

# THE C

IL MAGAZINE  
DEL MONDO COMELIT

#02 | 2022

WITH  
YOU  
ALWAYS



# Change

DATA DRIVEN

& GREEN

GROWTH



COMELIT

山  
工  
F



# CONTENTS

## 01 | THE CLOSE UP

“With You. Always”: parte da qui la sostenibilità per Comelit > 04

## 02 | THE CONNECTION

**WORLD**  
Comelit-PAC: il nostro focus è sui nostri clienti > 12

## 03 | THE CONNECTION

**ITALY**  
La ricetta di una crescita continua > 20

## 04 | THE CORE

Il futuro è delle aziende data-driven > 24

## 05 | THE CUSTOMER

Cyber security: l'impegno italiano alla sicurezza nazionale > 30

## 06 | THE CARD

Le fiere in una parola? *Relazione* > 36

## 07 | THE CULTURE

“With You. Always”: la vicinanza alle persone > 40

## 08 | THE CASE HISTORY

**ITALY**  
È firmato Comelit l'impianto di rilevazione fumi dello store Nike a Orio Center > 46

## 09 | THE CASE HISTORY

**WORLD**  
Il superlusso a Bangkok sceglie Comelit > 50

## 10 | THE CHAMPION

L'evoluzione della videosorveglianza Comelit > 54

THE  
CEO'S

POTENTIAL  
FOR  
MEETV

**EDOARDO BARZASI**  
CEO Comelit Group



PER PROCEDERE  
 OCCORRE LA MASSIMA  
 PRUDENZA NEL  
 SEGUIRE LA ROTTA.  
 MA ANCHE SERENA  
 CONSAPEVOLEZZA DI  
 POTER SUPERARE LE  
 NEBBIE E GLI SCOGLI  
 DI QUESTA FASE DELLA  
 NAVIGAZIONE.



MAI COME IN QUESTO MOMENTO, MI SEMBRA CHE L'ANALOGIA, CHE SPESSO RICORRE, TRA UN IMPRENDITORE E IL COMANDANTE DI UNA NAVE SIA CALZANTE. LE NEBBIE CHE OFFUSCANO L'ORIZZONTE APPAIONO SEMPRE PIÙ FITTE E GLI SCOGLI CHE LE CARTE NAUTICHE SEGNALANO SEMPRE PIÙ INSIDIOSI E MINACCIOSI.

Per procedere occorre la massima attenzione nel seguire la rotta, avendo ben chiaro la meta del

viaggio e sapendo di poter contare non tanto sull'esperienza, quanto sulla coesione del proprio equipaggio e sulla solidità della propria imbarcazione.

A creare questa situazione complessa di incertezza sono molti elementi oggettivi, che vanno ben al di là di un semplice racconto. L'inflazione in crescita, l'aumento dei tassi interni, la difficoltà cronica nel reperire componenti, l'aumento incontrollato dei costi dell'energia, il moltiplicarsi dei costi di trasporto sono dati fattuali. E la loro compresenza determina preoccupazioni e incertezze nei mercati, sempre più nervosi e soggetti a brusche oscillazioni.

Fare previsioni di medio-lungo termine è impossibile. Occorre tenere ben saldo il timone e procedere, prestando costantemente la massima attenzione. Il che significa elaborare piani trimestrali e analizzare, mese dopo mese, l'evolversi della situazione. **Procedere, dunque, ma con cautela e prudenza: stare fermi sarebbe un errore, anche perché abbiamo ben chiaro dove vogliamo arrivare.**

In situazioni come queste anche l'esperienza non aiuta. Basti pensare

a quanto successo in quest'ultimo anno, quando tutti i paradigmi che eravamo soliti considerare sono letteralmente saltati, a cominciare dal rapporto con i fornitori: quando mai si era visto dover inseguire i fornitori ed essere costretti ad accettare ogni condizione di prezzo e consegna imposta unilateralmente?

Abbiamo assistito ad un lungo periodo di crescita vorticoso della domanda, che ha determinato una sorta di "bolla" a cui forse, oggi, l'inflazione e i tassi possono porre finalmente un correttivo.

Il rallentamento al quale oggi, un po' ovunque nel mondo, stiamo

assistendo lo ritengo un primo passo per un ritorno ad una "normalità". Prudenza, dunque. Ma anche serena consapevolezza di poter superare le nebbie e gli scogli di questa fase della navigazione. **Comelit ha dalla sua due elementi di grande affidabilità e forza.**

In primo luogo la solidità aziendale: ci siamo lasciati alle spalle un 2021 di straordinari risultati e stiamo vivendo un 2022 in cui, seppur con una riduzione dello scarto tra il prezzo di vendita e quello di acquisto per gli aumenti dei costi che ho ricordato, i ricavi sono molto positivi. Siamo certi che, se anche dovessero ridursi nel prossimo futuro i volumi, riusciremo a recuperare in termini di marginalità.

Ma soprattutto **a rendermi fiducioso** è l'organizzazione di Comelit, **sono le persone** di cui la nostra azienda è fatta: la loro professionalità, il loro attaccamento all'azienda, il loro entusiasmo e la loro determinazione. Abbiamo già dimostrato, in altri periodi anche recenti, una notevole resilienza e capacità di adattamento al mutare dei contesti. Anche questa volta, pur navigando a vista, terremo saldo il timone verso il nostro approdo finale.

# “With You. Always”: parte da qui la sostenibilità per Comelit

Per una realtà imprenditoriale come Comelit, che fa del concetto di prossimità - “With You. Always” - il proprio elemento distintivo sul mercato, declinandolo a tutto campo verso i diversi target interni ed esterni con cui si misura, non poteva che essere conseguente l’approdo ad una visione della sostenibilità quale elemento strategico del proprio essere ed operare.



di **RENATO FERRARESI  
E JACOPO BRAMBILLA**

Operations Manager  
e Regulatory Affair  
Manager Comelit

“La riflessione, condotta a livello di board, sui valori che compongono la nostra identità è stata il vero driver che ci ha portato a scegliere di intraprendere come Gruppo, circa un anno or sono, un progetto strutturato di sostenibilità” spiega **Renato Ferraresi, Operations Manager Comelit**, che insieme a **Jacopo Brambilla, Regulatory Affair Manager Comelit**, ha coordinato le varie tappe del progetto, facendosi affiancare da SCS Consulting, società di consulenza di direzione

nata a Bologna nel 2001, e da Ecoinnovazione, spin-off di ricerca di Enea, specializzata nei campi dell’eco-progettazione, delle analisi di sostenibilità e dell’Economia Circolare.

“**Un gruppo come il nostro**, che mette al centro del suo agire la persona e i suoi bisogni in tutta la propria filiera di trasmissione del valore, **ha nel proprio DNA l’impegno etico per la sostenibilità**. - continua Ferraresi - Un impegno che trova nella condivisione degli obiettivi del Green





**“UN GRUPPO COME  
IL NOSTRO, CHE METTE  
AL CENTRO DEL SUO  
AGIRE LA PERSONA E I  
SUOI BISOGNI IN TUTTA  
LA PROPRIA FILIERA DI  
TRASMISSIONE DEL VALORE,  
HA NEL PROPRIO DNA  
L’IMPEGNO ETICO  
PER LA SOSTENIBILITÀ.**

#### **NOVE MESI DI LAVORO INTENSO, QUATTRO OBIETTIVI INDIVIDUATI**

È così che, a partire dal marzo scorso, il team di progetto si è messo al lavoro, secondo un percorso a tappe che porterà Comelit a **dicembre 2022** a presentare il proprio **Bilancio di sostenibilità**, redatto secondo i più solidi e diffusi standard di rendicontazione mondiali, i Global reporting Initiative Standard (GRI Standard). “È stato un percorso che ha richiesto un notevole impegno da parte di tutto il Gruppo, con un forte coordinamento anche a livello internazionale” commenta Jacopo Brambilla.

Quattro, in particolare, i Sustainable Development Goals (SDGs) - cioè gli obiettivi di sviluppo sostenibile - identificati come ambiti di impegno prioritario dal gruppo Comelit:

- **Istruzione di qualità:** fornire un’educazione di qualità, equa ed inclusiva e opportunità di apprendimento a tutti.

Deal europeo e nell’ormai prossima introduzione dell’obbligatorietà della rendicontazione di sostenibilità due ulteriori stimoli. A ciò va aggiunta la sempre maggiore sensibilità, da parte di alcuni grandi clienti europei per i quali lavoriamo, verso il tema della sostenibilità, che si traduce in alcuni casi nella richiesta di certificazioni legate al Life Cycle Assessment, ovvero alla valutazione dell’impronta ambientale di prodotto, o in altri all’attenzione per il packaging dei prodotti”.

**SONO STATI ATTIVATI SEI GRUPPI DI LAVORO ED**  
**OGNUNO HA DEFINITO UN PROGRAMMA DI AZIONI**  
**DA IMPLEMENTARE NEL BREVE-MEDIO TERMINE,**  
**CHE DIVERRANNO LE PRINCIPALI DIRETTRICI SU CUI**  
**ANDREMO A LAVORARE IN PROSPETTIVA.**



- **Lavoro dignitoso e crescita economica:** incentivare una crescita economica duratura, inclusiva e sostenibile, un'occupazione piena e produttiva ed un lavoro dignitoso per tutti.
- **Consumo e produzione responsabili:** ridurre in modo sostanziale la produzione di rifiuti attraverso la prevenzione, la riduzione, il riciclaggio e il riutilizzo.
- **Agire per il clima:** promuovere azioni, a tutti i livelli, per combattere i cambiamenti climatici.

**DALL'ASSESSMENT ALLO  
STAKEHOLDER ENGAGEMENT**

“Il punto di partenza è stato un accurato lavoro di assessment esterno ed interno, che ci ha permesso di stabilire il posizionamento di Comelit rispetto ai vari temi rilevanti in materia di ambiente, business e social governance - continua Brambilla - questa analisi ha consentito di cogliere come il settore in cui operiamo veda una distinzione tra i grandi gruppi internazionali, attenti alla sostenibilità, e i competitor italiani, meno sensibili al tema. In questo contesto, Comelit può trovare una collocazione ideale tra i primi potendo per altro contare già su un

posizionamento superiore alla media per quanto riguarda il rapporto con i clienti”.

La seconda tappa, centrale nel processo, è stato l'ascolto e il coinvolgimento degli stakeholder interni ed esterni all'azienda: “La fase dello **stakeholder engagement** è stata sviluppata considerando tutti i nostri più rilevanti cluster: dal management ai collaboratori, dai fornitori e business partner ai clienti, dalle istituzioni ai media. - spiega Brambilla - Il quadro che ne è emerso ha evidenziato come, per tutti, **le tematiche più rilevanti siano la centralità del cliente, la data privacy e cybersecurity e l'innovazione, ricerca e sviluppo.** La valutazione di presidio da parte di Comelit su centralità del cliente e su salute, sicurezza e benessere dei collaboratori è elevata; da migliorare il presidio relativo agli aspetti legati ad ambiente, impegno verso la comunità e gestione sostenibile degli approvvigionamenti.”

**UNA ANALISI DI “DOPPIA  
MATERIALITÀ”**

La tappa successiva è stata l'analisi di materialità, una metodologia che consente di individuare gli aspetti legati alla sostenibilità più rilevanti per l'azienda e per i suoi stakeholder, vero e proprio cuore di un bilancio di sostenibilità. “In linea con i nuovi standard di rendicontazione e con le linee guida della Commissione europea, il nostro Gruppo ha voluto orientare questo processo verso una valutazione





maggiormente scientifica degli impatti, integrando anche il processo di LCA di organizzazione. Inoltre abbiamo adottato il criterio della **"doppia materialità"**, che prevede di identificare due direzioni nelle quali inquadrare le questioni ESG (Environmental, Social, Governance): **impatti subiti e impatti generati**", sottolinea Ferraresi. La matrice di materialità che è emersa, incrociando la rilevanza assegnata ad ogni tema dagli stakeholder con la significatività dell'impatto identificata dal management, dopo la successiva integrazione con l'analisi LCA, ha visto il riposizionamento di alcuni temi.

#### **GLI IMPEGNI PER IL FUTURO**

Sono quindi stati attivati **sei gruppi di lavoro** ristretti concentrati sulla gestione di altrettanti temi di sostenibilità, scelti come prioritari, quali la progettazione sostenibile dei prodotti, la cybersecurity e la protezione dati, la centralità del cliente, la riduzione degli impatti ambientali diretti e indiretti, lo sviluppo e tutela del capitale umano e il supporto alla comunità. "Ogni tavolo di lavoro - spiega ancora Brambilla - ha **definito un programma di azioni** da implementare nel breve-medio termine, che diverranno le **principali direttrici** su cui andremo a lavorare in prospettiva".

Non resta che attendere il momento in cui il Bilancio di sostenibilità Comelit sarà svelato in tutti i suoi aspetti.

# È ARRIVATO IL TEMPO DEL VALORE CONDIVISO

UN VIAGGIO ALLA SCOPERTA DELL'INNOVAZIONE  
SOSTENIBILE DEL PROPRIO MODELLO DI BUSINESS



di **ALBERTO  
BRUGNOLI**

Professore aggiunto  
di Economia Aziendale  
presso l'Università  
Ca' Foscari Venezia,  
ed Elisa Gritti, PhD,  
Universidade Federal  
de Pernambuco,  
Project Leader di  
Strategy Innovation

Sostenibilità sembra essere ormai la parola più usata - e abusata - da politici, imprenditori e investitori. Nonostante fin dagli anni Settanta gli esperti parlino di cambiamento climatico e dei pericoli di questo fenomeno, infatti, è solo da poco che le pratiche di sostenibilità delle imprese ottengono il sostegno dei mercati finanziari.

Nel 2021 l'emissione di debiti sostenibili supera 1,6 trilioni di dollari, oltre il doppio del totale dell'anno precedente; sulla stessa scia, i quadri legislativi dell'Unione Europea spingono i mercati e le imprese a rendicontare e comunicare informazioni, dati e investimenti: ad esempio, la normativa sulla rendicontazione non finanziaria, in vigore da ottobre 2022, porterà da 11.000 a 49.000 il numero di società che dovranno produrre un report di sostenibilità conforme. Si punta a ottenere così un effetto a cascata, per cui le aziende della lista traineranno anche le proprie filiere nell'intraprendere azioni di responsabilità.

Per chi dovrà adeguarsi ai nuovi standard si aprono allora due strade: la pura ottemperanza agli obblighi (l'ennesimo peso burocratico da smaltire con il minor dispendio possibile) oppure **l'innovazione del proprio modello di business**. Scegliendo questa seconda opzione, si fa in modo di trasformare strategicamente l'operato dell'impresa, avendo come mezzo e come fine ultimo la sostenibilità.

Ma cosa significa, concretamente, essere sostenibili?

È sostenibile tutto ciò che perdura nel tempo senza sistematicamente interferire o impattare sul corretto svolgimento dei cicli naturali delle risorse e senza



**È SOSTENIBILE TUTTO CIÒ CHE PERDURA NEL TEMPO  
SENZA SISTEMATICAMENTE INTERFERIRE O IMPATTARE SUI  
CICLI NATURALI DELLE RISORSE E SENZA OSTACOLARE IL  
RAGGIUNGIMENTO DEI BISOGNI DELLE PERSONE.**

sistematicamente ostacolare il raggiungimento dei bisogni delle persone. Un'azienda è allora sostenibile se adotta un **modello di business capace di creare valore (non solo economico) per tutte le parti interessate, inclusi dipendenti, azionisti, catene di approvvigionamento, società civile e il pianeta.**

Ovviamente non esiste una ricetta universale: ogni realtà deve valutare rispetto alla propria condizione di partenza e ai rischi ambientali e sociali del proprio mercato quali siano i passi da seguire per implementare il modello di business sostenibile più coerente e più efficace. Una ricerca dell'Università Ca' Foscari Venezia ha riconosciuto **cinque modelli principali**, in base all'aspetto focale del modello stesso. Se la chiave sono le relazioni con gli stakeholder e altri attori interni o esterni alla catena del valore, ad esempio, si parla di **Society Intimacy business model**. Rientrano in questa categoria tutte le imprese che creano relazioni (specie di lungo periodo) orientate al raggiungimento di un progresso del benessere sociale e dell'arricchimento culturale della comunità.

Il punto di volta può essere il riconoscimento del proprio impatto sociale, come nel caso di **Illycaffè** e della sua filiera di approvvigionamento. Povertà estrema dei coltivatori, lavoro minorile e condizioni di lavoro precarie sono ferite che caratterizzano la storia e l'attualità di una filiera a lungo esclusa dal valore simbolico e culturale che il caffè rappresenta oggi nel mondo. L'azienda triestina ha deciso di **investire sulla valorizzazione dei propri fornitori** per sviluppare lungo tutta la catena del valore la strategia di



1,6

/ TRILIONI DI DOLLARI /  
L'EMISSIONE DI DEBITI  
SOSTENIBILI NEL 2021

49.000

IL NUMERO DI SOCIETÀ CHE NEL 2022  
DOVRANNO PRODURRE UN REPORT  
DI SOSTENIBILITÀ CONFORME



### 2030 Agenda for Sustainable Development



### The Sustainable Development Goals Report 2022

sostenibilità che oggi la contraddistingue (**Fair Trade**) e che coniuga temi etici e di dignità del lavoro con qualità, tracciabilità e innovazione. Il sistema costruito prevede di reinvestire direttamente parte dei profitti sui propri fornitori di materia prima in modo da premiare economicamente e stimolare a monte i buoni risultati, supportando pratiche virtuose indirizzate sia ai lavoratori sia agli ecosistemi delle coltivazioni.

**Ferrero** ha deciso invece di centralizzare il tema del **benessere delle persone**, adottando una strategia legata al concetto di valore condiviso. Azioni e investimenti volti ad aumentare il benessere dei lavoratori sia all'interno che al di fuori della sede lavorativa creano un circolo virtuoso in cui le condizioni di lavoro (piano di welfare avanzato, formazione mirata, piani carriera specifici) diventano **leva strategica per attirare e trattenere talenti**; le competenze e il know-how trattenuto non fanno altro che arricchire l'impresa e continuare a migliorarne il clima interno (**Welfare & Wellbeing business model**).

Anche in fase di progettazione e design del prodotto si può abbracciare un nuovo paradigma di sviluppo sostenibile. **Nike**, nota in passato per gli scandali legati agli impatti sociali delle sue politiche, sembra aver intrapreso un'altra strada, cercando di incorporare la sostenibilità nel suo processo di innovazione. Nel 2012 ha lanciato una linea da oltre 1 miliardo di dollari, **Flyknit**, che utilizza un sistema di filati specializzato, richiede manodopera minima e genera ampi margini di profitto. Flyknit **riduce gli sprechi dell'80%** rispetto alle normali calzature: a 4 anni dal lancio, Nike ha ridotto di quasi 1600 tonnellate i rifiuti generati ed è passata completamente dal filato al poliestere riciclato, riusando 182 milioni di bottiglie dalle discariche (**Green & Circular**).

Le imprese possono utilizzare una leva competitiva tramite la sostenibilità anche lavorando a un'offerta di prodotti o servizi che rispondono a bisogni di natura ambientale e sociale (**Social Need**). Partendo dal dato secondo cui i

**OGNI REALTÀ DEVE VALUTARE RISPETTO ALLA PROPRIA CONDIZIONE DI PARTENZA E AI RISCHI AMBIENTALI E SOCIALI DEL PROPRIO MERCATO QUALI SIANO I PASSI DA SEGUIRE PER IMPLEMENTARE IL MODELLO DI BUSINESS SOSTENIBILE PIÙ COERENTE E PIÙ EFFICACE.**

lavaggi da lavatrice provocano il rilascio nell'oceano di circa 0,5 milioni di tonnellate di microfibre di plastica ogni anno, **Electrolux** ha lanciato un nuovo filtro per le **microplastiche per lavatrici**. L'accessorio può impedire che fino al 90% delle fibre di microplastica, più grandi di 45 micron, vengano rilasciate dagli indumenti sintetici durante il lavaggio. Gli esempi potrebbero continuare, ma la morale è sempre la stessa. **Un'azienda con un'agenda di sostenibilità evita sia il *greenwashing* sia la *compliance*** e si posiziona vantaggiosamente per anticipare e reagire in maniera più proattiva ai cambiamenti economici, sociali, ambientali e normativi. È una **strategia win-win esponenziale**: chi vorrà giocare da protagonista sui mercati nei prossimi decenni farà bene a impegnarsi in un dialogo regolare con le parti interessate e a riprogettare il suo modello di business, curando il benessere dei collaboratori, migliorando i processi e allungando la vita dei prodotti, riconcependo prodotti e mercati, spingendo il progresso delle comunità e dei territori e immaginando nuove configurazioni della filiera.

**UN'AZIENDA CON  
UN'AGENDA DI  
SOSTENIBILITÀ EVITA  
SIA IL GREENWASHING  
SIA LA COMPLIANCE  
E SI POSIZIONA  
VANTAGGIOSAMENTE PER  
ANTICIPARE E REAGIRE IN  
MANIERA PIÙ PROATTIVA  
AI CAMBIAMENTI  
ECONOMICI, SOCIALI,  
AMBIENTALI E NORMATIVI.**





02 / THE CONNECTION WORLD

# Comelit-PAC: il nostro focus è sui nostri clienti

A un anno dall'acquisizione di PAC GDx, Francesca Boeris, Managing Director di Comelit-PAC, traccia un bilancio estremamente positivo dell'esperienza di integrazione. La crescita continua del posizionamento del brand nel mercato UK si è accompagnata ad un processo di managerializzazione spinta e all'innovazione continua nei prodotti. A supporto di questi obiettivi, sono stati effettuati importanti investimenti sia nel potenziamento e nella formazione delle risorse umane che nelle strutture, a cominciare dalla nuova sede di Luton, con lo scopo di soddisfare sempre meglio le esigenze dei clienti, consolidare la leadership di brand e affrontare le nuove sfide.



**di FRANCESCA  
BOERIS**

Managing Director  
Comelit-PAC

## → Potrebbe fare una breve presentazione di se stessa e della sua esperienza in Comelit-PAC?

È passato circa un anno da quando abbiamo annunciato l'acquisizione di PAC GDx. Ora è un buon momento per riflettere su quest'esperienza, sul percorso intrapreso e sugli obiettivi di crescita che abbiamo posto. Per contestualizzare meglio la situazione, a Maggio 2009 quando mi sono unita al Gruppo Comelit

c'erano circa 300 collaboratori. Nel 2022 siamo cresciuti fino ad essere un team composto da **più di 800 collaboratori**. Nel mio personale percorso per diventare Managing Director, l'evoluzione di Comelit-PAC ha dimostrato come ogni giorno si possa imparare qualcosa. Conosciamo Comelit come un'azienda che non resta mai ferma. Ci siamo adattati incessantemente e proattivamente alle mutevoli condizioni di mercato, sia che si tratti di prodotti, per i quali



**A MAGGIO 2009 QUANDO  
MI SONO UNITA AL GRUPPO  
COMELIT C'ERANO CIRCA 300  
COLLABORATORI. NEL 2022  
SIAMO CRESCIUTI FINO AD  
ESSERE UN TEAM COMPOSTO  
DA PIÙ DI 800 COLLABORATORI.**

**COMELIT PAC**  
WITH • YOU • ALWAYS

siamo ampiamente riconoscenti dell'impegno del dipartimento di Ricerca e Sviluppo; o di servizi dei quali abbiamo sposato le caratteristiche, oltre all'introduzione nella nostra offerta della gamma antincendio, migliorando concretamente il posizionamento del nostro Gruppo in UK.

Ciò di cui sono particolarmente orgogliosa del nostro Gruppo è la **dedizione ad una forte leadership**. Tutti i nostri Manager hanno investito tempo e risorse nei corsi di leadership per continuare a crescere e supportare il nostro sviluppo, assicurandosi che tutti i collaboratori comprendano e condividano i valori aziendali. L'acquisizione di PAC ci ha consentito anche di aggiungere al team nuovi Manager e Leader guidati da **Steve Riley (Divisions Director per PAC)**, i quali portano una ventata di novità in termini di idee, stile ed esperienza. Insieme stiamo imparando e stiamo crescendo come una squadra. E, una delle parti preferite del mio

ruolo, è il fatto di saper riconoscere e incoraggiare le menti brillanti all'interno del nostro business per sostenerle nel proprio percorso e nella loro carriera professionale. Sembra ieri che **Edoardo, CEO di Comelit e Marco, Direttore Vendite Export di Comelit** mi hanno dato la stessa opportunità.

In particolare, negli ultimi dieci anni, voglio ringraziare per il sostegno di **Justin Hawkesford** che ho potuto promuovere al ruolo di **Direttore Operativo** quando è stata annunciata l'acquisizione. Allo stesso modo un grazie a **Joe Burns** che ha iniziato il suo percorso in Comelit nel magazzino circa 17 anni fa ed ora, dopo l'acquisizione, è alla **direzione del dipartimento Approvvigionamenti**. Mi sono entrambi stati accanto nei giorni belli e in quelli brutti. È vero, mi prendono in giro ininterrottamente, ma una cosa è certa: condividiamo insieme la stessa passione per la crescita di Comelit-PAC.

**+800**

**I COLLABORATORI  
COMELIT NEL 2022**

# The



**IL NOSTRO FOCUS È SUI NOSTRI  
CLIENTI: ESSERE CON LORO  
DALL'INIZIO ALLA FINE CON  
UN'ASSISTENZA TECNICA E  
COMMERCIALE DEDICATA.  
COMELIT-PAC È ORGOGLIOSA DI  
ESSERE "WITH YOU ALWAYS."**

## → **Quali sono le caratteristiche principali di Comelit-Pac?**

Quando diciamo "With You Always", credo che le caratteristiche principali di Comelit-PAC dimostrino come per noi questo sia molto più di un semplice slogan. Possiamo e vogliamo essere al fianco dei nostri clienti, in ogni momento che conta, a partire proprio dall'introduzione di Comelit-PAC.

Che si tratti di sistemi antincendio o di sicurezza (o entrambi), invitiamo i clienti, nuovi e già esistenti, a sperimentare i nostri prodotti in sessioni di formazione dedicate che si svolgono presso entrambe le nostre strutture di Manchester e Luton. Questi incontri sono gestiti sia dal team di vendita che da quello tecnico, così come dai nostri appositi formatori per Comelit & PAC GDY per garantire risposta a qualsiasi

domanda. Il nostro team di esperti in specifiche è in grado di lavorare sui concetti iniziali di progettazione con i nostri clienti per trovare una soluzione adatta alle loro esigenze.

Per quanto riguarda la distribuzione, siamo grati ai nostri Gold e Diamond partner, che lavorano con noi in tutto il Regno Unito e in Irlanda organizzando open days dedicati alla presentazione di offerte esclusive per i nostri clienti, spesso promuovendo i nostri ultimi prodotti e servizi.

Siamo sempre più consapevoli della necessità di **semplificare il processo di installazione** per consentire a più professionisti di offrire ai propri clienti **sistemi smart ed evoluti**.

In definitiva **il nostro focus è sui nostri clienti**: essere con loro dall'inizio alla fine con un'assistenza



tecnica e commerciale dedicata. Comelit-PAC è orgogliosa di essere “With You Always”.

→ **Quali sono le prospettive e gli obiettivi di mercato nel Regno Unito? E quali sono le principali difficoltà?**

Quando si tratta di obiettivi e prospettive di mercato, siamo convinti di avere un forte posizionamento, specialmente dopo l’acquisizione di PAC & GDX. È valsa la pena aspettare per garantire la migliore offerta ai nostri clienti: la gamma di controllo accessi è stato il pezzo mancante per completare la nostra offerta e per raggiungere l’obiettivo di offrire una soluzione completa per soddisfare tutte le esigenze in termini di sicurezza.

Abbiamo cercato le giuste ragioni per acquisire un leader storico del controllo accessi che avrebbe potuto beneficiare di un investimento come quello che Comelit era disposta e in grado di fornire, incluso il nostro impegno nella ricerca e sviluppo. Mantenendo il team esistente, possiamo ora sfruttare la nostra posizione per assicurarci di crescere come azienda e di **diventare il produttore di sicurezza numero uno nel Regno Unito.**

In base a questa visione, sin dall’acquisizione, abbiamo unito tutte le nostre abilità e competenze condivise e ci siamo focalizzati congiuntamente sullo sviluppo dei prodotti per il controllo degli accessi, la videocitofonia e la sicurezza, insieme ai sistemi antincendio.

A titolo di esempio, siamo entusiasti dell’imminente lancio del controller per porta singola che rappresenta davvero un’aggiunta rivoluzionaria all’offerta PAC. L’intenzione è quella di sconvolgere il mercato e di introdurre un sistema in grado di competere con i principali concorrenti su tutti gli aspetti: dalle specifiche tecniche di prodotto fino ai costi. Siamo tutti estremamente grati per il lavoro del team di R&D di PAC, del team di Product Management e Marketing e di Steve Riley che ha dedicato molto tempo alla pianificazione di questo prodotto e alla preparazione del lancio.

PAC GDX non solo ci offre quanto mancava nella nostra offerta ma apre anche per Comelit la possibilità di **operare in nuovi settori** tra cui **l’edilizia sociale, commerciale e scolastica.** Per aprire la strada, abbiamo già promosso Jason Sullivan dal team PAC&GDX per presentare il controllo accessi PAC alla polizia,

necciti

alla sanità e ai vigili del fuoco in tutto il Regno Unito. In generale, grazie all'acquisizione abbiamo a disposizione nuove prospettive e opportunità molto interessanti e promettenti per il futuro di Comelit-PAC e del Gruppo nel suo complesso.

**→ Durante la settimana di sensibilizzazione alla salute mentale ha parlato di cambiamento e leadership. Quale è la sua visione su tali tematiche? E secondo lei come può influenzare il cambiamento un leader?**

Una cosa di cui parlo spesso con il team è la necessità di portare al lavoro il nostro io "autentico", per sentirci a nostro agio gli uni con gli altri. E questo inizia proprio dall'alto, per rafforzare il senso di famiglia che è già parte della cultura del nostro team. Anche se per un breve periodo è possibile trattenere il cambiamento, il muro costruito velocemente e senza fondamenta finirà per crollare ed è importante che il nostro team comprenda, mostri sostegno e sia disposto ad accettare.

Un importante passo avanti, sia nella sede di Manchester che in quella di Luton, è la **formazione di operatori di primo soccorso per la salute mentale**. Inoltre, di recente, tutti i collaboratori di Comelit PAC hanno partecipato ad un workshop per imparare a gestire lo stress e l'ansia sul posto di lavoro. Il feedback è stato eccezionale e dimostra che

**L'INTENZIONE È QUELLA**  
**DI SCONVOLGERE IL MERCATO**  
**E DI INTRODURRE UN SISTEMA**  
**IN GRADO DI COMPETERE CON**  
**I PRINCIPALI CONCORRENTI SU TUTTI**  
**I FRONTI, DALLE SPECIFICHE TECNICHE**  
**DI PRODOTTO FINO AI COSTI.**

dobbiamo continuare a offrire questo tipo di supporto. Non bisogna fare tutto da soli, anzi dobbiamo riconoscere che esternare le emozioni, anche sul posto di lavoro, è salutare. Tenerle nascoste per paura di sembrare ingrati, troppo negativi o "poco gentili" è invece estremamente problematico. Sarò ripetitiva ma un approccio fondamentale è dare l'esempio: essere onesti ed aperti con il proprio team dà loro la libertà e consapevolezza di poter fare lo stesso.

Sono quindi immensamente orgogliosa di far parte del team di Comelit-PAC e di continuare a costruire la nostra forte cultura, cercando di proteggere la nostra salute fisica e mentale.

**→ A Gennaio, Comelit ha lanciato la sua nuova brand identity. Edoardo Barzasi, Amministratore Delegato**





**"WITH YOU ALWAYS" PARLA DI UNITÀ E AFFIDABILITÀ, DI UN'AZIENDA CHE VALORIZZA LE PROPRIE PERSONE. PARLA DI COMUNITÀ. IL FOCUS SULLE PERSONE È SEMPRE STATO PER ME UNA DELLE CARATTERISTICHE PIÙ IMPORTANTI DI UN'AZIENDA DI SUCCESSO.**

**del gruppo Comelit, ha commentato: "La nostra nuova identità non ha segnato un vero e proprio prima e dopo nella storia di Comelit. Piuttosto essa rappresenta al meglio i valori della nostro brand che ci rendono competitivi sul mercato: un'azienda solida che valorizza le sue persone, siano esse clienti, collaboratori, fornitori o distributori". Cosa significa questo cambiamento per la sua organizzazione?**

"With You Always" parla di unità e affidabilità, di un'azienda che valorizza le proprie persone. Parla di comunità. Il **focus sulle persone** è sempre stato per me una delle caratteristiche più importanti di un'azienda di successo. Ma ora, una solida strategia di benessere sarà ancora più cruciale e questo deve riguardare il benessere sia fisico che mentale. Il mantra "With You Always" deve essere più di un semplice slogan.

Lo abbiamo visto soprattutto nella nostra acquisizione, dove abbiamo lavorato duramente per unire due organizzazioni e farle funzionare come una sola. Abbiamo affrontato una grande curva di apprendimento e lavorato duramente per integrare i team delle nostre sedi di Manchester e Luton, unendo le nostre competenze a vantaggio della nostra attività e dei nostri clienti.

Abbiamo investito molto per continuare a soddisfare le esigenze dei nostri clienti, dalla progettazione iniziale all'installazione, al monitoraggio e alla manutenzione dei progetti. Abbiamo investito e continuiamo a investire nelle risorse umane per il marketing, il magazzino, l'assistenza tecnica e commerciale, con lo scopo ultimo di supportare i nostri obiettivi di leadership nel settore con un'offerta di prodotti completa.

Oltre al personale, abbiamo investito anche nella nostra sede di Luton attraverso la creazione di **strutture di formazione di alto livello**, l'ampliamento del nostro magazzino per consentirci di tenere quantità molto maggiori di stock di Comelit e PAC GDX e quindi di rendere la consegna dei nostri prodotti più rapida ed efficiente.

Siamo inoltre entusiasti della disponibilità della nostra sede di Manchester che è stata completamente ristrutturata per diventare il nostro centro di eccellenza per il controllo accessi. Sede originale della divisione PAC&GDX, questo è diventato il nostro centro per la ricerca e lo sviluppo di nuovi





prodotti e funzionalità, oltre che per il marketing, le vendite nonché per l'assistenza tecnica ai clienti PAC&GDX.

In generale, riteniamo che chiunque si rivolga a **Comelit-PAC** debba avere come **primo interlocutore uno specialista del prodotto**, in grado di offrire assistenza per un sistema autonomo o integrato, sia esso di sicurezza o antincendio. E questo può avvenire in qualsiasi fase del loro percorso, dalla progettazione iniziale

all'installazione, fino al monitoraggio o alla manutenzione. Possiamo accompagnarli nel loro percorso e offrire consigli su affidabilità, scalabilità, tecnologia.

E mentre Comelit-PAC continua a evolversi, io sono entusiasta del nostro investimento nelle persone, e questa è un'etica che ritengo sia condivisa dall'intero Gruppo. Lavorando insieme, possiamo offrire un servizio completo ed affidabile, e "With You Always".

# La ricetta di una crescita continua

**Crescere, per un'azienda, non è mai un risultato scontato. Tanto meno se questa tendenza rappresenta ormai una costante che si ripete da diversi anni e se questa crescita si accompagna ad un altro obiettivo, quello dell'aumento della quota di mercato.**



**di DEMETRIO TRUSSARDI**

Consigliere delegato  
e direttore commerciale  
Comelit Italia

Avvicinandosi ormai alla conclusione del 2022, credo sia utile e importante tracciare un bilancio dell'andamento di Comelit sul mercato nazionale. Anche se i dati non sono ancora quelli definitivi, tuttavia sono in grado di offrirvi un'immagine sufficientemente completa e approfondita di un lavoro che ha coinvolto l'intera organizzazione commerciale della nostra azienda a tutti i livelli e che si è dovuto misurare con non pochi fattori esterni che ne hanno influenzato il contesto. A cominciare da un conflitto - quello determinato

dall'invasione Russa in Ucraina - che ha generato e continua a generare in modo particolarmente forte le sue conseguenze sul fronte sia dell'aumento dei costi energetici e delle materie prime, sia della difficoltà di reperimento della componentistica elettronica, sia infine delle incertezze psicologiche sul futuro.

Partirei da un elemento oggettivo di contesto: i dati della FME (la federazione dei grossisti di materiale elettrico) aggiornati a fine settembre. Il primo indicatore che colpisce è la **crescita**



**IN ITALIA IL BRAND  
COMELIT CRESCE  
E CONQUISTA QUOTE  
RISPETTO AI COMPETITOR,  
CONFERMANDOSI  
SEMPRE PIÙ PARTNER  
DI RILIEVO NEL CANALE  
DELLA DISTRIBUZIONE DI  
MATERIALE ELETTRICO.**

**complessiva del mercato elettrico**, che fa segnare un **+34% in valore rispetto allo stesso periodo dello scorso anno** e che, a fine 2022, dovrebbe raggiungere e superare gli 8,2 miliardi di euro in valore totale. Se tuttavia analizziamo con attenzione questo dato, osserviamo come ad influenzarlo in modo prevalente sia la “spinta” dei prodotti legati al fotovoltaico, oltre all’aumento del costo di una materia prima come il rame. Infatti,

il comparto del solo materiale elettrico - esclusi gli accessori per il fotovoltaico - stima a fine anno una crescita molto più contenuta, nell’ordine del 8/10%. Se poi ci concentriamo sui due segmenti che più da vicino toccano gli ambiti applicativi in cui operiamo, osserviamo come i **prodotti legati alla comunicazione** a fine ottobre registrino un **aumento dell’1,8%**, mentre quelli connessi alla **sicurezza** crescono del **5,7%**.



A fronte di questo andamento del mercato, Comelit fa registrare un aumento di vendite nel segmento comunicazione del 3,4% e in quello della sicurezza del 17,5%. **Complessivamente, in Italia, il nostro brand cresce del 12,4% e conquista quote rispetto ai competitor, confermandosi sempre più partner di rilievo nel canale della distribuzione di materiale elettrico.**

Dall'analisi dei dati mi piace evidenziare almeno due "fattori critici di successo". In primo luogo, **il consolidarsi di un rapporto con i protagonisti del mondo della distribuzione** che si fonda su una relazione costante, alimentata a tutti i livelli, tra Comelit e i player del settore. Una relazione che coinvolge tutti i responsabili delle diverse funzioni della nostra azienda e dei nostri partner e si sviluppa attraverso un metodo ben consolidato: dalla definizione a inizio anno di un obiettivo condiviso e un piano strategico che genera un calendario di pianificazione delle attività operative con una misurazione mensile dei risultati raggiunti e l'eventuale adozione di azioni correttive puntuali.

# +12,4%

LA CRESCITA DEL BRAND  
COMELIT IN ITALIA NEL 2022



# ITAD



**Strategia, organizzazione e professionalità:** sono questi gli elementi vincenti di un rapporto virtuoso che produce benefici reciproci.

La seconda ragione sta nella visione di Comelit, che trova una compiuta espressione nel nostro claim "With You. Always". Un modo di essere che ci distingue e che porta ogni componente della nostra organizzazione a mettere **al centro del proprio agire quotidiano tutte le figure che compongono la nostra filiera di valore:** dall'**installatore** al **progettista elettrico**, dal **rivenditore** di materiale elettrico all'**amministratore condominiale**, fino all'**utilizzatore finale**. Essere vicino a chi ci sceglie significa per noi investire tutte le nostre energie non solo per fornire prodotti innovativi, capaci di abbinare tecnologia e design, affidabili e semplici. Ma anche creare le condizioni perché ciascuno possa sentirsi assistito e supportato in ogni sua esigenza e in ogni fase del suo lavoro. È questa la garanzia che rende il rapporto di collaborazione con Comelit proficuo e gratificante e che genera fidelizzazione.

# Il futuro è delle aziende data-driven

TRADURRE I DATI IN VALORE  
PER SUPPORTARE E MIGLIORARE  
IL PROCESSO DECISIONALE



di **LUCA PEDRETTI**

Strategic Marketing  
Manager di Comelit

**I dati sono l'elemento che fa e farà sempre di più la differenza nel business delle aziende. Fino a qualche anno fa la mancanza dei dati è stata un'enorme lacuna per ogni azienda, al giorno d'oggi invece le stesse dispongono di una mole infinita di dati: numero e tipologia di clienti, tipologia delle merci vendute, quantità e qualità degli interventi tecnici sono solo alcuni esempi.**

Questi dati hanno origine dalle varie interazioni dell'azienda con l'esterno e sono caratterizzati da una varietà intrinseca: in termini di provenienza (vendite, azioni marketing, campagne promozionali) in termini di contenuto (dati anagrafici, tipologie di prodotti venduti, andamento dei mercati) e in termini di strumenti in cui sono raccolti (crm, database di altro genere, gestionale). Riadattando una citazione del famoso matematico Henri Poincaré è chiara la sfida posta oggi ad ogni azienda: *"Il valore nasce dai dati come una casa nasce dalle pietre. Ma un ammasso di dati non è un valore come un ammasso di pietre non è una casa"*. Per **estrarre un valore concreto** da tutti





PER ESTRARRE UN  
VALORE CONCRETO  
DA TUTTI QUESTI DATI  
SONO NECESSARIE  
ATTIVITÀ DI RICERCA,  
DI ELABORAZIONE E DI  
ANALISI ED È ANCORA  
PIÙ NECESSARIO UN  
LAVORO DI SQUADRA  
E UNA FORTE  
COLLABORAZIONE TRA  
TEAM, MOLTE VOLTE  
ANCHE APPARTENENTI  
A DIVERSE FUNZIONI  
AZIENDALI.

# The core



questi dati sono necessarie **attività di Ricerca, di Elaborazione e di Analisi** ed è ancora più necessario un **lavoro di squadra e una forte collaborazione tra team**, molte volte anche appartenenti a diverse funzioni aziendali.

L'approccio data driven è un percorso che Comelit ha deciso di intraprendere e sta costruendo internamente, diffondendo la **consapevolezza della sua importanza** e sottolineando la natura strumentale dell'analisi dei dati. Chiarita l'importanza dei dati abbiamo lavorato, passo dopo passo, per dotarci di strumenti e di processi che ne hanno permesso la raccolta. All'interno del **Marketing Strategico** sono state strutturate attività di ricerca interne ed esterne guidate dai Market Researcher, le attività di raccolta dati del mondo digital sono state potenziate nel **Marketing Comunicazione** per indagare il comportamento online dei nostri utenti, incluso anche l'utilizzo delle nostre app, con particolare focus

# DATA DRIVEN

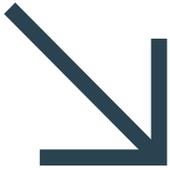
**MAKES STRATEGIC DECISIONS  
BASED ON DATA ANALYSIS  
AND INTERPRETATION.**

sull'app MyComelit. I dati quantitativi raccolti nel CRM dal **dipartimento Vendite**, in combinazione con i dati qualitativi del reparto Marketing ci consentiranno di profilare in modo dettagliato i nostri clienti (tipologia di prodotti acquistati, ricorsività negli acquisti, valore generato) con il fine ultimo di conoscerli da vicino per poter essere sempre al loro fianco.

Quella che stiamo vivendo ora è **la vera fase della costruzione del valore**: l'attività di elaborazione e di analisi dati occupa molto tempo e richiede **skill specifiche**. Per questo motivo Comelit ha deciso di inserire nel team di Marketing Strategico una nuova figura, il **"Data Analyst"** (Marco Moraschini) con il compito di analizzare i dati su specifici input per restituire una loro rappresentazione analitica oltre che monitorare i diversi KPI per verificare l'avanzamento di macro obiettivi aziendali. L'obiettivo alla base di tutte queste attività è mettere a disposizione dell'azienda analisi che possano supportare il processo decisionale con lo scopo di generare un reale valore per il cliente e per i suoi bisogni, siano essi inespressi, semi-espressi o espressi.

Il percorso per ottimizzare questo approccio è ancora lungo ma è chiara la consapevolezza che il **viaggio dei nostri clienti è un percorso multicanale**, intrecciare ed analizzare i dati è l'unico modo per comprendere il loro comportamento con l'obiettivo ultimo di **fornire un'esperienza personalizzata, coinvolgerli in modo attivo e contribuire alla loro fidelizzazione**.





possibilità a portata di un numero limitato di imprese, vuoi per dimensione o per settore di appartenenza.

La risposta, per fortuna, non è così secca come si potrebbe pensare. La premessa indispensabile è che per creare un *data-driven business model* bisogna riconoscere che la capacità informativa di un dato è superiore a quella che ne ha giustificato la generazione. In altre parole, di fronte a pressoché qualsiasi dato è possibile trovare una chiave interpretativa che lo rende una fonte preziosa di conoscenza, soprattutto se messo a sistema con gli altri dati disponibili. La quantità delle informazioni è quindi fondamentale tanto quanto la qualità della loro interpretazione: ogni impresa, anche di ridotte dimensioni, può e deve affinarsi su entrambi i fronti.

Non a caso, il primo passo verso un'innovazione *data-driven* del modello di business coincide solitamente con la **digitalizzazione dei processi** (sia interni che esterni), **dei prodotti e delle relazioni**, in primis con i clienti, per aumentare il volume dei dati aziendali anche a prescindere dalla loro utilità immediata. È perciò fondamentale focalizzare l'attenzione su cinque operazioni e sulle relative modalità di esecuzione:

- **data generation**, creare la mole più ampia possibile di dati aziendali;
- **data collection**, raccogliere con efficacia ed efficienza di tutti i dati potenzialmente raggiungibili;
- **data integration**, correlare i dati raccolti per contestualizzarli e trasformarli in informazioni;
- **data visualization**, rappresentare graficamente le informazioni per selezionare quelle più significative;



# 105,08

/MILIARDI DI DOLLARI/  
**IL VALORE CHE  
RAGGIUNGERÀ,  
SECONDO LE  
PREVISIONI, IL  
MERCATO BIG DATA  
ANALYTICS  
ENTRO IL 2027**

- **data analysis**, elaborare le informazioni selezionate al fine di trasformarle in conoscenza utile a guidare le decisioni aziendali.

Una volta appreso a trasformare in dati utili le relazioni a valle, diventa relativamente semplice adattare il procedimento alle relazioni con i fornitori e, con un maggior grado di complessità, alle risorse.

Così facendo, si arriva davvero alla definizione di un **modello di business data-driven**. Nella ricerca scientifica ne sono stati individuati tre, sulla base della focalizzazione nell'uso dei dati: **smart customer experience, monetizzazione diretta e monetizzazione indiretta**.

Nel primo caso i dati vengono sfruttati per **migliorare l'esperienza del cliente**, sia essa



**OGNI IMPRESA DEVE**  
**TROVARE IL MODELLO**  
**PIÙ EFFICACE PER**  
**TRASFORMARE I DATI DA**  
**MERA VOCE DI COSTO**  
**PER L'ARCHIVIAZIONE**  
**A CONCRETA RISORSA**  
**STRATEGICA. IL FLUSSO**  
**DI CREAZIONE DI**  
**INFORMAZIONI, INFATTI,**  
**È COSTANTE: RESTA SOLO**  
**DA CHIEDERSI COME**  
**VOLGERLO A PROPRIO**  
**FAVORE.**

sul piano sensoriale, emozionale, intellettuale, sociale o spirituale. Il punto cardine di questo modello di business si fonda sullo spostamento dell'offerta al cliente, rendendo il bene o servizio un'esperienza o perfino una trasformazione, quando tali esperienze ripetute portano a cambiare il life (work)-style. Un esempio classico è quello di Zara, azienda leader del fast-fashion che, attraverso l'utilizzo dei dati, è riuscita a migliorare l'esperienza del cliente introducendo numerose innovazioni come camerini smart, realtà aumentata e self check-out.

Il modello di business della monetizzazione diretta prevede la generazione di **nuovi ricavi attraverso la vendita dei dati aziendali**. Oltre ai ricavi, però, tale vendita può portare con sé anche la necessità di maggiori investimenti per costruire competenze specifiche sull'analisi

dei dati, così come sui servizi di pre- e post-vendita. Se i dati diventano il prodotto primario, l'impresa diventa anche un **data provider**; va detto tuttavia che molto spesso quella della monetizzazione diretta può essere una linea di ricavo secondaria, utile ad ammortizzare gli investimenti sostenuti per sviluppare il modello della monetizzazione indiretta. Esempi di questa strategia di diversificazione sono frequenti in imprese operanti nei settori delle telecomunicazioni, finanza e GDO, per la loro possibilità di raccogliere elevate quantità di dati.

Infine, con la monetizzazione indiretta le informazioni raccolte, integrate e analizzate dalle tecnologie digitali vengono impiegate per migliorare i prodotti, il customer journey e per migliorare i processi aziendali. È in questo caso, più ancora dei precedenti, che i **dati** diventano insomma un **asset strategico** che può essere sfruttato per migliorare il modello di business attuale o per riprogettarlo. Un esempio calzante è il Gruppo PAM, impresa della grande distribuzione che, volendo mappare il comportamento dei consumatori per meglio indirizzare le offerte commerciali, ha avviato nel 2008 una joint venture con Dunhumby, piattaforma di Data Science. Il risultato ottenuto è stato l'introduzione della carta fedeltà, dedicata alle attività di coupon, profilazione e deep analysis.

È allora evidente come sia possibile, per ogni impresa, trovare il modello più efficace per trasformare i dati da mera voce di costo per l'archiviazione a concreta risorsa strategica. Il flusso di creazione di informazioni, infatti, è costante: resta solo da chiedersi come volgerlo a proprio favore.

05 / THE CUSTOMER

# Cyber security: l'impegno italiano alla sicurezza nazionale

LA NUOVA SFIDA PER L'ITALIA



The customer

**In un periodo storico in cui la cyber security rappresenta un ambito di così grande importanza strategica, sia a livello nazionale che internazionale, le sfide per l'Italia sono significative, così come lo è il divario da colmare.**



**di DANIELE NARDUZZI**

Strategy & HR Director  
di Cy4Gate Group

Il nostro Paese, infatti, si colloca tra le nazioni europee a più basso tasso di digitalizzazione e sicurezza, per questo è necessario investire rilevanti risorse non solo da parte delle aziende ma anche e soprattutto da parte degli attori istituzionali.

Fortunatamente, i decreti e i provvedimenti sul tema emanati negli ultimi mesi vanno proprio in direzione di un pieno e forte supporto all'ambito *cyber*, facendo scorgere anche all'industria nazionale una luce in fondo al tunnel. Al di là degli strumenti normativi di cui il Paese si sta dotando, emerge chiaro lo sforzo nel destinare risorse finanziarie per il soddisfacimento di bisogni specifici in ambito *cyber*. Possiamo far riferimento alla previsione di riservare una quota percentuale degli investimenti nazionali lordi annui (pari all'1,2%) per il conseguimento dell'**autonomia tecnologica** e per l'**innalzamento dei livelli di cybersicurezza** dei sistemi informativi nazionali, oltre ai finanziamenti provenienti dai programmi "Orizzonte Europa" (95.5 miliardi dal 2021 al 2027) ed "Europa digitale" (7.5 miliardi per lo stesso arco temporale) che l'Agenzia per la cybersicurezza nazionale (Acn) sarà chiamata a gestire in quanto Centro nazionale di coordinamento.

Va poi ricordato il noto strumento strategico del Pnrr che, tra il 2021 e il 2026, rilascerà 623 milioni di euro (attribuiti all'Acn quale soggetto attuatore), prevedendo la realizzazione di specifiche progettualità per la creazione e lo sviluppo di prodotti e servizi all'avanguardia per la gestione del rischio *cyber*. Certamente questi fondi non saranno sufficienti ad allineare nel breve termine l'Italia alle migliori best practice europee e mondiali, ma segnano un deciso passo in avanti sulla strada verso l'ammodernamento e la messa in sicurezza delle infrastrutture IT e OT del Paese.

Un ulteriore segnale che conferma l'impegno italiano sul tema della sicurezza *cyber* è la costituzione e l'attivazione - a inizio luglio - del

**AL DI LÀ DEGLI STRUMENTI  
NORMATIVI DI CUI IL PAESE  
SI STA DOTANDO, EMERGE  
CHIARO LO SFORZO NEL  
DESTINARE RISORSE  
FINANZIARIE PER IL  
SODDISFACIMENTO DI BISOGNI  
SPECIFICI IN AMBITO CYBER.**



Centro di valutazione e certificazione nazionale (Cvcn) presso l'Acn: un tassello fondamentale per la realizzazione della missione istituzionale dell'Agenzia, cioè incrementare il livello di *cyber-resilience* del Paese potenziando la capacità di difesa cibernetica.

Il Cvcn va in particolare a rafforzare e rendere effettivo il cosiddetto **Perimetro di sicurezza nazionale cibernetica**, un "perimetro" rappresentato da tutte quelle istituzioni e aziende che, con decreto della Presidenza del Consiglio, sono state inserite nel novero delle "infrastrutture critiche" nazionali: trattasi di quelle entità da cui dipende la prestazione di un servizio o l'esercizio di una funzione essenziali per lo Stato. Spetterà infatti al Cvcn assicurare che gli enti ricompresi nel perimetro si dotino di **tecnologie e prodotti che rispondano a specifici criteri di sicurezza cibernetica**, tali da garantire elevati standard di resilienza agli attacchi. Sarà sempre lo stesso Centro, inoltre, a dover rilasciare certificazioni sulla sicurezza cibernetica, in base ai migliori standard esistenti o elaborandone di propri, laddove quelli in essere risultassero inadeguati. Il Cvcn sarà di grande supporto nel **rafforzamento dello "scudo cibernetico"** sul perimetro e contribuirà in maniera determinante ad accrescere il know-how nazionale sulla capacità di valutare le tecnologie di questo dominio specialistico.

Le ultime rilevazioni ufficiali

**LA PUBBLICA**  
**AMMINISTRAZIONE È**  
**L'OBIETTIVO PRIVILEGIATO DI**  
**THREAT ACTORS NAZIONALI**  
**E INTERNAZIONALI E,**  
**PURTROPPO, ALLO STATO**  
**ATTUALE LE ISTITUZIONI**  
**PUBBLICHE NON POSSEGGONO**  
**ANCORA LE COMPETENZE E**  
**TECNOLOGIE NECESSARIE**  
**A FRONTEGGIARE**  
**ADEGUATAMENTE LE MINACCE.**

contenute nella Relazione annuale sulla politica dell'informazione per la sicurezza evidenziano come, anche nel corso del 2021, gli attacchi *cyber* abbiano continuato a interessare prevalentemente le infrastrutture informatiche della Pubblica amministrazione (69%, sebbene in diminuzione di 14 punti percentuali rispetto al 2020). Le attività malevole aventi come target la PA hanno riguardato per lo più le Amministrazioni centrali dello Stato (ben il 56%, in aumento del 18% rispetto all'anno 2020), le infrastrutture IT degli enti locali e le strutture sanitarie (queste ultime per un complessivo 30% sul totale del 69%). Il restante 31% degli attacchi ha interessato invece soggetti privati. È chiaro quindi che la **PA** sia **l'obiettivo privilegiato di threat actors nazionali e internazionali** e, purtroppo, allo stato attuale le istituzioni pubbliche non posseggono ancora le competenze e tecnologie necessarie a fronteggiare adeguatamente le minacce - in particolare di nuova generazione - che si presentano con sempre maggiore intensità e sofisticazione e in modo particolarmente subdolo.

Per lavorare al contenimento di queste criticità, una delle strategie più promettenti è quella di **sviluppare moduli di cyber intelligence**, integrati in un'unica suite con le più recenti tecnologie e **supportata da algoritmi di intelligenza artificiale** dedicati. Il sistema messo a punto da *Cy4Gate*, ad esempio, è frutto



della collaborazione con partner industriali e con istituzioni del mondo accademico e della ricerca e mira a fornire una strutturata capacità di *decision intelligence* all'amministrazione acquirente per analisi di big data tramite l'impiego di algoritmi di IA necessari a trasformare i dati in preziosi *insight*. Questi ultimi permetteranno agli operatori di ottenere informazioni volte alla realizzazione - tra l'altro - di un quadro di dettaglio sulle minacce emergenti e sulle possibili modalità di reazione, onde evitare che un potenziale attacco *cyber* possa essere portato a compimento e per limitarne la portata qualora vada a buon fine.

Nel panorama della *cyber* sicurezza in Italia, insomma, le sfide restano numerose e cospicue; tra queste vi è sicuramente l'autonomia strategica nazionale, che rappresenta una delle colonne portanti della "**Strategia nazionale di cybersicurezza 2022-2026**". Il menzionato documento strategico, infatti, ha individuato tre **obiettivi fondamentali da perseguire: protezione, risposta e sviluppo**. Proprio con l'obiettivo "sviluppo", il Paese intende dare una risposta all'emergente bisogno di maturare, a livello nazionale ed europeo, la capacità di creare delle idonee tecnologie digitali, implementare attività di ricerca avanzata e stimolare la competitività industriale, affinché le imprese possano essere in grado di rispondere alle nuove esigenze di un mercato effervescente e in continua evoluzione.



# CYBER SECURITY: UNA PRIORITÀ E UNA SFIDA CONTINUA

PER VINCERLA ABBIAMO REALIZZATO IL CLOUD COMELIT PROPRIETARIO  
E LOCALIZZATO I NOSTRI SERVER A FRANCOFORTE



di **MIRKO BONA DEI**  
e **GIOVANNI**  
**DI CAIRANO**

Chief Architect di Comelit  
e Product manager e  
marketing researcher di  
Comelit

“In Comelit **la cyber security è una priorità** - dichiara **Mirko Bonadei, Chief Architect di Comelit** - dedichiamo il massimo impegno per rendere i nostri sistemi sempre più sicuri attraverso protocolli stringenti”. Un settore particolarmente sensibile in relazione alla sicurezza dei dati è proprio la TVCC. “Una volta il settore della videosorveglianza era davvero a Circuito Chiuso, come suggeriscono le due CC della sigla - interviene **Giovanni di Cairano, product manager e marketing researcher di Comelit** - oggi non è più così, il “circuitto” non è più chiuso, i dati vengono trasferiti nel Cloud dalla rete e la rete spesso rischia di essere una “porta aperta” per chi ha intenzioni malevole. **La sicurezza informatica è oggi più che mai una necessità**”.

Per rendere sempre più sicuri i suoi prodotti Comelit ha **investito risorse e competenze** e messo in campo una serie di azioni per **implementare la miglior soluzione possibile**: “In primo luogo abbiamo contingentato le operazioni svolte da terze parti, i fornitori dei prodotti, richiedendo standard più alti di quelli normalmente utilizzati - spiega Bonadei -. Abbiamo creato una **nuova piattaforma Cloud Comelit localizzata in Europa, a Francoforte**, con protocolli di sicurezza molto alti e soprattutto di proprietà Comelit, azienda italiana che non ha alcun tipo di obbligo o vantaggio nella

**PER RENDERE**  
**SEMPRE PIÙ SICURI**  
**I SUOI PRODOTTI**  
**COMELIT HA**  
**INVESTITO RISORSE**  
**E COMPETENZE E**  
**MESSO IN CAMPO UNA**  
**SERIE DI AZIONI PER**  
**IMPLEMENTARE LA**  
**MIGLIOR SOLUZIONE**  
**POSSIBILE.**



Approfondisci  
il tema TVCC  
Comelit &  
Cybersecurity



condivisione dei dati con terze parti. Inoltre sono stati implementati **sistemi di back up e disaster recovery multiregion**: la ridondanza dei sistemi consente infatti di migliorare la disponibilità dei dati anche in caso di eventi imprevisti. Ma non ci siamo fermati, abbiamo anche attivato un **monitoraggio delle attività della piattaforma attraverso sistemi di Intelligenza Artificiale** che controllano l'accesso e l'attività degli account sulla piattaforma stessa e che sono in grado di rilevare **non solo le intrusioni**, cioè i tentati accessi non autorizzati, ma **anche i comportamenti non allineati alle autorizzazioni dei singoli account**. In questo modo, se qualcuno dovesse utilizzare un account per fare operazioni che normalmente quel tipo di account non fa, l'evento verrà rilevato e segnalato". Non solo gli operatori/account sono costantemente monitorati, ma anche la stessa infrastruttura è sottoposta a cadenza regolare a un **vulnerability test** per verificare se il livello di sicurezza è adeguato alle nuove possibili minacce. I tre principi della sicurezza informatica sono **confidenzialità**, nel senso che l'accesso ai dati deve esser consentito solo a chi è autorizzato, **integrità**, ovvero i dati devono essere conservati senza essere manipolati, e infine **disponibilità**: i dati devono essere accessibili e disponibili nel più breve tempo possibile. "Se per qualsiasi ragione l'infrastruttura Comelit dovesse "cadere", o essere danneggiata, sarà ricostruita in modo automatico al 99%, riducendo al minimo l'intervento e l'errore umano", spiega Bonadei.



**SCEGLIERE COMELIT SIGNIFICA SCEGLIERE UN'AZIENDA CHE METTE LA SICUREZZA E LA PROTEZIONE DEI DATI DEI PROPRI CLIENTI AL CENTRO DELLE SUE PRIORITÀ, INVESTENDO RISORSE PER GESTIRLI E TUTELARLI CON RESPONSABILITÀ, TRASPARENZA E LIBERTÀ DA OBBLIGHI DI CONDIVISIONE STATALI.**

# Le fiere in una parola? *Relazione*

UN RITORNO DAL VIVO ALL'EVENTO LIGHT&BUILDING:  
LA FIERA LEADER MONDIALE DELL'ILLUMINAZIONE  
E DELL'EDILIZIA INTELLIGENTE

“Con le fiere il *vero lavoro* comincia dopo la chiusura: quando si inseriscono nel CRM i contatti raccolti o si aggiornano le note dei clienti storici e si riflette sulle percezioni che l'evento ci ha restituito”.



di **PIERLUIGI MONTICELLI**

Export Area Manager  
Comelit

Pierluigi Monticelli, Export Area Manager di Comelit, è da poco rientrato da Light&Building: la fiera leader mondiale dell'illuminazione e dell'edilizia intelligente svoltasi a Francoforte ad inizio ottobre, dopo una lunga serie di rinvii dovuti alla pandemia. “Un ritorno dal vivo che abbiamo lungamente atteso - conferma Monticelli - durante il Covid ci sono state alcune fiere virtuali: penso che nulla possa sostituire la partecipazione fisica ad un evento



The card

**LA COSA PIÙ IMPORTANTE  
È FARSI ACCOMPAGNARE  
DALL'ENTUSIASMO, DALLA VOGLIA  
DI RACCONTARE LA NOSTRA  
AZIENDA E DI ASCOLTARE.**



così. Forse in un lontano futuro, con l'ulteriore sviluppo del metaverso, ma non ora. **Una fiera è per prima cosa relazione: con i clienti acquisiti e potenziali e con il personale delle filiali locali**".

Il panorama delle fiere è decisamente vasto ed è opportuno **selezionarle con cura**: "Per individuare la fiera "giusta", cioè quella che massimizza gli obiettivi, - spiega Monticelli - ci si può affidare all'esperienza, ai dati, alle presenze dei concorrenti e dei partner, ma il mio consiglio è sempre **andarci di persona**. Il clima e il tenore delle relazioni che si possono stabilire si avvertono sul posto e sono informazioni importanti per decidere se sia il caso di viverla da espositori nell'edizione successiva".

Uno strumento, le fiere, che nella strategia aziendale non sono una semplice attività promozionale, ma molto di più: "Il successo della partecipazione ad una fiera ha vari livelli di lettura perché è uno strumento che si presta a **diverse finalità e diversi obiettivi** legati al prodotto e alle relazioni, interne ed esterne. Quanto al prodotto l'obiettivo è intuitivo: **esporre le novità**, sottolineare la completezza e l'integrazione tra le varie famiglie di prodotti, spiegare l'utilizzo e la programmazione e il corretto rapporto tra costo e prestazioni. Ma le fiere sono **essenziali anche per le relazioni interne**: ad esempio per fare squadra con le filiali locali

e conoscere da vicino la loro realtà. Inoltre sono determinanti per le **relazioni con i clienti**, sia con quelli storici con cui si rinnova un patto di fedeltà, sia con quelli potenziali. E ancora, la fiera si rivela utile anche per **monitorare la concorrenza**".

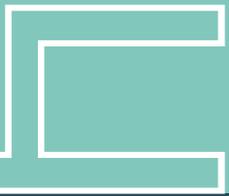
Se la fiera è soprattutto relazione è utile programmare attività collaterali che funzionino da catalizzatori per la relazione. I clienti ricordano con piacere gli eventi collaterali, sono un'occasione per conoscersi meglio e sono molto efficaci. Dedicare attenzione alla preparazione della fiera è importante ed è essenziale programmare incontri ed attività. Ma la cosa più importante è **farsi accompagnare dall'entusiasmo, dalla voglia di raccontare la nostra azienda e di ascoltare**. E non dimenticare che la fiera è solo una semina: se vogliamo raccogliere i frutti, il vero lavoro viene dopo.



**Comelit a  
Light + Building  
2022**



# Comelit at Light&Building



#Comelitandyou  
#Comelitrelation





#Wearerelation  
#Peopleisource



#ComelitWithYouAlways  
#standtogether



**“With You. Always”:  
la vicinanza alle persone**

IN COMELIT, INIZIA IN AZIENDA, CON I PROPRI COLLABORATORI

the comelit

**Per Comelit mettere al centro dei nostri obiettivi le persone significa, innanzitutto, essere vicini ai nostri collaboratori, a chi lavora ogni giorno con noi ed è alla base del processo di crescita di cui la nostra azienda è protagonista.**



### di SILVIA BRASI

Presidente di Comelit e Direttore delle risorse umane

Il successo di Comelit si fonda sulle sue persone: è per questo che, quando abbiamo coniato il nostro nuovo claim “With You. Always”, abbiamo pensato prima di tutti a loro.

**Silvia Brasi, Presidente e Direttore HR di Comelit Group**, non ha dubbi: la crescita di un’azienda è frutto del lavoro e dell’impegno comune di tutti coloro che la vivono in prima persona, quotidianamente. **Condividere con loro i risultati** di questo sviluppo è dunque eticamente naturale: “Da 23 anni, ininterrottamente, distribuiamo un **premio di risultato**, condiviso con le rappresentanze sindacali, a tutti i nostri collaboratori, che in media è di circa 2000 Euro all’anno. Questo premio è calcolato in base ad una serie di parametri tra cui il margine operativo lordo e la crescita del fatturato aziendale e gode della **tassazione agevolata** al 10%. Anche quest’anno è stato erogato a luglio e, considerando l’andamento al rialzo dei prezzi di moltissimi generi di prima necessità, credo proprio sia stato un premio particolarmente gradito. Da qualche anno è inoltre possibile caricare una parte o l’intero premio su una **piattaforma Welfare** usufruendo dell’intero importo del premio senza tassazione. La piattaforma consente quindi di utilizzare l’importo in

numerosi servizi: buoni acquisto, viaggi, formazione, rette scolastiche, sanità, trasporti e molto altro ancora”.

**Il premio di risultato è in Comelit sinonimo di condivisione:** “Come dicevo, la crescita di Comelit in questi anni è frutto dell’impegno, dell’entusiasmo, della responsabilità, della dedizione agli obiettivi aziendali da parte dei nostri collaboratori. È giusto che anche loro possano quindi beneficiarne. Vorrei inoltre sottolineare che, nel 2020, nonostante le difficoltà causate dalla pandemia, a fronte di una flessione del fatturato, i nostri collaboratori non solo sono cresciuti in numero ma hanno comunque ricevuto

**IL PREMIO DI RISULTATO È IN COMELIT SINONIMO DI CONDIVISIONE: LA CRESCITA DI COMELIT IN QUESTI ANNI È FRUTTO DELL’IMPEGNO, DELL’ENTUSIASMO, DELLA RESPONSABILITÀ, DELLA DEDIZIONE AGLI OBIETTIVI AZIENDALI DA PARTE DEI NOSTRI COLLABORATORI.**



---

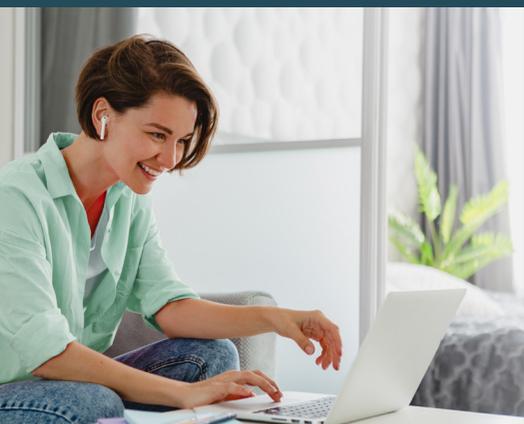
COMELIT WELFARE

work



life

balance



A LUGLIO È AVVENUTA UNA VERA E PROPRIA EVOLUZIONE: È ENTRATA IN VIGORE UNA NUOVA FORMA DI REGOLAMENTAZIONE DELLO SMART-WORKING, MODALITÀ DI LAVORO CHE ABBIAMO SPERIMENTATO NEL PERIODO PANDEMICO E CHE ORA VOGLIAMO GARANTIRE IN MODO STRUTTURATO A CIRCA 190 TRA I NOSTRI COLLABORATORI DI BERGAMO E ROVETTA, CHE SVOLGONO MANSIONI COMPATIBILI CON QUESTA MODALITÀ



regolarmente il premio di risultato che abbiamo deciso di integrare, a fine anno, con un ulteriore bonus, proprio per ringraziarli dell'impegno speciale ed eccezionale che avevano messo in campo per affrontare questa difficilissima contingenza".

Ma il welfare in Comelit non si ferma qui: "Da sempre le persone sono al centro della nostra visione. E, dallo scorso anno, la scelta del claim "With You. Always" è stata accompagnata da una politica aziendale ancor più strutturata in tal senso: "L'attitudine a **valorizzare e gratificare i nostri collaboratori** appartiene al DNA aziendale. - continua Silvia Brasi - Da tempo, quando nasce un bambino o quando un collaboratore si sposa, riceve un regalo e un buono. Dallo scorso anno abbiamo inoltre istituito delle **borse di studio** per i figli dei nostri collaboratori che si diplomano o si laureano: il primo anno ne sono state erogate 7".

Ma è a **luglio** che è avvenuta una vera e propria evoluzione: è infatti entrata in vigore una **nuova forma di regolamentazione dello smart-working**, modalità di lavoro che abbiamo sperimentato nel periodo pandemico e che ora **vogliamo garantire in modo strutturato a circa 190 tra i nostri collaboratori di Bergamo e Rovetta**, che svolgono mansioni compatibili con questa modalità. È una scelta che esprime una cultura aziendale sempre più vicina e attenta al **work life balance** e introduce un nuovo concetto di lavoro basato su responsabilità, obiettivi e performance da raggiungere, oltre a coniugarsi con il **percorso di sostenibilità** che stiamo introducendo

all'interno della nostra azienda: meno spostamenti, meno CO<sub>2</sub>, meno traffico. È sicuramente una rivoluzione culturale aziendale, così come l'estensione prevista dal 1° luglio dell'**orario flessibile**. Questi nuovi strumenti sono stati accompagnati da una attività di coaching dedicata ed estesa a tutta l'organizzazione, conclusasi da poco".

Ultima ma non per importanza la **salute**: "Per contratto in Comelit dal 2021 tutti i collaboratori godono delle agevolazioni sulle prestazioni sanitarie previste dal fondo Metasalute. A partire da gennaio scorso, abbiamo scelto di aderire al Piano C che estende queste prestazioni e amplifica le agevolazioni".

Un programma, dunque, particolarmente articolato e strutturato di interventi: "L'obiettivo - conclude la presidente di Comelit - è quello di avere collaboratori che vivano sempre meglio la propria condizione lavorativa in Comelit e, in prospettiva, siamo certi che ci permetterà di rendere la nostra azienda sempre più attrattiva anche per i giovani talenti di cui costantemente siamo alla ricerca. Investire sulle persone è la vera strada per continuare a crescere".

+ SMART WORKING  
+ ORARIO FLESSIBILE  
+ SALUTE



# COMELIT MAIN PARTNER DELL'EVENTO TEDXBERGAMO 2022 - OXYGEN

"IDEAS WORTH SPREADING"



Comelit è stata al fianco di **TEDxBergamo** per l'edizione 2022. La settima edizione della conferenza multidisciplinare, gestita dall'Associazione Culturale X Bergamo ETS ed animata da speaker e diversi performer, si è svolta lo scorso 25 settembre al Teatro Donizetti, con tema OXYGEN.

"Comelit ha deciso di legare il proprio brand all'evento TedxBergamo perché sposa a tutto tondo la filosofia del

brand e crede fortemente nel valore della sua formula: "**ideas worth spreading**" (idee che val la pena diffondere). Non di meno la volontà di **supportare le iniziative locali** che accrescono l'attrattività del nostro territorio e creano un ambiente favorevole per **nuovi talenti**. Vogliamo contribuire alla divulgazione di nuovi trend ed essere in prima linea nello **stimolare il confronto su nuove opportunità** capaci di migliorare la



**Intervista a  
Edoardo Barzasi**



qualità della vita” spiega **Silvia Brasi, Presidente e Direttore HR di Comelit Group.**

“Il tema di questa edizione, OXYGEN, riveste per noi un significato di particolare rilievo. - continua Silvia Brasi - **Siamo consapevoli di ciò che “ci ossigena”** ed è davvero vitale per noi: sono **tutte le persone che ruotano attorno alla nostra realtà: i collaboratori** che sono alla base del processo di crescita di cui la nostra azienda è protagonista, i **clienti** che decidono di riporre fiducia nella nostra azienda e i **partner** che ci supportano costantemente.

Ma non solo, OXYGEN per Comelit rappresenta anche la necessità di **porre al centro della strategia di un’impresa la sostenibilità** in tutti i suoi aspetti, economici, sociali e ambientali. Un impegno che si esprime attraverso scelte quotidiane e rappresenta una concreta ed originale declinazione del concetto di prossimità del claim “With You. Always”.

Supportare il TEDxBergamo OXYGEN è dunque per Comelit un’occasione per diffondere idee, respirare aria nuova, confrontarsi con altre realtà e cercare insieme nuove chiavi di lettura e possibili risposte alle sfide di oggi e domani.

“Per questo abbiamo **coinvolto i nostri collaboratori** in un contest estivo che ha premiato con **10 ingressi esclusivi** per l’evento, abitualmente sold out in pochi giorni. Li abbiamo invitati a scattare una foto sul tema della sostenibilità e ad inviarcela con una breve motivazione. Una votazione aperta ha decretato i vincitori che hanno vissuto il TEDx Bergamo da protagonisti. Anche in questo caso “With You. Always” sottolinea Silvia.

# È firmato Comelit l'impianto di rilevazione fumi dello store Nike a Orio Center

SICUREZZA, AFFIDABILITÀ E COMPETENZA ALLA BASE DELLA  
SCELTA DI OPRANDI SRL, CHE NE HA CURATO L'INSTALLAZIONE

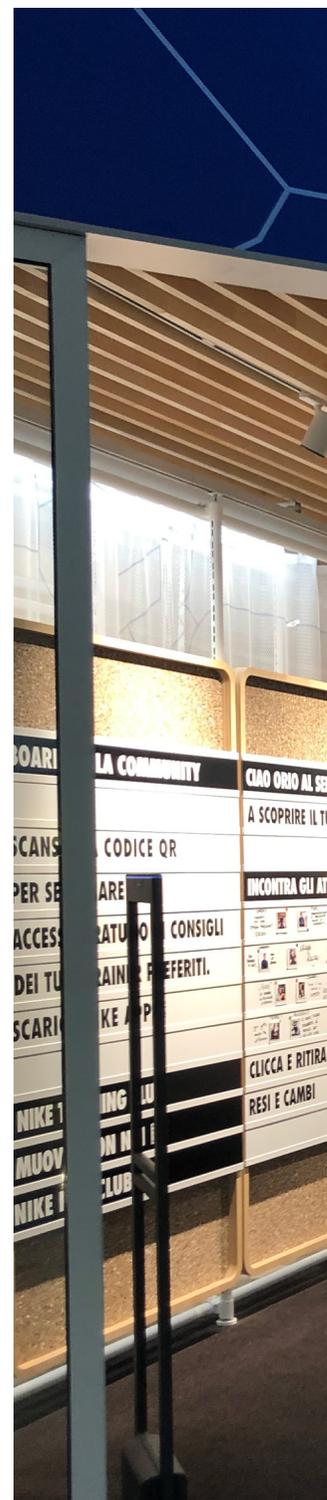
**“Just do it!” recita lo slogan di Nike, azienda che di brand se ne intende, “With You. Always” è la risposta di Comelit che ha fornito ad Oprandi srl l'impianto di rilevazione fumi del punto vendita Nike di Orio Center. L'azienda ha scelto di affidarsi a Comelit e alla sua esperienza trentennale in Ricerca e Sviluppo in ambito di sistemi di rivelazione incendio.**

Lo scopo primario di questi sistemi è proprio quello di garantire la sicurezza a persone e beni e Comelit mette a disposizione di ogni installatore le più avanzate ed innovative tecnologie per garantire in ogni contesto **sicurezza e un supporto a 360 gradi**, dalla progettazione fino alla messa in servizio dell'impianto.

Il negozio monomarca ad Orio Center è stato oggetto di un restyling che ha interessato anche gli impianti, e tra loro l'impianto di rilevazione fumi. “Ci ha contattati l'azienda che

si stava occupando degli interventi, la Oprandi S.r.l. - spiega **Stefano Ranica, product specialist di Comelit** - Ci siamo immediatamente attivati per valutare la tipologia di impianto che avrebbe potuto offrire **le migliori garanzie di efficienza ed efficacia”**.

L'impianto prevede diversi puntiformi ancorati al soffitto, pulsanti di rilevazione manuale, targhe ottico acustiche e una centrale antincendio della serie **LogiFire**, con certificazioni secondo **EN 54-2** ed **EN 54-4**, ma





## EN54-13

CERTIFICAZIONE CHE SPECIFICA E CERTIFICA QUALI DEBBANO ESSERE I REQUISITI PER LA COMPATIBILITÀ E LE POSSIBILITÀ DI CONNESSIONE DEI COMPONENTI DI UN SISTEMA DI RIVELAZIONE E DI SEGNALAZIONE D'INCENDIO

ALCUNE  
TELECAMERE DI  
VIDEOSORVEGLIANZA  
SONO DOTATE DI VIDEO  
ANALISI, UN SISTEMA  
SMART CHE CONSENTE  
DI ANALIZZARE LA  
REGISTRAZIONE IN  
TEMPO REALE.

soprattutto conforme a **EN54-13**. Quest'ultima in particolare è una certificazione molto importante e caratterizzante perché pochi produttori la mettono a disposizione. **Il vantaggio per un installatore?** La norma EN54-13 specifica e certifica quali debbano essere i requisiti per la compatibilità e le possibilità di connessione dei componenti di un sistema di rivelazione e di segnalazione d'incendio. **L'integrità e la funzionalità del sistema sono quindi garantiti** dalla certificazione, senza la necessità che il professionista debba condurre ulteriori verifiche. Questa importantissima



certificazione **ottenuta dalla gamma LogiFire** è anche citata nel Codice di Prevenzione Incendi, Capitolo S.7.5 Sistemi IRAI, come requisito **obbligatorio** per poter considerare la soluzione conforme per una corretta progettazione, installazione ed esercizio dell'impianto rivelazione incendio.

“I dispositivi sono collegati in un unico loop, ma ciascun dispositivo ha a bordo un meccanismo che consente, in caso di guasto, di isolare l'elemento non funzionante senza quindi compromettere il funzionamento dell'impianto - spiega Ranica - Nello stesso modo è possibile individuare quale dispositivo ha generato il problema per localizzare il punto d'origine e agire tempestivamente”.  
**Sicurezza a 360°:** in caso di rilevazione di fumo l'impianto non solo attiva l'allarme ma agisce anche sul condizionatore chiudendo l'accesso all'aria condizionata, per evitare di alimentare il principio di incendio.

**Ottimizzazione delle risorse e garanzia di sicurezza** sono al centro dei progetti Comelit: “ La realizzazione di un impianto di questo tipo ha consentito di utilizzare meno metri di cavo rispetto a quelli che sarebbero stati utilizzati in un sistema convenzionale ed ha aumentato il grado di sicurezza del negozio -



**"LA POSSIBILITÀ DI COLLABORARE CON UN RESPONSABILE DI PRODOTTO ESPERTO E DI STUDIARE INSIEME UNA SOLUZIONE INNOVATIVA CAPACE DI RISPETTARE IL BUDGET E DI OFFRIRE UN SERVIZIO MIGLIORE, PER NOI È STATA LA SCELTA VINCENTE."**

**Mattia Oprandi, Titolare di Oprandi S.r.l.**

prosegue Ranica - Naturalmente la modalità di realizzazione dell'impianto è stata condivisa con lo studio associato **Scandella Giancarlo** che si è occupato della progettazione del sistema".

Da segnalare l'estrema duttilità dei materiali utilizzati da Comelit: "È possibile programmare in modo differente la sensibilità dei puntiformi, in modo da avere parametri ancora più stringenti durante le ore in cui il negozio non è presidiato - spiega

Ranica - un plus molto importante della gamma".

Anche **Mattia Oprandi, titolare della Oprandi S.r.l.** è soddisfatto della collaborazione con Comelit: "La possibilità di collaborare con un responsabile di prodotto esperto e di **studiare insieme una soluzione innovativa capace di rispettare il budget e di offrire un servizio migliore**, per noi è stata la scelta vincente". Nata da un'azienda precedente, la Oprandi S.r.l. è una start up atipica, pur avendo solo un anno alle spalle può contare su personale esperto e capace, oltre a numerose relazioni consolidate. "Siamo molto soddisfatti dell'impianto realizzato - conclude Oprandi - inoltre, credo sia utile segnalare la **puntualità nella consegna dei materiali**. Non ci sono state difficoltà di approvvigionamento e questo è essenziale perché ci permette di rispettare gli impegni presi con il cliente e di coordinare al meglio i lavori all'interno del negozio".

# Il superlusso a Bangkok sceglie Comelit

UN IMPIANTO VIDEOCITOFONICO PER IL COMPLESSO RESIDENZIALE NARASIRI KRUNGTHEP KREETHA

Immaginate un complesso residenziale con 86 ville unifamiliari in stile “Renaissance Revival”, simili cioè alla New York di fine Ottocento, realizzate in un’area di oltre 9 ettari, con un parco di 16mila metri quadri, piscine, clubhouse e un parco giochi ispirato ad Alice nel paese delle Meraviglie. Immaginate tutto questo nell’area metropolitana di Bangkok, la città più popolosa della Thailandia ed una delle più economicamente dinamiche del Sud Est Asiatico.

State immaginando **Narasiri Krungthep Kreetha**, il complesso residenziale progettato e realizzato dal **gruppo Sansiri**, il principale sviluppatore immobiliare di lusso e superlusso della Thailandia. Il gruppo Sansiri in oltre 38 anni di esperienza ha realizzato più di **300 progetti immobiliari** in ogni segmento per un totale di 15 milioni di metri quadri, offrendo alle oltre **300.000 famiglie** per cui ha costruito case non solo l’abitazione ma esperienze, comfort e benessere.

Per la realizzazione dell’impianto di videocitofonia del nuovo complesso, Sansiri ha scelto il System Integrator Virasa Corporation che ha individuato

Comelit come partner per questo prestigioso incarico.

La sfida che ha posto questo lussuoso complesso era rappresentata dalla distanza tra le singole unità abitative e l’ingresso principale dove è localizzata la portineria e caratterizzato da un imponente cancello di 12m da cui si dipartono strade lastricate in mattoni a spina di pesce che conducono alle abitazioni e ai principali servizi. La soluzione proposta da Comelit è stata l’**installazione di un sistema wireless** che ha consentito non solo di **evitare chilometri di cablaggio** ma anche di **velocizzare il processo di installazione**.





# 155.230

/METRI QUADRATI/  
L'ESTENSIONE DEL COMPLESSO  
RESIDENZIALE SANSIRI

# 314

GLI APPARTAMENTI GESTITI  
TRAMITE L'INSTALLAZIONE  
DEL SISTEMA WIRELESS COMELIT

**IL GRUPPO SANSIRI,  
PRINCIPALE SVILUPPATORE  
IMMOBILIARE DI LUSO  
E SUPERLUSSO DELLA  
THAILANDIA, HA  
INDIVIDUATO COMELIT  
COME PARTNER PER  
LA REALIZZAZIONE  
DELL'IMPIANTO DI  
VIDEOCITOFONIA DEL  
NUOVO COMPLESSO,  
SANSIRI KRUNGTHAP  
KREETHA.**

In portineria sono stati quindi installati la **pulsantiera 316 touch IP** e un centralino di portineria collegati al gateway multiutente e a un router a banda larga che consentono di raggiungere tramite la rete IP i posti interni e le app Comelit dei residenti. Ogni villa è stata dotata di un **Visto IP**: un campanello smart da parete completo di un pulsante di chiamata, telecamera grandangolare, altoparlante e microfono e ad ogni piano è stato installato un posto interno **Maxi ViP Wi-Fi** per agevolare la comunicazione con la portineria.

**Un sistema videocitofonico smart e attento alla sicurezza del complesso:**

un visitatore potrà citofonare al posto esterno posizionato al cancello di ingresso e attraverso il gateway la chiamata viene trasmessa dal centralino di portineria sia al posto interno Maxi del piano di riferimento

**PARTNERSHIP AFFIDABILI SONO ESSENZIALI PER RAGGIUNGERE**  
**OBIETTIVI AMBIZIOSI, COMELIT LO SA ED È PER QUESTO**  
**CHE OGNI GIORNO È A FIANCO DEI SUOI CLIENTI NON SOLO**  
**CON SOLUZIONI ALL'AVANGUARDIA MA ANCHE E SOPRATTUTTO**  
**CON SERVIZI DEDICATI E DI QUALITÀ.**



sia alla Comelit app sullo smartphone del residente che viene avvisato dell'arrivo di un visitatore. Una volta all'interno del complesso, il visitatore può contattare direttamente il suo ospite grazie al **campanello Visto** con cui ogni villa unifamiliare è equipaggiata. Naturalmente la comunicazione è attiva anche in senso inverso: i residenti possono cioè contattare il centralino di portineria dalla propria app Comelit oppure dal posto interno Maxi posizionato sul loro piano.

La collaborazione tra Visara Corporation e Sansiri Group Thailand proseguirà anche nel **2023** per altri

complessi residenziali come ad esempio il **Narasiri Phaholyotin** per cui Visara ha proposto nuovamente i sistemi videocitofonici Comelit. Partnership affidabili sono essenziali per raggiungere obiettivi ambiziosi, Comelit lo sa ed è per questo che ogni giorno è a fianco dei suoi clienti non solo con soluzioni all'avanguardia ma anche e soprattutto con servizi dedicati e di qualità.

“Collaboriamo con Virasa da diversi anni - commenta **Gianluca Ferretti APAC Regional Manager di Comelit** - e devo dire che hanno sempre dimostrato grande professionalità e capacità di proporre soluzioni innovative ai propri clienti. Sempre per il gruppo Sansiri in passato abbiamo installato diversi impianti, tra cui The Line @ Chatuchak, un condominio verticale di 841 unità. Ma **la soluzione videocitofonica wireless utilizzata a Narasiri Krungthep Kreetha rappresenta una nuova frontiera per i villaggi residenziali estesi in orizzontale**, che troviamo spesso non solo in Thailandia ma anche in Malesia ed Indonesia” Inoltre, con **la piattaforma di gestione impianti** disponibile in versione mobile nell'app MyComelit e in versione web nell'area privata del sito dedicato ai professionisti, Comelit offre a Virasa e a tutti gli installatori uno strumento estremamente utile per il monitoraggio e la manutenzione da remoto degli impianti installati.





10 / THE CHAMPION

# L'evoluzione della videosorveglianza Comelit

INFINITE SOLUZIONI GESTITE  
DA UN'UNICA PIATTAFORMA

**Cloud proprietario localizzato a Francoforte e una nuova gamma di videosorveglianza entry-level, la serie Next, pienamente compatibile con la gamma professionale Advance.**



**di GIOVANNI  
DI CAIRANO**

Product manager  
e market research  
Comelit

Comelit ha lanciato su tutti i mercati la nuova serie di videosorveglianza **Next**: una gamma di prodotti studiata per impianti di piccole e medie dimensioni, come le utenze residenziali, che offre **semplicità d'uso, facilità di installazione e di connessione** e allo stesso tempo **funzioni professionali di Deep Video Analysis**.

**Flessibilità, integrazione e sicurezza** sono dunque le principali caratteristiche della nuova gamma, nativamente connessa al **Cloud Comelit**: la nuova piattaforma proprietaria sita a Francoforte, che consente di gestire in modo totalmente autonomo i dati, senza alcun obbligo e interesse di condivisione degli stessi, garantendo **connessioni sicure, una maggiore tutela dei dati sensibili** e nel complesso un **elevatissimo standard di protezione**.

Con risoluzioni fino al 4K, numerosi modelli di telecamere, housing e macchine di registrazione fino a 32 canali, la serie Next porta con sé un'altra importante novità: la sua perfetta **integrazione con la serie Advance**, la gamma di prodotti high-level di Comelit, ideali per impianti di grandi dimensioni come ospedali o aeroporti.



LA NUOVA SERIE DI VIDEOSORVEGLIANZA NEXT OFFRE UNA  
GAMMA DI PRODOTTI STUDIATA PER IMPIANTI DI PICCOLE  
E MEDIE DIMENSIONI, COME LE UTENZE RESIDENZIALI, CHE  
OFFRE SEMPLICITÀ D'USO, FACILITÀ DI INSTALLAZIONE  
E DI CONNESSIONE E ALLO STESSO TEMPO FUNZIONI  
PROFESSIONALI DI DEEP VIDEO ANALYSIS.



4K

— LA RISOLUZIONE  
DELLE  
REGISTRAZIONI

32

— I CANALI DELLE  
MACCHINE DI  
REGISTRAZIONE

Champion



Scopri tutti  
i prodotti  
della gamma  
Next

Giovanni Di Cairano, **product manager e market research di Comelit** - "Con l'introduzione della serie Next in sostituzione della precedente gamma entry level, **l'integrazione e la comunicazione tra le due gamme è estremamente semplice** sia in termini tecnologici sia in termini estetici permettendoci di proporre soluzioni personalizzate, performanti e all'avanguardia".

**Advance e Next, direttamente da un'unica piattaforma, un'unica App e un unico VMS.** Sarà quindi possibile qualsiasi tipo di mix tra le serie, grazie anche alle similitudini estetiche delle due gamme che condividono gli stessi housing e gli stessi accessori. Questa importante novità consentirà ad ogni professionista di soddisfare **qualsiasi esigenza dei propri clienti**, sia in termini tecnologici che economici, grazie all'**altissimo livello di personalizzazione** degli impianti che Comelit mette a disposizione.

Un'ulteriore novità riguarda infine la possibilità di gestire gli impianti di videosorveglianza Comelit, sia Next sia Advance, anche tramite **Comelit App**, l'app dedicata all'utente finale che consente di **gestire tutte le famiglie di prodotto Comelit**: videocitofonia, antintrusione, domotica e ora anche videosorveglianza.

Sicura, compatibile, flessibile, facile da usare, la serie Next è un ulteriore passo avanti per soddisfare al meglio le richieste dei clienti e soprattutto **garantire la sicurezza di persone, ambienti e anche dei dati più sensibili.**



**ADVANCE E NEXT,**  
**DIRETTAMENTE**  
**DA UN'UNICA**  
**PIATTAFORMA,**  
**UN'UNICA APP E**  
**UN UNICO VMS E**  
**LA POSSIBILITÀ**  
**DI GESTIRE GLI**  
**IMPIANTI ANCHE**  
**TRAMITE COMELIT**  
**APP, L'APP DEDICATA**  
**ALL'UTENTE FINALE**  
**CHE CONSENTE**  
**DI GESTIRE TUTTE**  
**LE FAMIGLIE DI**  
**PRODOTTO COMELIT.**

Advance  
Next

COSA TI È PIACIUTO DI PIÙ?  
FACCELO SAPERE!



WITH  
YOU  
ALWAYS

**COMELIT**