

Securpoint, una storia italiana di distribuzione evoluta

a colloquio con *Andrea Comellini, Amministratore Delegato di Securpoint srl*
a cura della Redazione

Ci descriva la storia di Securpoint, le sue dimensioni, i marchi trattati, l'area di copertura...

Securpoint nasce nel 1997 dall'esperienza di oltre 10 anni maturata alle dipendenze di un'importante società del settore. E' una classica storia italiana di due amici, Andrea Comellini e Massimo Generali, che decidono di realizzare insieme una piccola impresa che, nel corso degli anni, ha sempre commercializzato prodotti di case primarie (ad esempio Aritech, oggi UTC) per garantire ai partner adeguata assistenza tecnica e capacità di evoluzione nel tempo, che solo i grandi produttori possono sostenere.

Nella rivelazione incendi, Securpoint è presente con prodotti UTC e Notifire, con i quali può risolvere i progetti più complessi, garantendo ai clienti le soluzioni più idonee. Per la videosorveglianza, settore cresciuto vertiginosamente negli ultimi anni nelle tecnologie e nei fatturati, vengono distribuiti prodotti Dahua e Truvision (UTC). Per rispondere alla crescente esigenza di centralizzare tutti i sistemi di sicurezza presso uno o più punti di controllo con software (CMS), Securpoint ha individuato nella società Gamanet il partner ideale, di cui è diventata da 2 anni il distributore esclusivo certificato per l'Italia. Con il Software C4 Gamanet, possiamo centralizzare i sotto-sistemi presenti in campo della maggior parte dei produttori mondiali.

Le nostre sedi sono a Bologna, Firenze e Rimini, dove è presente personale di vendita e un magazzino prodotti per soddisfare le esigenze immediate dell'installatore.

Svolgiamo l'attività commerciale prevalentemente nelle regioni di competenza nel rispetto degli accordi presi con i produttori, al contrario di quanto avviene troppo spesso nel mercato attuale.

Come valuta il cambiamento in corso del canale distributivo della componentistica dei sistemi di sicurezza?

Negli ultimi anni la distribuzione è molto cambiata, nel bene



nel male, a seguito della crescita dei volumi di vendita determinata dall'aumento della richiesta di sicurezza, dall'evoluzione tecnologica dei prodotti e dal maggior numero di produttori sul mercato, che richiedono sempre più fatturato. Fino a qualche tempo fa, erano prevalentemente gli installatori di sicurezza ad assorbire i nostri prodotti, in quanto detentori delle conoscenze e delle tecnologie per soddisfare le esigenze dell'utente finale, potendo realizzare sistemi più complessi e affidabili. L'attuale evoluzione dei prodotti ha invece permesso ad altri comparti di affacciarsi al mercato della sicurezza.

Il primo è quello elettrico, controllato dai distributori di materiali elettrici che utilizzano metodologie e piattaforme di vendita del tutto diverse da quelle tipiche della sicurezza. Anche se queste sono le normali regole del mercato, l'aspirazione commerciale non può garantire la qualità per l'utente finale che necessita, invece, di un "vestito fatto su misura". La sicurezza è una vendita emotiva perché chi richiede un sistema di sicurezza ha, in genere, un problema da risolvere ed è l'installatore, con la sua professionalità ed esperienza, che può disegnare il sistema giusto. Tutto questo si è perso, a causa della guerra dei prezzi e della mancanza di regole, ma su questo ne parliamo dopo.



Il secondo comparto arrivato nel nostro settore della sicurezza è quello delle Reti. La necessità di gestire da remoto i dispositivi mediante PC e smartdevices e la corsa alla semplificazione installativa hanno portato i produttori a sviluppare dispositivi sempre più connessi. Tutto ciò si chiama indubbiamente “evoluzione” ma porta ad avere conoscenze tecniche che, fino ad oggi, gli installatori di sicurezza e, soprattutto, gli elettricisti, non hanno. Di conseguenza, gli operatori del mondo delle Reti hanno incominciato ad affacciarsi al mondo della sicurezza, prima con la videosorveglianza poi con la domotica.

Come vede, a questo punto abbiamo tre mondi, un tempo ben divisi, che stanno convergendo in uno: l’elettrico, l’informatico e quello storico della sicurezza. Questi tre mondi hanno storie, fornitori e gestioni finanziarie totalmente diverse.

A mio parere, per evitare che questo bellissimo mondo della sicurezza non venga distrutto a causa della pura competizione del prezzo, è indispensabile che vengano create delle regole da parte degli enti preposti, come si fa già nei paesi esteri. Ovvero, dev’essere certificato non solo il prodotto, ma anche colui che lo installa il quale, a sua volta, deve realizzare il sistema in funzione delle “regole dell’arte” previste per l’installazione.

In questo contesto, quali sono i “valori aggiunti” che un distributore evoluto può offrire ai produttori, agli installatori e agli utenti finali?

Il canale della distribuzione deve essere lo strumento di congiunzione tra la richiesta sempre maggiore di sicurezza e di tecnologie da parte dei clienti finali, e delle esigenze dei produttori. Noi distributori possiamo verificare l’esattezza dei sistemi proposti dagli installatori, divenendo loro stretti partner, proponendo corsi di aggiornamento e coadiuvando l’installatore in cantiere fino alla corretta partenza dell’impianto.

Securpoint svolge da anni queste attività ma, se il nostro mondo non viene regolamentato da leggi, questo tipo di attività lascia spazio alla pura guerra del prezzo, vanificando i nostri sforzi.

Nello stesso tempo, i produttori devono collaborare con noi distributori non solo fornendo i prodotti adeguati alle richieste del mercato, ma creando delle strategie commerciali serie e definite.

Oggi, i produttori tendono a vendere il prodotto a tutti solamente per fare fatturato, creando confusione e portando inevitabilmente alla guerra del prezzo.

Se fosse possibile tornare ai precedenti metodi di distribuzione in esclusiva per aree, ipotizzando anche forme di certificazione per gli stessi distributori per assicurare metodologie adeguate di vendita e supporto, si potrebbero garantire quei supporti tecnici e commerciali dei quali necessita l’installatore.

Di conseguenza, si creerebbe un aumento della marginalità dal produttore all’installatore che permetterebbe di crescere a 360 gradi tutti insieme.

Dal suo punto di osservazione, gli utenti finali sono sensibili solamente al fattore economico o possono venire indirizzati verso scelte qualitative? E quali potrebbero essere le modalità di informazione più efficaci?

Gli utenti finali, sia privati che aziende, hanno necessità sempre crescenti, anche perché la diffusione della tecnologia tende a convergere su connettività e sicurezza. Sono molto più preparati di un tempo, sanno cosa vogliono, si informano grazie a Internet, ed hanno semplicemente bisogno di qualcuno che chiarisca loro le idee, che faccia capire quali sono le tecnologie più adatte e come si applicano nel loro caso.

Internet fornisce loro un modo di informazioni, ma è necessario far ordine in queste informazioni. Questo è il compito dell’installatore.

Noi distributori possiamo fare questo: istruire e aggiornare gli installatori di cosa esiste sul mercato e di come si applica, e non per ultimo, di come lo si vende.

Questo tipo di attività Securpoint la svolge da anni, realizzando anche corsi tecnico commerciali. Ma torniamo sempre al punto precedente, sono necessarie regole sul fronte delle certificazioni nella catena Produttore-Distributore-Progettista. Se non verranno messe queste regole, le attività di Securpoint serviranno solo ad una ristretta cerchia di coloro che amano le cose fatte bene.



CONTATTI: SECURPOINT SRL
Tel. +39 051 627 2044
www.securpoint.com