

SFR&L 2021, la sicurezza delle Cose nella nuova normalità - Come cambia la domanda di sicurezza nello store

intervista a Pietro Tonussi, Segment Specialista at AXIS Communications

Nell'esame dell'evoluzione del canale distributivo a seguito della pandemia siamo partiti dalla richiesta di diverse esperienze d'acquisto da parte dei clienti nei negozi per arrivare ai problemi di sicurezza legati alla proliferazione dei corrieri "last mile". Qual è la vostra interpretazione del nuovo scenario che si è delineato?

La pandemia COVID-19 ha cambiato il nostro modo di vivere, di lavorare e anche di fare acquisti.

A partire dell'anno scorso, infatti, abbiamo notato nel mondo del Retail importanti cambiamenti legati alla pandemia, tra i quali il più rilevante è senza dubbio il drastico incremento dello shopping online. I consumatori sono stati spinti a rivolgersi per i propri acquisti alle piattaforme di e-commerce ancora di più rispetto a quanto facevano abitualmente, portando la logistica a diventare la spina dorsale del comparto.

Per questo motivo, nei mesi scorsi il traffico della logistica è aumentato di oltre il 30%, così come è aumentata anche la necessità di saper gestire scorte, stoccaggio e distribuzione in sicurezza per garantire la capacità di un'azienda di rispondere alle richieste dei propri clienti e favorire i loro acquisti. Conseguentemente si è determinata un'ingente crescita anche nel comparto dei trasporti, in particolare nel segmento dell'ultimo miglio, con una maggiore richiesta di sicurezza in mobilità, anche se in questo ambito non sempre le imprese dispongono dei fondi necessari per investire in tecnologie di alto livello che garantiscano maggiore livello di sicurezza.

In quanto operatori internazionali, state rilevando differenze sostanziali tra quanto sta avvenendo in Italia e negli altri paesi?

Non stiamo rilevando delle differenze sostanziali nei Paesi in cui operiamo conseguenti ai comportamenti dei



consumatori ma, semmai, riscontriamo differenze nelle richieste degli operatori dovute a diverse policy delle aziende del Retail e della supply chain.

Come è stato rimarcato negli incontri del ciclo, le merci sono oggi meno dislocate nei negozi ma sono più presenti nei magazzini della logistica e a bordo degli automezzi che le trasferiscono tra le varie stazioni fino al domicilio del cliente finali, con diverse esigenze di sicurezza. Quali supporti offre AXIS Communications agli operatori della filiera?

I mesi trascorsi sono stati molto difficili per tutti e hanno imposto, soprattutto alle aziende di Retail, di modificare profondamente le proprie abitudini di gestione dei magazzini della logistica, dei punti vendita e delle proprie persone. Non esistono dei supporti standard da fornire agli operatori della filiera, ma in base alle necessità esistono diverse tecnologie.



Per cominciare, è importante sottolineare che con la pandemia è emerso in modo molto chiaro come un Security Manager deve affrontare il proprio lavoro pensando alle esigenze che l'azienda avrà negli anni a venire. Chi si era preparato per tempo scegliendo soluzioni 'a prova di futuro', ha potuto aiutare l'azienda ad adattarsi alle circostanze utilizzando i sistemi già presenti.

Chi non è stato previdente, ha dovuto agire in fretta e non ha potuto riflettere sulle implicazioni a lungo termine delle proprie scelte. La pandemia ci ha insegnato che proteggere gli asset è importantissimo, ma lo è altrettanto garantire la safety di dipendenti e di clienti. È per questo che, quando si parla di tecnologia, dobbiamo pensare a qualcosa di scalabile e integrabile per supportare meglio i nostri interlocutori.

Tutte le aziende hanno magazzini e tutte le aziende hanno punti vendita, al limite virtuali. Questi spazi sono già dotati di soluzioni per la sicurezza che, con poche integrazioni, permetterebbero di garantire il monitoraggio della safety senza intervenire sul sistema hardware già presente.

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.

Safety e Security sono le parole chiave che ci accompagnano e ci accompagneranno nel futuro.

In uno scenario ideale, la prima cosa da fare sarebbe quella di assicurarsi di mettere in sicurezza il personale, diretto e indiretto oltre ai propri clienti. Ad esempio, un sistema per il controllo degli accessi del personale in modalità touchless semplificherebbe il rispetto del distanziamento fisico e l'aumento dei requisiti di igiene.

Inoltre, anche i sistemi per il conteggio delle persone risultano fondamentali per il controllo del flusso sia dei lavoratori sia dei clienti. Impostando le soglie, è possibile gestire quante persone alla volta possono accedere a un determinato spazio.

Rimane tuttavia una questione cruciale per l'intera filiera del Retail: la disponibilità di risorse da investire in

queste tecnologie da parte delle imprese del comparto e dell'effettiva volontà di promuovere questi investimenti.

Come valutate in questa fase in Italia il fenomeno dell'ORC (Organized Retail Crime), ovvero gli attacchi predatori di bande che attaccano la filiera per rubare merci da rivendere su canali alternativi?

Una delle principali sfide per il settore del Retail è quello di prevenire reati nel proprio punto vendita e di gestire le loro conseguenze. Con l'evoluzione del settore è già in atto anche il cambiamento dell'attività criminale. Per stare al passo con questa evoluzione, nel futuro sarà opportuno avere telecamere con soluzioni più intelligenti, magari in quantità minore.

Per ridurre il più possibile il fenomeno dell'ORC sarà necessario fare degli investimenti in questa direzione per avere un sistema di videosorveglianza adeguato, non dimenticando che un sistema di videosorveglianza gioca sempre un ruolo centrale nella loss prevention, sia nei negozi sia durante il trasporto della merce.

Alle telecamere di rete si possono aggiungere ulteriori soluzioni da utilizzare come deterrenti. Ad esempio, si possono adottare soluzioni audio, fondamentali per influenzare il comportamento ed intervenire se e quando necessario, riducendo conseguentemente l'efficacia degli attacchi ORC.

Tuttavia, l'audio non è la sola soluzione. Di fatto, si è recentemente notato che durante la pandemia l'attenzione al cliente è aumentata in modo esponenziale. Essendo quindi i retailer più attenti al cliente, si è evidenziata una riduzione dell'ORC.

Infine, è importante sottolineare che la sorveglianza e la privacy non sono compagni naturali. In Axis, ci impegniamo per fornire ai nostri clienti la guida e gli strumenti migliori per aiutare le persone a rendere sicuri i propri dati video e salvaguardare la privacy. Per questo, incoraggiamo le organizzazioni ad essere consapevoli dei propri obblighi e fare un uso responsabile dei dati raccolti.