Ilaria Garaffoni

Nuove sfide del security manager nel Retail: abbattere la sindrome del cigno nero

Se il Covid ha puntato i riflettori sul security manager, accentrando ulteriormente su questa figura i principali processi decisionali e funzionali, l'attuale congiuntura sta spostando il focus sui temi del risparmio energetico, della sostenibilità e della sicurezza cyber legata alla migrazione digitale degli store e alla cross canalità. Non più dunque soltanto sicurezza e loss prevention, ma anche ESG, digitalizzazione, gestione dei dati e soprattutto business intelligence per efficientare processi e strategie: i temi di cui si occupa il security manager sono sempre più ampi e complessi. Il tutto in un contesto di carenza di personale e great resignation, unito a difficoltà di approvvigionamento, con conseguenti possibili frizioni nelle supply chain.

Glossarietto

Cigno nero: evento inatteso, raro e impossibile da prevedere

KPI: Key Performance Indicator, valore misurabile di prestazione che dimostra l'efficacia con cui un'azienda sta raggiungendo gli obiettivi

Perdite 2020: costo pari al 2,01% del fatturato, quasi 5 miliardi

Misure di sicurezza adottate nel 2020: costo pari allo 0,6% del fatturato

La videosorveglianza è adottata nel 97% dei casi

La Sicurezza nel Retail in Italia 2021
di Crime e Tech - Transcrime

Tutto converge verso una profonda valorizzazione dell'abilità manageriale del security manager, della sua capacità di adeguarsi o meglio di prevenire le esigenze dei retailer, della sua conoscenza del mercato di riferimento e delle tecnologie di supporto. Tecnologie che a loro volta da tempo convergono su più temi di interesse che vanno ben oltre la sicurezza per abbracciare un utilizzo sempre più ampio e creativo dei metadati che alla security associ automazioni, gestione energetica e dei processi. Per comprendere l'evoluzione del fenomeno e per esplorare le nuove sfide del security manager analizzando il contesto tecnologico e normativo di riferimento, Ethos Media Group ha organizzato il 2 Dicembre a Bologna, in collaborazione con AIPSA e Geovision, una tavola rotonda tra security manager e industria di settore, con varie escursioni nell'attualità. Un primo step di confronto contenutistico in attesa di secsolutionforum 2023.

Un mondo non securitycentrico

C'è poco da girarci intorno: la funzione di security è ancora spesso il brutto anatroccolo, il dipartimento che costa all'azienda senza dare alcun contributo al fatturato. Non è un caso che quasi tutti i budget per la security fisica, laddove disponibili, siano rosicchiati da altre funzioni e che quasi sempre vengano messi a disposizione soltanto a fattaccio avvenuto. E deve anche trattarsi di un fattaccio grave, perché, per limitarci all'osservazione di un fenomeno base come l'aumento del taccheggio, in molti casi può essere più conveniente mettere i furti al passivo piuttosto che investire in sicurezza. Dipartimento che a sua volta è afflitto dalla sindrome da cigno nero. Non stupisce dunque che gli studi di settore, tutti immancabilmente focalizzati sulle differenze inventariali e sui costi ad esse associati, alimentino quella componente ansiogena che spesso si fatica a scollare dalla funzione di security.

Basta cigno nero

Per uscire dalla retorica negativa associata alla sindrome del cigno nero, occorre disporre di sistemi che possano misurare sistemicamente i benefici generabili da efficaci processi e tecnologie o di sicurezza. Strumenti che già esistono, con la business intelligence applicata alla sicurezza. Un esempio? Più alto è il conversion rate e meno si verificano furti cd. per opportunità. Quanti visitatori si trasformano in clienti è un dato estraibile ed analizzabile anche dalla videosorveglianza, ma di fatto incarna un KPI che esula dagli indicatori strettamente di security per migliorare la governance complessiva, perché permette di analizzare le performance di vendita del negozio. E il metro di giudizio per valutare uno store manager è proprio il tasso di conversione: tanto più sarà alto, tanto maggiori saranno – è lecito pensare – la sua attenzione e la sua cura per il cliente. Due temi che a loro volta sono indissolubilmente legati alla riduzione delle perdite. Altro esempio: se il valore del furto medio supera il valore della media degli scontrini, si può evincere che chi ha sottratto il bene sia entrato già con l'intenzione di rubare, mentre una proporzione inversa fa pensare che l'articolo sia stato rubato perché di fatto si è creata un'opportunità. Questo dato può fornire utili spunti di lavoro al customer service.

Letture consigliate

Osservatorio Innovazione Digitale nel Retail "Il digitale nel Retail: dall'idea all'azione" (Febbraio 2022)
Politecnico Milano – osservatori.net

La Sicurezza nel Retail in Italia 2021
Uno studio su perdite, furti e misure di sicurezza
Crime e tech (Transcrime)

Rischi e opportunità delle nuove modalità di checkout – L'evoluzione del negozio con un approfondimento sui sistemi di self-checkout – Crime&tech, spin-off di Transcrime – Università Cattolica del Sacro Cuore

ETHOSACADEMY

in collaborazione con

aipsa
ASSOCIAZIONE ITALIANA PROFESSIONISTI SECURITY AZIENDALE

Aspettando secsolutionforum 2023
The digital event for the security industry

TAVOLA ROTONDA

Nuove sfide del security manager nel Retail: tra security, ESG e cross canalità

Dicembre 2

BOLOGNA
Dalle 10:00 alle 12:30,
a seguire lunch

Saranno presenti

GIULIA GIACOMEL
Gruppo Essilor Luxottica

ALESSANDRO MANFREDINI
AIPSA

GIUSEPPE MASTROMATTEI
BE Bumper Evolution

GIUSEPPE PUTRINO
Fastweb

MAURIZIO SCACCABAROZZI
a2a Smart City

DOMENICO BASILE
P.M. GeoVision

ILARIA GARAFFONI
Moderatrice
Ethos Media Group

Media Partner:

secsolution magazine
www.secsolutionmagazine.it

secsolution
security online magazine
www.secsolution.com

Evento favorito da:

GeoVision

ELECTRONIC'STIME
Più competenza, più soluzioni.

Sala Marte - Royal Hotel Carlton - Via Montebello, 8 Bologna

Ethos Academy srl - academy@ethosacademy.it - www.ethosacademy.it

Condividere i dati

E pensiamo se questi dati fossero messi a sistema e condivisi non solo tra security manager, ma anche tra la funzione di security e altri dipartimenti aziendali come il sales o il marketing, o addirittura con le forze di sicurezza pubblica. Arriveremmo – in un mondo ideale - ad un concetto di *sicurezza partecipata* capace di coinvolgere, in un più efficace partenariato pubblico-privato, anche le forze dell'ordine in un processo di condivisione di informazioni e di best practice che migliorerebbero la governance delle città nel loro complesso. Se pensiamo che negli ultimi anni il retail è diventato bersaglio di criminalità organizzata, che ha trovato proprio nel commercio un modo relativamente facile per reperire denaro e finanziare attività criminali gravi, l'ipotesi non è affatto peregrina.

Agganciare il credito d'imposta

Il passo successivo al coinvolgimento di più dipartimenti della committenza (dal marketing al sales al legacy, oltre all'IT e alla security stessa) sarebbe la costruzione di progetti di vera "ricerca e sviluppo" capaci in qualche modo di agganciare il credito d'imposta stanziato per l'industria 4.0 e prorogato sino al periodo d'imposta in corso al 31 dicembre 2031. Approfondiremo nei prossimi numeri di secsolution magazine.

"Il security manager deve avere un approccio sempre più commerciale, dimostrando analiticamente che i costi associati alla sicurezza presentano un valore in termini di vendita" **(Giulia Giacomel**, Gruppo Essilor Luxottica)

"La security non può rappresentare un limite al business: al contrario è un elemento abilitante, un facilitatore del business. Pensiamo solo all'abbattimento di contenziosi e risarcimenti" (**Giuseppe Putrino**, Fastweb)

"Basta chiamarle perdite: chiamiamole stock accurancy ed entriamo nel tema della governance, intervenendo sulla supply chain per assicurare l'accuratezza dello stock dalla produzione alle casse" (**Giuseppe Mastromattei,** BE Bumper Evolution)

"Affidandosi solo a Direttive cogenti, come il Cyber Resilience Act, si rischia di rendere la sicurezza un mero aspetto di compliance - che è un importante driver ma non certo un sinonimo di sicurezza. Tra i riferimenti a cui affidarsi, inoltre, penso che gli indicatori ESGs possano essere un interessante volàno per stimolare ulteriormente le iniziative in materia di security" (**Alessandro Manfredini**, Aipsa)

"La tecnologia è sempre più integrata; l'AI assolve ormai funzioni di security ma anche safety. Se all'integrazione tecnologica si affiancasse un'integrazione di funzioni aziendali, si farebbero passi da gigante" (**Maurizio Scaccabarozzi**, A2A Smart City)

"La parola chiave è intelligenza artificiale: mappe di calore, conteggio persone, analisi di gender, età, scaffale vuoto, efficientamento e semplificazione del lavoro. La tecnologia è pronta" (**Domenico Basile,** Geovision – Electronic's Time)

In media il 4,1% degli scontrini effettuati tramite casse self-checkout contiene anomalie (errore nella scansione dei prodotti o tentativo di furto)

Cambiare linguaggio

Ma prima di ogni altra cosa è essenziale costruire un linguaggio più friendly, orientato alla crescita del business, piuttosto che al danno che può procurare una differenza inventariale. Un esempio? Smettere di evocare il concetto di loss (perdita) per soffermarsi invece su un approccio di stock accuracy, miglioramento continuo, crescita delle performance e delle opportunità. Perché la sicurezza può – potrebbe, dovrebbe, deve – essere un elemento di competitività produttiva e aziendale capace di contribuire significativamente al miglioramento delle performance, al raggiungimento del target, a quel tasso di conversione che nel retail è cruciale. In un mondo ideale, quando si costruisce il budget aziendale per mettere in commercio un prodotto, si dovrebbe computare anche una componente di security by design e di sicurezza di sistema; dovrebbe in sintesi passare il concetto che per rendere un prodotto competitivo sul mercato, occorre che lo stesso sia sicuro e messo in sicurezza. Che sia un occhiale, un cellulare o una fetta di pecorino dop.