

Il Notturmo compie 60 anni e punta alla qualità ed alla sostenibilità dei servizi di sicurezza

intervista a Gaetano Mastrominico, coordinatore servizi operativi de il Notturmo

Il Notturmo ha festeggiato di recente 60 anni di attività. Ci può riassumere la storia dell'azienda?

L'azienda è nata nel 1962 a Frattamaggiore (NA) grazie all'intuizione di Gaetano Mastrominico e alla sua forte convinzione che in una società moderna la sicurezza, nel senso più ampio del termine, occupa uno spazio primario che coinvolge tutte le attività d'impresa. Con il passare degli anni si sono avvicinati all'azienda i figli Luigi e Tiberio che, con una visione imprenditoriale moderna e una forte determinazione, hanno apportato un cambio di paradigma in termini tecnologici e di gestione aziendale. Il salto di qualità è avvenuto negli anni '90 quando il Notturmo ha ottenuto le autorizzazioni e le certificazioni per le attività di trasporto e custodia valori unitamente al trattamento del denaro.

L'azienda ha quindi potuto raggiungere anche grandi clienti a livello nazionale in diversi settori quali istituti di credito, grande distribuzione, Poste Italiane. Per ultimo, la normativa sempre più stringente relativa alle attività di gestione del contante richiede importanti requisiti minimi da rispettare per poter essere iscritti nel particolare elenco di Banca d'Italia. Il Notturmo si è adeguato ottenendo l'iscrizione e diventando punto di riferimento nel settore per l'intera Campania.

Il Notturmo di domani continuerà a stare al passo con i tempi attraverso innovazione e professionalità.

Quali solo i criteri alla base della vostra visione d'impresa?

Il Notturmo è stato fondato, si è sviluppato e continuerà ad operare all'interno del settore sulla base di tre valori che riteniamo essenziali:

- sicurezza aziendale, in termini di innovazione dei processi e di gestione del personale per garantire la sicurezza della clientela;
- responsabilità, nei confronti dell'ambiente attraverso un graduale processo di transizione green dell'intera azienda, della società in cui stiamo crescendo e del mercato in cui operiamo;



- passione per il lavoro che svolgiamo, per i servizi che offriamo e per il contributo che riusciamo a dare alla nostra comunità.

Ci può parlare delle motivazioni alla base di queste scelte verso la qualità e la sostenibilità che in questo settore possono rappresentare costi aggiuntivi non sempre apprezzati dal mercato?

In qualità di operatori della vigilanza privata, non abbiamo mai pensato di offrire ai nostri clienti servizi di qualità inferiore per aumentare i guadagni economici o la quota di mercato.

Questo valore, che portiamo avanti ormai da 60 anni, da un lato ci ha purtroppo fatto perdere molte opportunità di business a vantaggio di concorrenti "sleali" che, con il tempo, hanno sia portato il mercato ad evolvere secondo una mera logica di guerra dei prezzi; sia ridotto l'importanza del settore della vigilanza privata agli occhi di clienti privati, commerciali e istituzionali. D'altro canto, guardando al lato positivo, siamo riusciti a consolidare la nostra posizione e la reputazione aziendale nel mercato e nella società grazie alla qualità che offriamo, nonostante prezzi superiori rispetto a molti concorrenti. Aggiungo



inoltre che la qualità dei processi interni e dei servizi offerti di cui parliamo non è un argomento astratto o una semplice strategia di mercato ma deriva dai percorsi di compliance alle numerose norme per le quali abbiamo ottenuto le certificazioni di conformità dagli organi di controllo. Certificazioni di cui siamo fieri e che ci portano a rinnovare l'impegno a ottenerne in futuro di ulteriori, nel percorso di miglioramento continuo dell'azienda e, auspichiamo, del settore intero.

Riguardo alla sostenibilità ambientale, vorrei sottolineare che in azienda non la consideriamo come un mero costo da sostenere. Se allo stato attuale ci stiamo allineando alle linee guida per la compliance ai criteri della Direttiva ESG, il nostro percorso di transizione green è iniziato cinque anni fa con l'intuizione di mio padre Tiberio, che aveva già installato pannelli fotovoltaici pensando al futuro. Abbiamo potuto beneficiare a lungo di autoproduzione di energia per le nostre strutture e siamo stati colpiti meno di altri durante la recente crisi energetica. E dato che strizziamo sempre un occhio al futuro, abbiamo iniziato da un paio d'anni a rinnovare il parco auto con l'introduzione di auto full electric, puntando a 'emissioni zero' riguardo i nostri mezzi appena anche la tecnologia ce lo permetterà.

Quali operatori della vigilanza privata, basiamo la nostra attività d'impresa sul contatto diretto con la clientela. Riteniamo pertanto fondamentale dare il buon esempio alle comunità con cui operiamo in termini di professionalità dei servizi offerti e in termini di impatto ambientale dei servizi eseguiti.

Dal vostro punto di osservazione, come valutate il mercato dei servizi di sicurezza nel Sud Italia?

Nel Sud Italia esiste una forte esigenza di vigilanza e sicurezza

per clienti privati, commerciali e istituzionali. Questo forte bisogno da parte dei clienti ha causato un'evoluzione del settore differente rispetto al Nord Italia, ovvero sotto il profilo meramente commerciale anziché professionale. Dalla nostra esperienza sul campo notiamo che, nelle aree di nostra competenza, si manifesta un chiaro indebolimento dell'importanza del ruolo che gli istituti di vigilanza dovrebbero svolgere in favore delle comunità locali. Come detto in precedenza, questo nostro giudizio deriva da una evidente e continua guerra di prezzi che danneggia gli operatori del settore non solo a livello economico ma, soprattutto, per l'immagine agli occhi dei clienti che considerano ormai gli istituti di vigilanza privata un'attività dequalificata, in contrasto con le certificazioni richieste alle aziende e la formazione necessaria degli addetti.

Secondo voi, quale dev'essere il ruolo delle associazioni di categoria in questa fase di evoluzione del mercato della vigilanza privata?

Le associazioni di categoria sono fondamentali per noi, dato il ruolo che svolgono in qualità di interlocutori con le istituzioni. Ciò che in questa fase vorremmo potenziare è l'educazione e l'informazione dei clienti in relazione ai servizi offerti dal nostro settore ed al nostro operato, in un'ottica di maggior consapevolezza nella scelta del giusto fornitore per le proprie esigenze. Dato che già lavoriamo quotidianamente per l'informazione di clienti attuali e potenziali, siamo disposti a collaborare più attivamente con le associazioni per la produzione di documenti informativi da condividere con i clienti per far emergere la vera importanza e necessità del nostro settore.