il prezzo è quello che paghi. Il valore è quello che ottieni (Warren Buffett)
”

Ha ragione Warren Buffet, ma il punto è come viene percepito l'oggetto che viene acquistato sui canali non professionali. Il mercato residenziale attribuisce spesso un valore troppo elevato, soprattutto in termini di aspettative di sicurezza rispetto a ciò che installa (più spesso autoinstalla) ma anche rispetto a quanto spende. Questo anche per effetto di una vasta operazione di comunicazione non sempre limpida. Se nel medio-lungo periodo il settore della sicurezza professionale riuscirà a trasformare questo deficit in opportunità, dipenderà dall'industria della sicurezza nella sua interezza. Noi produttori dobbiamo spingere su un approccio tecnologico sempre più user friendly ma la sfida vera è quella commerciale, delle competenze: dovremo infatti cominciare a parlare ad interlocutori diversi – e questo vale anche per gli installatori – se vogliamo intercettare almeno una fetta del mercato residenziale. Vero che una buona parte di quel target è completamente definito dal prezzo o parte da esigenze diverse dalla sicurezza (entertainment, comfort o altro), ma nel tempo quelle esigenze potrebbero cambiare. La sfida è quindi saper intercettare e interpretare le esigenze di questi utenti finali e saper anticipare le loro esigenze future. Che potrebbero nascere da un evento infausto, ma anche da una maggiore possibilità economica o da nuove necessità di protezione magari per un cambio di abitazione. Quel che è certo che fare cultura della sicurezza spetta a noi.

ALESSANDRO BRANCALEONI

AMMINISTRATORE DELEGATO EEA SRL



E allora vediamo come dove e per cosa spende i suoi soldi questo famoso cliente: sensori da interno o da esterno, filari o wireless, a doppia tecnologia o meno? Quali trend rilevate dal vostro osservatorio privilegiato?

Certamente è compito di noi produttori soddisfare il cliente, come dice Sam Walton, ma non possiamo – né dobbiamo – diventare succubi di richieste estemporanee o tendenze del momento: è nostro compito mantenere il focus sulle reali esigenze e mostrare una visione del lungo termine. Quanto al mercato della rilevazione, si è spostato quasi completamente sull'esterno con novità sia commerciali che tecnologiche. Il volumetrico (sensoristica che copre varie aree) si espone a delle variabilità importanti, ma sul mercato italiano sono i rilevatori perimetrali o a tenda a farla da padrone perché la tendenza è intercettare il tentativo di effrazione il più lontano possibile dalla casa (e quindi dalle persone). Oggi il mercato è in grado di proporre rilevatori a tenda da esterno molto efficaci; in particolare si staglia un trend riferito ai rilevatori centro finestra (molto piccoli e da posizionare tra l'infisso e la tapparella: oltre ad essere i più semplici da installare e dall'estetica pressoché invisibile, offrono una potente percezione di sicurezza, collocandosi direttamente sul varco di possibile accesso). Lato connessioni, si privilegia il via radio soprattutto nel residenziale; il filare con connessioni su BUS resta in genere nelle installazioni più complesse per una facile gestione di sensori consecutivi.

Esiste solo un capo: il cliente. Può licenziare tutti in azienda, incluso il titolare, spendendo i suoi soldi da un'altra parte (Sam Walton)

BRIAN TESTA

DIRETTORE COMMERCIALE AURA SICUREZZA



E passiamo ai nebbiogeni, un altro sistema antintrusione che, secondo l'ultimo "Security Fog System Market" di Global Info Research, ha mostrato negli ultimi anni una crescita robusta, tanto che il mercato globale dovrebbe raggiungere un valore di svariati milioni di dollari entro il 2030. Guidato da cosa?

La crescita del nebbiogeno è guidata – come sempre accade – dal cliente, che chiede sicurezza. Ma al cliente non basta più sapere che lo stanno derubando o quando, né come lo fanno per poter poi elaborare delle indagini: il cliente oggi, anche sotto attacco, non vuole subire il furto né subire danneggiamenti (che delle volte superano per onerosità il furto stesso). Il nebbiogeno, lo rammento, è collegato all'impianto d'allarme, quindi occorre grande efficienza anche dell'impianto di segnalazione per garantire una protezione attiva che vada oltre la segnalazione. In Lombardia nel 2023 abbiamo protetto 4 poli che avevano subito furti per 1 milione e 200k di euro eseguiti in tre minuti di attacco, e questo nonostante i siti fossero muniti di sistemi di sicurezza e vigilanza armata. Aggiungo che l'installazione di un nebbiogeno, se il prodotto è certificato da un ente accreditato Accredia e se l'installazione è a norma (previo corsi di formazione e apposizione di vetrofania "è attivo un nebbiogeno"), mette al riparo da qualunque possibile azione risarcitoria del ladro. La domanda è: la certificazione dei prodotti è interessante per l'installatore? L'installatore sa distinguere un'autocertificazione (magari anche blasonata) da una certificazione di ente terzo accreditato? Come sceglie i prodotti? Se il ladro ha cambiato modo di progettare l'attacco (oggi si fanno solo spaccate), l'installatore ha cambiato modo di progettare la sicurezza?

La nebbia fa paura: impedisce di vedere ciò che ci circonda ma ci obbliga a vedere ciò che nascondiamo dentro (Chiara Babocci)

”



**“Molti mercati sono infestati da troppi pescatori che cercano troppi pochi pesci o che trovano pesci che non sanno di niente”
(Philip Kotler)**

ANDREA BALDUCCHI

FOUNDER DI ZENIT SICUREZZA



Shortage dei componenti, crisi energetica, inflazione, rincari di materie prime e trasporti. Problemi nati prima dei conflitti e che sono stati però esasperati dalla pandemia e dalle complessità geopolitica in atto, con i problemi nel canale di Suez

come ciliegina sulla torta. Questi fattori potrebbero richiedere nuovi modelli distributivi a filiera accorciata per evitare interruzioni nella supply chain e tenere più sotto controllo costi e responsabilità? La distribuzione italiana potrebbe orientarsi maggiormente verso brand più vicini alle nostre latitudini e fare forecasting con orizzonti temporali più ampi, a protezione dell'utente finale? In sintesi: come si può aggiungere valore la distribuzione in uno scenario tanto complicato?

Vero che ci sono sempre stati tempi come questi, come dice Paul Harvey, ma ogni tempo ha le sue peculiarità e ora stiamo vivendo un tempo caratterizzato da criticità oggettivamente uniche. Come aggiungere valore in questo scenario? Innanzitutto, soprattutto – ma non solo - in tema di approvvigionamento, occorre distinguere tra sistemi di sicurezza e videosorveglianza, due mondi ormai del tutto diversi per peculiarità e sfide da affrontare. **Nell'antintrusione l'Italia vanta produttori di altissimo livello anche sul piano internazionale e questo garantisce una base domestica di approvvigionamento che permette a noi distributori di fare previsioni affidabili anche del lungo termine.** Un altro aspetto essenziale sono le relazioni commerciali all'interno della filiera: se il produttore sa offrire una tutela coerente al distributore, la costruzione di tali previsioni di approvvigionamento risulterà più agevole. Nella TVCC, invece, la produzione – ormai pressoché interamente asiatica - detiene anche il mercato della componentistica: ciò ha generato una dipendenza del mercato globale con i risultati noti a tutti. **Come uscirne? Occorre ricominciare ad investire nella costruzione di una base produttiva locale e promuovere relazioni ancora più solide tra produttore e distributore per riacquistare competitività.**

“
In tempi come questi, giova ricordare che... ci sono sempre stati tempi come questi
”
(Paul Harvey)



ORFEO SPARELLI

TITOLARE VIDEOTECNICA



Abbiamo sentito più volte che integrazione di sistemi è la parola chiave per creare valore e quindi per marginalizzare. Ma cosa vuol dire integrare dei sistemi e quanti sono davvero in grado di farlo? Quali competenze deve avere oggi un system integrator? La certificazione delle competenze dell'installatore è uno strumento utile per qualificare la propria professionalità?

”

Se vuoi essere un professionista, non puoi vivere il calcio solo nelle due ore di partita. Devi essere professionista sempre, anche sotto la doccia a casa tua

(Cristiano Ronaldo)

”

Ronaldo ha sempre ragione ;-) E' la competenza a fare la differenza *sul campo*. Gli installatori sono passati dall'essere *tecnici* all'essere *tecnologici* e poi *tecnico-informatici*: con l'avvento di AI e robotica, chissà quali altre competenze dovremo acquisire. Eppure è l'unico modo per competere e marginalizzare: aggiornarsi, incuriosirsi e operare con passione facendo squadra all'interno della filiera è essenziale per acquisire la fiducia dei clienti – che è il primo e fondamentale passo in questo lavoro. Chi si definisce system integrator deve conoscere l'offerta del mercato (locale ma anche internazionale), deve comprendere le esigenze dei clienti, saper scegliere, proporzionare e dimensionare correttamente l'impianto e soprattutto saper analizzare il rischio e progettare la sicurezza. Quasi tutte le Associazioni promuovono percorsi di formazione e di certificazione: i Comuni e i capitoli in genere richiedono la certificazione aziendale ISO 9001. C'è però da dire che certe fasce di operatori privi di certificazioni si propongono a prezzi più vantaggiosi e non sempre il committente è sensibile a valorizzare le qualifiche e gli sforzi aziendali ad esse legati. Siamo tra le poche aziende del settore sicurezza ad essere certificate ISO 45001 (un percorso che permette di affrontare in piena sicurezza qualunque tipo di installazione, anche in alta quota) e posso garantire che si tratta di percorsi complessi che andrebbero maggiormente valorizzati.



GIOCO DEL TELEFONO SENZA FILI

ILARIA GARAFFONI

Abbiamo concluso il talk show con il gioco del telefono senza fili: ogni rappresentante di categoria (produttore/distributore/integratore) ha fatto un'osservazione al suo vicino in quanto rappresentante della categoria professionale che incarnava. Queste la sintesi dei punti più interessanti.

Perché ancora tanti distributori sono solo dei box mover?

Chi fa box moving è destinato a chiudere: il distributore oggi deve specializzarsi, offrire al cliente servizi tali da fidelizzarlo e trasformarlo in un partner con il quale costruire il business.

Che valore attribuisce il produttore nello stabilire relazioni solide a tutela del distributore?

La vicinanza del produttore è a 360°: i distributori vengono selezionati per struttura, supporto tecnico e capacità di costruire relazioni commerciali di valore con l'installatore. Chiediamo però reciprocità anche nell'impegno commerciale nei riguardi dei produttori.

Quando gli installatori diventeranno più commerciali e meno tecnici?

Chi lo è, vince sul mercato. Ma serve una struttura organizzativa per poter crescere e sviluppare il business: il tempo dell'improvvisazione e del fai da te è finito.