

CONSYSTEM HA APPROCCIATO IL MERCATO DELL'E-MOBILITY RIVOLGENDOSI PRINCIPALMENTE AI PRODUTTORI DI EV-CHARGER CON UN'OFFERTA MIRATA – CHE SPAZIA DAI MONITOR AD ALTE PRESTAZIONI AI MODULI DI POTENZA – PER ARRIVARE AI CAVI E PERFINO UN SISTEMA RADAR PER SEGNALARE L'OCCUPAZIONE DEGLI STALLI. «SIAMO UN ATELIER DELL'ELETTRONICA», SPIEGA IL GENERAL MANAGER DAVID PONZECCHI. «PROPONIAMO COMPONENTI AD ALTO CONTENUTO TECNOLOGICO PER VINCERE LE SFIDE CHE CI SOTTOPONGONO I NOSTRI CLIENTI». GRAZIE AL RAPPORTO DIRETTO CON I PRODUTTORI, L'AZIENDA PROPONE AI PARTNER UNA VERA E PROPRIA CONSULENZA PER SOLUZIONI TAYLOR MADE

DI MATTEO BONASSI

Alta tecnologia e approccio sartoriale

Consystem opera sul mercato da oltre 40 anni, con un focus particolare sulla distribuzione di componenti elettronici. L'azienda è strutturata in 3 business unit principali. La linea Professional, con cui propone una serie di componenti e sistemi che, nel mercato degli ev-charger, possono essere estremamente utili per coloro che hanno l'esigenza di sviluppare e produrre una colonnina di ricarica particolarmente innovativa e performante (ad esempio monitor ad alte prestazioni, radar adibiti alla motion detection e componenti per la dissipazione termica). La divisione Power è focalizzata su tutti i componenti che riguardano l'alimentazione e la potenza di un dispositivo, uno degli elementi fondamentali nel campo dell'ev-charging. La divisione dedicata al broadcasting invece si occupa di componenti dedicati alla trasmissione delle onde radio e Tv. Abbiamo incontrato il team di Consystem – il general manager David Ponzecchi insieme ai collaboratori Mario Lesinigo, responsabile della business unit Power, Maurizio Celle, responsabile della divisione Professional; e Martino Allisardi, value proposition and marketing leader – per farci raccontare come l'azienda sta operando

per affermarsi tra i fornitori di riferimento del mercato e-mobility, grazie a componenti di qualità ma anche a soluzioni in grado di rivoluzionare il settore, come il radar anti occupazione abusiva degli stalli adibiti alla ricarica. «Quello che differenzia l'approccio al mercato di Consystem è una vision prettamente orientata al servizio e a un dialogo proattivo che ci trasforma in un interlocutore strategico sia per i clienti sia per i fornitori. Non siamo un distributore "da catalogo". Non è nel nostro interesse un approccio volto solo ad aumentare il numero di referenza a listino» precisa David Ponzecchi. «Consystem si propone invece come una sorta di atelier dell'elettronica. Non ci rivolgiamo al nostro cliente chiedendogli semplicemente cosa gli può servire in quel momento. Partiamo da presupposti molto diversi, chiediamo che tipo di problema deve risolvere, che tipologia di sfida tecnologica deve affrontare e anche a quale sfida di approvvigionamento deve rispondere. Il punto di partenza è sempre un'esigenza: spesso può essere di tipo tecnologico ma ancora più di frequente anche di approvvigionamento. Consystem vuole essere un riferimento per risolvere queste problematiche e offrire una vera e propria consulenza in base alle diverse esigenze».

Quando e come Consystem ha iniziato a operare nell'e-mobility?

Mario Lesinigo: «Circa un paio di anni fa, più che altro per capire inizialmente quali prodotti potevano essere interessanti per questo segmento di business. Abbiamo quindi iniziato a dialogare con i nostri fornitori per comprendere come potevamo rispondere alle esigenze dei clienti che operano nel settore. È un mercato molto particolare, visto che in Italia i nostri principali interlocutori sono i cosiddetti Tier One, ovvero dei costruttori e produttori di ev-charger e hypercharger che, per loro background, storicamente preferiscono sposare tecnologie sviluppate internamente dai propri reparti R&D. Consystem ha deciso di affrontare questa sfida ambiziosa e nell'ultimo anno ha siglato una serie di accordi con diversi fornitori in modo da poter garantire una serie di componenti con cui realizzare una stazione di ricarica per veicoli elettrici di altissima qualità».

Come è composta la vostra offerta?

Mario Lesinigo: «Consystem è in grado di fornire moduli di potenza parallelabili con tutte le caratteristiche tecniche necessarie a soddisfare i più alti standard richiesti dal mercato in termini di dialogo e compatibilità con i veicoli, stiamo inoltre

«Abbiamo scelto di non avere a catalogo prodotti in competizione diretta. Proponiamo soluzioni simili, scelte per rispondere a esigenze differenti. Inoltre possiamo contare sulla presenza di un reparto logistico interno»

David Ponzecchi,
general manager

proponendo soluzioni sofisticate e innovative come un radar per evitare lo stallone abusivo. Abbiamo inoltre deciso di introdurre nella nostra gamma filtri di rete: questo perché una colonnina che genera potenza produce anche dei disturbi sulla rete elettrica che necessitano una certificazione e devono rientrare nelle tolleranze previste dalle normative vigenti. Abbiamo da poco stretto un agreement per la fornitura di display ad alta visibilità, quindi in grado di operare anche in condizioni di luce solare diretta. Tra gli accordi più recenti ricordiamo anche quello stretto con Harfig, un produttore di cavi di ricarica, perché anche questo componente è un elemento fondamentale per garantire il buon funzionamento della stazione. Tempo fa si adoperavano cavi raffreddati ad acqua oggi invece questa soluzione non è la migliore perché è soggetta a malfunzionamenti dovuti alle variazioni di temperatura. Quindi si preferiscono i cavi raffreddati ad aria, che devono avere caratteristiche tecniche particolarmente performanti soprattutto se impiegati presso colonnine ad alta potenza.

Chi sono oggi i vostri clienti principali?

David Ponzecchi: «Nell'e-mobility trattiamo con tutti i principali produttori di ev-charger e anche con una serie di start-up. Il nostro approccio distributivo prevede appunto un rapporto diretto sia con i clienti sia con i fornitori. Non abbiamo agenti sul territorio: il nostro modello prevede che l'account sia verticale e che segua tutti i clienti a livello nazionale per quanto riguarda i prodotti di sua competenza»

In base a quali criteri scegliete i prodotti da inserire a catalogo?

Maurizio Celle: «Consystem può essere visto come un sarto in grado di ritagliare un abito su misura per il cliente. Molto spesso non ci limitiamo solo a questo ma, grazie alle nostre competenze, proponiamo anche delle vere e proprie novità che possano avere un impatto sul mercato. Un esempio è sicuramente l'offerta di cui abbiamo accennato prima sul display per le colonnine ma un'altra proposta in questo senso sono stati appunto i radar per evitare l'occupazione abusiva degli stalli adibiti alla ricarica dei veicoli. Riguardo al primo componente, ovvero il monitor, riteniamo che siano davvero una parte importante della stazione di ricarica perché è quella con cui di fatto dialoga l'utente finale. E che lo informa sul processo di ricarica, sullo stato della connessione al veicolo, sul corretto funzionamento della stazione e sul pagamento. Un domani potrebbe avere tutta una serie di funzionalità aggiuntive, trasforman-

dosi in un vero e proprio chiosco di informazioni utile nell'area in cui viene installato; promozioni, iniziative marketing, spot pubblicitari, comunicazioni della PA, solo per fare alcuni esempi».

Il radar per impedire l'occupazione abusiva degli stalli in questo potrebbe davvero segnare una rivoluzione...

Maurizio Celle: «Oggi potrebbe apparire come una tecnologia quasi prematura. Ma Consystem prova anche a intuire una necessità futura di cui in realtà c'è già esigenza. La telecamera ottica crea diversi problemi legati alla privacy, mentre il vantaggio di un radar ad alta frequenza è quello di non riprendere alcun soggetto, ma di segnalare la presenza di un veicolo con una certa precisione. Riassumendo quella di Consystem non è un'offerta che si limita al singolo componente, ma che guarda anche al futuro cercando di anticipare le esigenze di un determinato mercato».

David Ponzecchi: «A questo proposito un altro aspetto che ci differenzia è la scelta di non avere a catalogo prodotti in diretta competizione: abbiamo prodotti simili solo che rispondono a esigenze differenti. Facciamo l'esempio dei display: abbiamo soluzioni tecnologicamente avanzate, ad ampio pollicciaggio e in grado di resistere a condizioni climatiche estreme, ma anche pannelli standard che possono essere una soluzione altrettanto valida per una tipologia di colonnine differenti e destinate ad altro impiego. Consystem, inoltre, si avvale di un reparto logistico interno, che ci consente di controllare al meglio un aspetto che per il nostro business è fondamentale. A questo si aggiunge un'esperienza pluridecennale nel settore dell'elettronica».

Cosa rende particolare il vostro approccio al questo settore?

David Ponzecchi: «La nostra forza vendita agisce sul mercato sotto un duplice ruolo, che a volte coincide e a volte diverge. La stessa persona opera come un account che si occupa di massimizzare le opportunità commerciali con i nostri clienti e spesso è anche product manager, ovvero ha il contatto diretto con il fornitore: un ruolo che gli consente di maturare un altissimo know-how sul prodotto e sulle sue funzionalità. Quindi, la stessa figura è in grado anche di instaurare un dialogo, una relazione commerciale altamente specializzata e competente con il nostro fornitore. Il nostro team può garantire un'attenzione particolare alle esigenze del cliente dal punto di vista commerciale e, dall'altra parte, di avere un focus dedicato al rapporto con il fornitore che ci consente di trasferire ai nostri partner l'alto valore tecnologico dei prodotti che andiamo a proporre. Se non avessimo una struttura così organizzata sarebbe molto complesso, anzi impossibile realizzare i nostri obiettivi e la nostra vision. Questo anche

MARIO LESINIGO
responsabile
business unit Power



L'OFFERTA DI CONSYSTEM

Il distributore, grazie alla partnership con il produttore coreano ODHitec, ha introdotto nella propria offerta un'ampia gamma di display ad alta luminosità transflettivi, che rappresentano la soluzione ideale per tutte le applicazioni che richiedono un alto grado di visibilità in condizioni particolarmente gravose. L'ampio range di temperatura di utilizzo - da -30°C a +80°C - assicura la funzionalità e stabilità del dispositivo in presenza di condizioni meteo avverse. Inoltre l'azienda propone l'IDR-2050: un radar di presenza detection a 60Ghz che, installato su una colonnina di ricarica, è in grado di segnalare l'eventuale occupazione abusiva dello stallone. Il prodotto, realizzato dalla tedesca InnoSent, integra un sensore Fmcw (Frequency-Modulated Continuous Wave Radar) in grado di rilevare presenza, distanza, velocità e direzione di bersagli fermi oppure in lento movimento (fino a 50 km/orari). Il dispositivo è anche in grado di fornire anche una stima del segnale dei target rilevati al fine di una classificazione dello stesso (veicolo, persona o altro).



SPAZIO INTERATTIVO



INQUADRA IL QR CODE PER SCOPRIRE LA GAMMA COMPLETA DI PRODOTTI DEDICATI ALL'E-MOBILITY



perché molto spesso andiamo a proporre soluzioni personalizzate o parzialmente customizzate».

Quanto incide oggi il business delle-mobility sul vostro fatturato e quali sono le prospettive per il futuro?

Mario Lesinigo: «Nell'ultimo periodo abbiamo fatto una grossa campagna promozionale, abbiamo partecipato a tutte le fiere più importanti e dal prossimo anno inizieremo davvero a cogliere i frutti di questi investimenti. Oggi l'incidenza del mondo ev-charging sul fatturato totale è ancora marginale. Ci aspettiamo ovviamente, anche alla luce delle attività in corso, di ricevere grossi ordini che verranno fatturati nel prossimo esercizio fiscale che potrebbero arrivare a pesare nel 2024 il 6/7% del fatturato totale della società».

Il mercato sta evolvendo secondo le aspettative?

David Ponzecchi: «Consystem attualmente sta

«Ci ha stupito positivamente l'evoluzione del mercato degli hypercharger. Un nostro cliente che opera in questo segmento sta crescendo velocemente in Italia e in Europa»

operando una riflessione interna sulle opportunità di business che si presenteranno in futuro. Il mercato in cui abbiamo operato in questi ultimi 5 anni è radicalmente cambiato, per diversi motivi. In primis l'ingresso di nuove generazioni a vari livelli manageriali, mentre il mondo della distribuzione era sotto molti aspetti "vetusto", si guardava molto all'efficienza ma operando con attività meno strutturate e meno attente al panorama internazionale. Ora invece le dinamiche stanno radicalmente cambiando. I nostri core business, che si sono consolidati nel corso degli anni, stanno evolvendo molto rapidamente. Oggi il problema non è intuire dove andrà il mercato nei prossimi 5 anni, ma capire dove saremo tra 10-15 anni. E sicuramente la mobilità elettrica è tra i settori più strategici e in maggiore crescita. A meno che non ci siano improvvisi dietrofront a livello europeo ci apprestiamo a vivere un cambiamento storico epocale».

Secondo voi i bonus colonnine recentemente sbloccati dal Governo per privati e aziende avranno un impatto positivo sul mercato?

Mario Lesinigo: «È molto difficile per una realtà come la nostra avere un riscontro sull'effettivo buon recepimento del bonus colonnine, visto che non siamo un produttore che vende direttamente. Premesso questo, per dare una fotografia di quello che vediamo accadere, c'è ad esempio un nostro cliente che ha registrato una crescita letteralmente esplosiva nella venita di colonnine. Paradossalmente un altro, che è un vero colosso, è più in sofferenza. Non nascondo invece che i numeri in generale ci hanno stupito molto positivamente sul segmento degli hypercharger. Sono numeri davvero importanti. Il cliente che segue questo segmento sta guadagnando quote di mercato importanti in Italia e anche a livello europeo soprattutto grazie agli incentivi che l'UE ha messo a disposizione».

Quali sono i componenti più importanti all'interno di un ev-charger?

Maurizio Celle: «Parlando di colonnine di ricarica, soprattutto in un periodo transitorio come questo, non ci si può permettere di approssimare il mercato con prodotti approssimativi. È davvero importante che tutti i componenti utilizzati all'interno di un sistema di ricarica siano in grado di garantire affidabilità e qualità per evitare malfunzionamenti. Anche perché la grande maggioranza delle colonnine sono installate all'aperto e in ambienti molto critici».

Dato il ruolo di boutique della distribuzione di componentistica elettronica com'è organizzata la comunicazione?

MAURIZIO CELLE
responsabile
divisione Professional



«Grazie alle nostre competenze proponiamo anche delle novità che possono avere un impatto sul mercato. Come ad esempio i radar per evitare l'occupazione abusiva degli stalli»

Martino Allisiardi: «La comunicazione è un pilastro fondamentale della strategia di sviluppo di Consystem. Il nostro punto di partenza per qualsiasi iniziativa di comunicazione e marketing è la comprensione approfondita delle esigenze dei nostri clienti, tenendo conto delle loro diverse necessità e aspettative, sia dal punto di vista tecnologico che dell'utilizzo del prodotto finale. Ci impegniamo a garantire che tutte le informazioni relative ai nostri prodotti e servizi siano facilmente accessibili e comprensibili. Ad esempio, spieghiamo chiaramente come il radar può essere utilizzato per combattere l'occupazione abusiva degli stalli di ricarica, o come i display sunlight readable possono essere un utile strumento per il Digital Out Of Home (DOOH). Ogni comunicazione è personalizzata per rispondere al meglio alle esigenze del cliente. Nel concreto: grazie alla nostra struttura aziendale agile e snella, il team di marketing e comunicazione organizza un meeting di kick-off con lo specialista interno di prodotto per comprendere le peculiarità della proposta tecnologica e come si può applicare in mercati specifici. Inoltre, ci confrontiamo con il fornitore coinvolto per approfondire la discussione e definire strategie e azioni di comunicazione comuni, al fine di rafforzare la presenza reciproca sul mercato tramite campagne congiunte. Successivamente, strutturiamo le diverse strategie comunicative (multitouch sia online che offline) in termini di contenuto, canale, target e relative azioni sui diversi mercati e/o relative nicchie. Infine, siamo sempre alla ricerca di nuovi stimoli per migliorare e rafforzare le competenze comunicative aziendali e sperimentare nuove modalità di comunicazione più incisive, accattivanti e a valore aggiunto. **Ci sono iniziative attraverso cui vi siete distinti nel mondo e-mobility ed eventuali operazioni marketing e di formazione previste per il futuro?**

Martino Allisiardi: «Lato comunicazione e marketing Consystem, in qualità di distributore di componentistica elettronica, si distingue nell'e-mobility grazie a una forte visibilità sia su vari canali e piattaforme digitali sia offline unitamente a contenuti strutturati su misura per accompagnare i nostri clienti alla scoperta delle nuove frontiere tecnologiche del mercato. Un'attività che intendiamo riproporre, per l'ambito dell'e-mobility, riguarda l'uso di video e webinar come momenti di formazione per i nostri clienti e, più in generale, come strumenti di "evangelizzazione tecnologica". Abbiamo già organizzato diversi webinar in diretta sul nostro canale YouTube e sulla nostra pagina LinkedIn, in collaborazione con i nostri fornitori, per presentare alcune delle ultime innovazioni tecnologiche e i loro benefici e vantaggi per l'applicazione finale. Durante questi webinar, i clienti hanno l'opportunità di esplorare vari prodotti e le loro peculiarità. Inoltre, grazie alla presenza sia degli specialisti tecnici di Consystem sia di quelli del fornitore, è possibile fare domande in tempo reale ottenendo risposte "live". Questi contenuti sono facilmente accessibili e possono essere anche rivisti con calma in modalità on demand. Allo stesso modo, i video permettono di vedere il prodotto in azione e di comprendere le sue peculiarità e i benefici tecnologici grazie alla spiegazione dello specialista di prodotto, il tutto in un massimo di cinque minuti. Entro la fine dell'anno, prevediamo di rilasciare dei video di spiegazione del radar IDR-2050, un dispositivo contro l'occupazione abusiva degli stalli di ricarica, per poi proseguire con altri prodotti e webinar dedicati. A partire dal prossimo anno, intendiamo anche sperimentare nuovi canali di comunicazione formativa ancora più diretti». **Quali sono, per concludere, le criticità che ancora frenano la crescita dell'e-mobility in Italia?**

David Ponzechi: «Tutte le rivoluzioni non sanguinose funzionano "con la pancia piena". Ovvero, se guardiamo a queste svolte tecnologiche epocali notiamo che spesso avvengono più facilmente quando non c'è la necessità di assolvere prima ai bisogni fondamentali. Oggi la situazione è piuttosto critica sotto vari punti di vista. Siamo partiti con la guerra in Ucraina all'inizio del 2023, ora in Palestina... Siamo in un contesto che di certo non invoglia e non aiuta questa tipologia di transizioni, anche perché la gente è molto meno propensa agli investimenti. Premesso questo, la scelta di Consystem va in una direzione ben precisa. Stiamo dimostrando con i fatti e con gli investimenti di credere fermamente in questa transizione. Forse non avverrà nei tempi molto stringenti preventivati a livello europeo, ma siamo convinti che questo sarà il futuro».

MARTINO ALLISIARDI
value proposition and
marketing leader



«Ai nostri clienti per esplorare i vari prodotti e le loro peculiarità proponiamo attività di formazione attraverso l'utilizzo di video tutorial e webinar»