

SFR 2022: PEOPLE, PROTECTION, PROFIT

Evoluzione della customer experience e sostenibilità globale secondo Axis Communications

intervista ad Andrea Monteleone, National Sales Manager di Axis Communications

Sostenibilità ambientale con uno sguardo al futuro dello sviluppo tecnologico. Nell'intervista a *essecome*, **Andrea Monteleone**, National Sales Manager di **Axis Communications**, specialista delle soluzioni di sicurezza intelligente, parla del ruolo caleidoscopico all'interno del mondo del retail del tema sicurezza, che verrà sviluppato in occasione di **SFR 2022**.

SFR 2022 affronta due temi fondamentali per le filiere della distribuzione in questo momento: garantire la disponibilità delle merci fisiche in ogni declinazione nei diversi step; raggiungere la sostenibilità del business in chiave ambientale, sociale e gestionale. Quali sono le vostre valutazioni in merito, considerando la vostra storia di partner tecnologici del mondo della distribuzione?

Questi sono due punti davvero importanti a cui rispondere: è un po' come aprire il vaso di Pandora in questo momento. Possiamo certamente affermare che nel periodo post pandemia una gran parte della popolazione abbia acquisito una nuova consapevolezza circa la nostra dipendenza da quelle che sono le filiere di fornitura e il loro corretto funzionamento.

Attenzione però, questa dipendenza non è una conseguenza della pandemia, è sempre esistita. Semplicemente, la necessità di andare ad intervenire frettolosamente sulla struttura e il funzionamento di queste filiere, in seguito al repentino cambiamento di abitudini dei consumatori dovuto all'impossibilità di muoversi e svolgere le proprie



attività quotidiane come un tempo, ha messo in luce quella che potremmo definire come una criticità.

In questo nuovo contesto, si sono modificati tutti i comportamenti di scelta e di acquisto: se prima c'era la ricerca, la prova e la verifica in presenza del prodotto, ora, in linea anche con la sempre maggiore volontà da parte del pubblico di "avere tutto e subito", questi processi sono migrati dall'ambiente fisico ad un ambiente totalmente digitale o, quantomeno, ibrido che consente di ridurre i tempi che intercorrono tra il momento del desiderio e quello dell'acquisto.

Di conseguenza, il tema della disponibilità delle merci fisiche si sposta da quella che è la logistica di dettaglio sul punto vendita, a quella che è la logistica integrata a livello centralizzato.



Questo apre un mondo di possibilità al cliente che può andare a vedere un prodotto in negozio per poi acquistarlo in loco o decidere di acquistarlo da casa in un secondo momento, può visionare ed acquistare il prodotto direttamente online o addirittura acquistare online un prodotto mostratogli o consigliatogli da un collega o un amico.

Tutto ciò è fantastico per un cliente! Tuttavia, per un'azienda, significa avere la capacità di reagire prontamente a degli shock per andare a scalare rapidamente quelle che sono le logiche di back-end, per garantire la velocità del servizio e le disponibilità dei prodotti necessarie a soddisfare "tutti e subito".

Questi cambiamenti nella filiera distributiva, questo aumento consistente del back-end e di conseguenza delle dimensioni e dell'affluenza nei centri logistici, evidenziano due criticità: da un lato si ha una maggiore necessità di sicurezza fisica nei centri, dall'altra si pone il problema della gestione delle mancanze inventariali. È bene anche sottolineare che la difficoltà nella gestione di questi cambiamenti non sia tanto un problema di capacità gestionale aziendale, quanto di scalabilità. Un aumento della domanda necessita di tempi fisiologici per essere soddisfatto, anche da parte della più organizzata delle aziende, tempi che però possono essere ridotti significativamente con l'impiego del giusto supporto tecnologico.

Quali supporti può offrire un vendor come Axis in relazione agli obiettivi di sostenibilità?

Noi come azienda siamo sempre stati inquadrati nel mondo della security, ma questo è un approccio vecchio. Oggi, la tecnologia che mettiamo sul mercato, oltre che nella security può essere impiegata per fare analisi video e molto altro.

In questo caso dobbiamo guardare proprio alle potenzialità che vanno oltre la security. Il controllo tecnologico è uno strumento di enorme potenzialità, impiegare delle telecamere e dei sensori in processi come, ad esempio, il controllo qualità, rende questi ultimi estremamente più agili, veloci, ma soprattutto scalabili, permettendo all'azienda di rispondere in maniera più pronta e reattiva alle fluttuazioni della domanda e agli shock del mercato, in altre parole una maggiore sostenibilità gestionale.

Dal momento che nei centri logistici transitano e vengono stoccati volumi sempre maggiori di merci, anche la videosorveglianza ha sicuramente acquisito un'importanza proporzionalmente maggiore, soprattutto in quegli ambienti dove il valore della merce è estremamente elevato.

Ecco che la sicurezza dell'azienda, il fatto di non subire furti si traduce in maggiore marginalità.

Se parliamo di sostenibilità, tuttavia, oggi più che mai non possiamo trascurare quella che è la sostenibilità ambientale. La digitalizzazione del mondo retail ha avuto un impatto in termini di consumo energetico e di materie prime molto più importante di quanto generalmente si pensi. Siti web, shop online, software di gestione, grossi magazzini, macchinari, illuminazione e anche, perché no, impianti di videosorveglianza hanno un'impronta energetica prima (durante il funzionamento) e un impatto ambientale poi (dopo la dismissione) spesso importanti. Noi, come azienda da tempo ci impegniamo a ridurre l'impatto dei nostri prodotti, che si parli di consumo elettrico o possibilità di smaltimento e recupero delle componenti, contribuendo quindi per la nostra parte al raggiungimento di un migliore livello di sostenibilità.

Dal punto di vista pratico, seguiamo dei vincoli molto stringenti sull'approvvigionamento delle materie prime con le quali realizzare i nostri prodotti e la progettazione di Axis è quasi maniacale per quanto riguarda il contenimento del consumo elettrico. Ciò si traduce in una produzione perfettamente in linea con le ultime indicazioni di sostenibilità ambientale, senza sfruttamento minorile e in risultati importanti circa l'abbattimento dei consumi elettrici durante tutto il ciclo di vita del prodotto.

Accanto a quanto appena detto, l'uso di automezzi sostenibili, la scelta delle sedi, il rimborso con atti volontari di quelli che sono i costi sostenuti per la produzione di anidride carbonica legata ai nostri viaggi, sono soltanto alcuni dei processi interni che mettiamo in pratica per ridurre al minimo anche quello che è il nostro impatto indiretto.

Recentemente Axis ha anche ottenuto da Ecovadis, importante ente certificatore dell'impatto ambientale delle aziende, lo status di azienda Silver, un importante traguardo che per noi non rappresenta un punto di arrivo ma una tappa in quello che è il viaggio all'interno di questo mondo.

Da sempre Axis investe in ricerca e sviluppo per garantire le migliori soluzioni per le diverse esigenze sia in ambito Retail così come in quello Logistics. Quale scenario intravedete post Covid, in particolare rispetto all'e-commerce?

Purtroppo, non ho la sfera di cristallo ma, personalmente, dubito che vedremo spostamenti radicali. Commercio "tradizionale" ed e-commerce hanno entrambi i loro limiti e i loro pregi. Credo quindi che non esista una risposta univoca, dipende molto dal settore. Quello che ho tuttavia notato è che l'esperienza del Covid ha accelerato l'assunzione di soluzioni tecnologiche ed innovative da parte dei retail. La tecnologia sta diventando sempre di più uno strumento in grado di migliorare la customer-journey e che permette sia a chi lavora a contatto diretto con il cliente che a chi lavora dietro le quinte di comprendere e soddisfare al meglio le esigenze dei consumatori.

Puntare sulle nuove tecnologie, dovrebbe essere il focus di tutte le imprese italiane, sia con investimenti che con processi educativi. Secondo la vostra esperienza, quanto sono pronte ad affrontare questo passo?

La tecnologia di dieci anni fa permetteva già tutto quello di cui stiamo parlando, magari in modo meno sofisticato. Le aziende, ad oggi, sono solo parzialmente pronte all'utilizzo della tecnologia. Dico parzialmente perché si intuisce l'opportunità, ma spesso manca la capacità tecnica di integrare certe tecnologie nei processi esistenti.

In parole più semplici la tecnologia c'è, già da tempo, manca invece la preparazione, la capacità di impiegarla correttamente.

Manca anche il saper estrapolare e sfruttare nel modo corretto le informazioni che già abbiamo sotto gli occhi, questo darebbe una grossa spinta alla crescita delle imprese del nostro paese.



Contatti:
Axis Communications
Tel. +39 02 8424 5762
www.axis.com