

# La fusione dei distributori AVC: vantaggi e criticità

Il mercato AV Professionale si trasforma: sull'onda di ciò che avviene all'estero si colgono i primi segni di un'aggregazione tra i distributori. Quali vantaggi derivano da questo cambiamento? Quali sfide attendono questi nuovi grandi attori? Che ruolo devono assumere i più piccoli?

► Il fenomeno della concentrazione fra i distributori specializzati nel mercato AV professionale, iniziato quest'anno, potrebbe riconfigurare ruoli e relazioni consolidate da decenni. Giusto quindi porsi alcune domande per riflettere sui temi sostanziali e per capire quali trend ci dobbiamo aspettare.

Ad esempio: è davvero l'inizio di un percorso che porterà alla nascita di pochi grandi gruppi destinati a spartirsi il mercato? Come reagiranno i piccoli e medi distributori e con quali mezzi riusciranno a consolidare il proprio vantaggio competitivo? E ancora, quale identità il mercato saprà premiare? A queste e altre domande cerchiamo di rispondere in questo breve articolo riflettendo soprattutto sugli elementi che secondo noi contano davvero.

## **Il fenomeno della concentrazione**

In un mercato globale sempre più competitivo, come è quello dell'AV professionale,

per mantenere valore è necessario anticipare i trend e avere capacità di investimento. A questi elementi se ne aggiungono altri come: un catalogo sempre più ricco, la continua disponibilità dei prodotti a magazzino, il costo più conveniente e il supporto tecnico.

**“ A chi acquisisce servirà avviare nel dialogo con l'impresa acquisita un circolo virtuoso per far crescere nel modo migliore il capitale umano**

Per tutte queste ragioni a livello internazionale sono molti gli esempi di grandi distributori che stanno facendo acquisizioni per aumentare la propria massa critica. Anche in Italia, seppur con un ritardo fisiologico dovuto alle caratteristiche peculiari del nostro tessuto imprenditoriale, il **fenomeno è iniziato**. Gli esempi più evidenti sono l'acquisizione di Comm-Tec da parte di Exertis e quella di Prase da parte di Midwich.

butori? Sono due gli elementi attorno a cui possono costruire un'alternativa:

- **vicinanza al cliente**; in Italia soprattutto vince il rapporto empatico con il cliente e la disponibilità ad affrontare e risolvere i problemi quotidiani insieme ai system integrator. La familiarità è un territorio più congeniale alle attività più piccole, dove è possibile creare un valore differenziale.

- **servizi di nicchia**. Il mercato, da sempre, è alla ricerca di specializzazione per risolvere problematiche di nicchia che generalmente i grandi distributori, per mancanza di convenienza e/o di competenza faticano a soddisfare. Anche in questo caso può essere strategico per una piccola realtà lavorare in questa direzione.

### Quali obiettivi comuni, nell'interesse del mercato

Per tutti, grandi e piccoli, sarà necessario continuare a lavorare con la passione di sempre e non smettere mai aver voglia di imparare cose nuove.

La tecnologia continuerà ad evolversi, è vero, ma la **creatività** che sarà necessaria per sviluppare nuovi servizi diventerà ancora più importante dell'innovazione tecnologica. E questo sarà il prossimo profondo cambiamento che tutti insieme dovremo affrontare. Creatività e innovazione, due valori che noi italiani abbiamo nel DNA, saranno fondamentali per competere anche a livello globale.

Senza dimenticare la **passione**: non è una voce scritta a bilancio, ma sul bilancio di un'azienda la passione espressa dal capitale umano ha peso specifico importante. ■

Scopri tutti i **Case study** di Sistemi Integrati



### La sfida di chi compera: rispettare il DNA

L'economia del nostro paese, come sappiamo, è caratterizzata dalla presenza dominante di piccole e medie imprese: a chi acquisisce servirà avviare nel dialogo con l'impresa acquisita un circolo virtuoso per far crescere nel modo migliore il **capitale umano**: da un lato è necessario rispettare l'identità e la **cultura aziendale** che corrisponde al valore della stessa azienda, dall'altro si tratterà di far evolvere processi e persone in un'ottica di fusione positiva.

Non esiste infatti fusione o acquisizione di successo senza il rispetto dell'identità: l'operazione deve creare valore e non ridursi semplicemente ad una speculazione finanziaria. E non è certo un discorso scontato dal momento che nei grandi gruppi spesso manca una sensibilità rispetto a questi argomenti che invece rappresentano il fondamento di un percorso soddisfacente sul piano produttivo e di business.

### Il ruolo di chi resta piccolo: vicinanza al cliente e servizi di nicchia

Se veramente sarà questo il trend, quale ruolo si possono ritagliare i piccoli distri-

### SYSTEM INTEGRATOR, C'È SPAZIO PER CRESCERE

*Il fenomeno della concentrazione interesserà sempre più anche le società di integrazione dei sistemi AVC.*

*Perché questa crescita avvenga in modo armonico e queste realtà si mantengano competitive e appetibili al mercato, sarà determinante avere capacità finanziarie solide e adeguate per i progetti più importanti, ma anche l'attitudine a sviluppare nuovi servizi su misura per il cliente, così come oggi fanno con le soluzioni.*

*Questo aspetto probabilmente diventerà centrale nei prossimi anni con l'arrivo dell'IoT e dell'AI, di cui si parla da tanto tempo. Un altro punto fondamentale per i system integrator sarà quello di coltivare sempre più il valore della **User Experience**, alias 'soddisfazione del cliente', il miglior modo per promuovere i benefici della tecnologia, delle soluzioni e dei servizi aggregati e generare interesse nel mercato.*