

[torna all'indice generale](#)

ISSN: 1824-2219  
© 2005 Edizioni Poli.design  
Prima edizione: giugno 2004

via Durando 38/A – 20158 Milano  
T. +39 02.2399.7206  
F. +39 02.2399.5970  
e-mail: [edizioni.polidesign@polimi.it](mailto:edizioni.polidesign@polimi.it)  
internet: [www.polidesign.net](http://www.polidesign.net)

Stampa: ALLgraphic S.a.S

Venanzio Arquilla e Arianna Vignati hanno curato il presente numero della rivista. In particolare: Venanzio Arquilla si è occupato dei saggi 02/04/07/09, Arianna Vignati si è occupata dei saggi 01/03/05/06, i saggi 08/09 sono stati curati congiuntamente.

Tutti i diritti sono riservati; è vietata la riproduzione non autorizzata, con qualsiasi mezzo effettuata, compresa la fotocopia, la memorizzazione elettronica o altro sistema di registrazione.

Periodico semestrale registrato presso il tribunale di Milano al n° 409 del 7 giugno 2004. L'editore adempie gli obblighi previsti dall'art. 1 del decreto legislativo luogotenenziale 31.8.1945, n. 660.

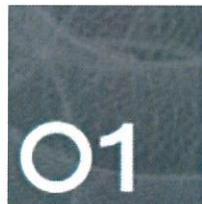
Per contattare la redazione:

SDI | Sistema Design Italia  
via Durando, 38/A  
20158 Milano  
T. +39 02.2399.5942  
F. +39 02.2399.5943

[info@sistemadesignitalia.it](mailto:info@sistemadesignitalia.it)  
[www.sistemadesignitalia.it](http://www.sistemadesignitalia.it)



## La relazione tra design e ICT nei sistemi produttivi locali italiani.



[01 | Imprese e design per una nuova cultura dell'innovazione](#)  
di Antonio Marano  
Agenzia SDI | Chieti

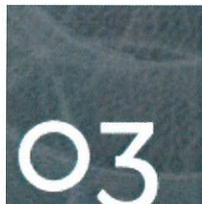
[scarica il PDF](#)



[02 | Design e Information & Communication Technology. Una strategia per la competitività dei distretti industriali.](#)

di Stefano Maffei  
Agenzia SDI | Milano

[scarica il PDF](#)



[03 | Forme consolidate, variabilità dei modelli e ambiti di relazione con la cultura del design dei distretti industriali del mezzogiorno](#)

di Vincenzo Cristallo  
Agenzia SDI | Napoli "Federico II"

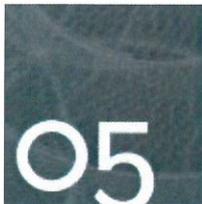
[scarica il PDF](#)



[04 | Un modello di innovazione basato su Design e ICT](#)

di Paolo Ciuccarelli  
Agenzia SDI | Milano

[scarica il PDF](#)



[05 | Il design nella piccola e media impresa dell'area lombarda e triveneta. Il ruolo delle ICT come attivatore d'innovazione organizzativa e progettuale](#)

di Arianna Vignati  
Agenzia SDI | Milano

[scarica il PDF](#)



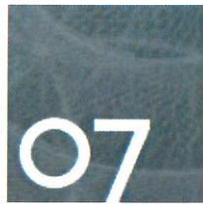
[06 | La metodologia della ricerca e il modello interpretativo](#)

di Arianna Vignati  
Agenzia SDI | Milano

[scarica il PDF](#)

[07 | Un modello di lettura dei casi studio](#)

di Venanzio Arquilla  
Agenzia SDI | Milano



[scarica il PDF](#)



[08\\_A | AGAC Beghelli](#)  
di Daniela Sangiorgi  
Agenzia SDI | Milano

[scarica il PDF](#)



[08\\_B | Consorzio 21](#)  
di Loredana Di Lucchio  
Agenzia SDI | Roma

[scarica il PDF](#)



[08\\_C | Giacomini](#)  
di Arianna Vignati  
Agenzia SDI | Milano

[scarica il PDF](#)



[08\\_D | ITR Holding](#)  
di Elianora Baldassarri  
Agenzia SDI | Chieti

[scarica il PDF](#)



[08\\_E | Onami Design](#)  
di Massimo Bianchini  
Agenzia SDI | Milano

[scarica il PDF](#)



[08\\_F | RHIAG](#)  
di Massimo Bianchini e Venanzio Arquilla  
Agenzia SDI | Milano

[scarica il PDF](#)



[08\\_G | SPM Engineering](#)  
di Venanzio Arquilla  
Agenzia SDI | Milano

[scarica il PDF](#)



[08\\_H | Up2gold](#)  
di Roberto Segoni, Massimo Ruffilli, Anna Maria Pagliuca, Elisabetta Cianfanelli, Lino Centi, Angelo Butti, Elisabetta Benelli  
Agenzia SDI | Firenze  
Sintesi del caso studio a cura di Angelo Butti

[scarica il PDF](#)

09

[09 | Conclusioni](#)  
di Francesco Zurlo  
Agenzia SDI | Milano

[scarica il PDF](#)

10a

[10\\_A | ADVcom](#)  
di Donato D'Ercole  
Agenzia SDI | Chieti

[scarica il PDF](#)

10b

[10\\_B | CETMA](#)  
di Antonio Basti  
Agenzia SDI | Chieti

[scarica il PDF](#)

10c

[10\\_C | COMIT – EQI](#)  
di Giuseppe Di Bucchianico  
Agenzia SDI | Chieti

[scarica il PDF](#)

10d

[10\\_D | Divanomoderno.it](#)  
di Matteo Ingaramo  
Agenzia SDI | Milano

[scarica il PDF](#)

10e

[10\\_E | Federterme](#)  
di Loredana Di Lucchio  
Agenzia SDI | Roma

[scarica il PDF](#)

10f

[10\\_F | HPE](#)  
di Matteo Ingaramo  
Agenzia SDI | Milano

[scarica il PDF](#)

10g

[10\\_G | Merloni Solutions](#)  
di Daniela Sangiorgi  
Agenzia SDI Milano

[scarica il PDF](#)

10h

[10\\_H | www.mipadesign.it](#)  
di Venanzio Arquilla, Filippo Perazzoli, Arianna Vignati  
Agenzia SDI | Milano

[scarica il PDF](#)

A dark square with the white text '10i'.

[10\\_I | Prada Virtual Network](#)

di Roberto Segoni, Massimo Ruffilli, Anna Maria Pagliuca, Elisabetta Cianfanelli, Lino Centi, Angelo Butti, Elisabetta Benelli

Agenzia SDI | Firenze

Sintesi del caso studio a cura di Angelo Butti

[scarica il PDF](#)

A dark square with the white text '10l'.

[10\\_L | Proto 21](#)

di Lucia Pietroni

Agenzia SDI Roma

[scarica il PDF](#)

A dark square with the white text '10m'.

[10\\_M | Textilebusiness](#)

di Lucia Rampino

Agenzia SDI | Milano

[scarica il PDF](#)

A dark square with the white text '10n'.

[10\\_N | Treviso Tecnologia](#)

di Marcella Ottolenghi

Agenzia Sdi | Milano

[scarica il PDF](#)

A dark square with the white text '10o'.

[10\\_O | Unione Industriali Pratese](#)

di Roberto Segoni, Massimo Ruffilli, Anna Maria Pagliuca, Elisabetta Cianfanelli, Lino Centi, Angelo Butti, Elisabetta Benelli

Agenzia SDI | Firenze

Sintesi del caso studio a cura di Angelo Butti

[scarica il PDF](#)

### ***Più sicurezza nella vostra vita: il caso AGAC BEGHELLI***

Di Daniela Sangiorgi | Agenzia SDI Milano

#### ***Introduzione***

*Più sicurezza nella vostra vita* nasce da un'iniziativa di AGAC S.p.A., società di servizi energetici ed ambientali di Reggio Emilia, in collaborazione con Beghelli S.p.A., azienda leader nel settore della sicurezza, come parte di un progetto di maggiori dimensioni per l'ingresso dell'azienda reggiana nel mondo della domotica.

Questa iniziativa rappresenta la prima esperienza di AGAC sia nel tema della sicurezza sia nell'organizzazione di prodotti-servizi.

AGAC, Società per Azioni di proprietà di tutti i 45 Comuni della provincia di Reggio Emilia, nasce il 1 Febbraio 2001 dalla trasformazione del Consorzio AGAC, operante dal 1974 nei seguenti servizi energetici ed ambientali: gestione del ciclo integrato dell'acqua, servizio gas metano e gpl, servizio di teleriscaldamento e teleraffreddamento, igiene ambientale.

#### ***Indice***

1. Descrizione prodotto-servizio .....	2
1.1 Descrizione del sistema .....	2
1.2 Partnership .....	3
1.3 Competizione .....	3
2. Processo progettuale .....	4
2.1 Risultati .....	6
3. Sintesi valutativa .....	7

### 1. Descrizione prodotto-servizio

L'attivazione di AGAC per il progetto *Più sicurezza nella vostra vita* risponde alla crescente necessità di fidelizzazione del cliente gas emersa dall'importante trasformazione del mercato di distribuzione e commercializzazione del gas naturale delineata nel Decreto Letta n.164/00.

In particolare il suddetto decreto legislativo ha avviato il processo di liberalizzazione del mercato gas inizialmente applicato ad una categoria ristretta di clienti, i cosiddetti "clienti idonei"<sup>1</sup>, con un livello minimo di consumo annuo di 200.000 mc indipendentemente dagli usi caratteristici (civile, industriale, ospedale o autotrazione).

Questa direttiva, insieme all'obbligo di separazione societaria tra l'attività di distribuzione e quella di vendita di gas, ha portato alla fondazione di Blumet S.p.A. che segue la gestione commerciale ed amministrativa della vendita del gas, lasciando ad AGAC la gestione tecnica ed operativa della distribuzione.

L'accesso al mercato libero del gas sarà invece ampliato a tutti i clienti dal 01/01/2003, esponendo in questo modo l'azienda reggiana alla libera concorrenza anche nel settore domestico.

La concorrenza interna e il rischio associato all'ingresso nel mercato italiano di operatori stranieri hanno obbligato le *public utilities* ad attuare una strategia di avvicinamento e fidelizzazione dell'utenza, con l'offerta di servizi aggiuntivi, ampliando anche notevolmente le aree di competenza dei singoli operatori o favorendo la nascita di partnership ad hoc. E' a partire da questo scenario che AGAC decide di avvicinarsi al mondo della domotica e individuare potenziali partners per offrire servizi aggiuntivi alla clientela esistente.

#### 1.1 Descrizione del sistema

Beghelli e Coopservice sono gli attori coinvolti nel progetto "Più sicurezza alla vostra vita". L'offerta consiste nella possibilità per gli utenti AGAC di usufruire in comodato d'uso i prodotti *Intelligent Beghelli* e i relativi servizi attraverso un pagamento dilazionato nelle fatture AGAC: la cosiddetta "bolletta della sicurezza".

I servizi base di questo accordo, attivi 24 ore al giorno per 365 giorni l'anno, permettono all'utente di essere assistito in situazioni di necessità sanitaria e in caso di allarmi tecnologici ed antintrusione.

1. I servizi in ambito sanitario prevedono una funzione di telesoccorso attiva 24 ore su 24, grazie alla Centrale Operativa Beghelli (Service Center), che si attiva in caso di emergenze sanitarie, per consulenze e servizi medico/assistenziali e per l'organizzazione di prestazioni mediche particolari;

2. Gli allarmi tecnologici ed antintrusione prevedono sensori a presidio degli impianti e dei servizi della casa (sensori fughe gas, sensore antiallagamento, sensore fumo, ecc.) e sensori atti a proteggere i clienti dal rischio di intrusione (sensori perimetrali, volumetrici, rottura

---

<sup>1</sup> Cliente idoneo: persona fisica o giuridica che, per effetto del Decreto Letta, ha la capacità di stipulare contratti di fornitura con qualsiasi produttore, importatore, distributore o grossista, sia in Italia che all'estero, ed ha diritto di accesso al sistema.

vetri, sirene, ecc.). Le segnalazioni, attraverso la centralina Beghelli, attivano la centrale operativa di Coopservice che a secondo della situazione e degli accordi pattuiti avvia le procedure necessarie.

In una prima fase AGAC e Beghelli hanno scelto di offrire un kit base composto da una centralina di telesoccorso, da un segnalatore di gas, da un sensore antiaggancio e da un telecomando per il soccorso sanitario.

Questa soluzione standard può essere comunque modificata o integrata a seconda delle esigenze specifiche e viene concordata sul luogo per valutare le condizioni di installazione e definire il preventivo del contratto da stipulare.

Le condizioni di fruizione del servizio sono le seguenti:

- collegamento 24 ore su 24 con il Centro SOS Beghelli (Medico Amico Beghelli e Pronto Intervento);
- installazione gratuita;
- pagamento del sistema in 5 anni a rate;
- addebito della rata dei componenti del sistema Intelligent e dei servizi su fattura AGAC;
- garanzia di cinque anni.

Attraverso una telefonata al numero verde o inizialmente su contatto dei tecnici-commerciali AGAC, l'utente riceve informazioni sul servizio ed eventualmente prende appuntamento con gli incaricati AGAC che si recano a casa del cliente per definire e personalizzare l'offerta.

Una volta firmato il contratto, i tecnici certificati da AGAC andranno ad installare il sistema integrato selezionato il cui funzionamento ad onde radio con alimentazione a batteria non comporta interventi murari o sulla rete elettrica.

Da questo momento in poi *l'interazione con gli erogatori del servizio* avviene principalmente in caso di necessità con i call centre tramite i prodotti Beghelli.

### *1.2 Partnership*

I principali partner coinvolti nell'erogazione del servizio sono Beghelli S.p.A. e Coopservice Srl.

Il gruppo Beghelli è uno dei più importanti gruppi industriali europei nel campo della sicurezza sia in ambito industriale che domestico. Il ruolo di Beghelli consiste fondamentalmente nel fornire in comodato d'uso i prodotti della linea *Intelligent Beghelli* e di garantire la teleassistenza attraverso il proprio service centre.

La Coopservice è un'impresa specializzata da vent'anni nei settori della sicurezza, delle pulizie civili e industriali e, più recentemente, in quello dei servizi ecologici. Il ruolo di Coopservice nel progetto *Più sicurezza nella vostra vita* consiste nel garantire assistenza in caso di segnalazione di soccorso proveniente dalle centraline Beghelli.

### *1.3 Competizione*

L'offerta di servizi aggiuntivi delle public utilities è una tendenza particolarmente forte degli ultimi anni, soprattutto a seguito dei cambiamenti riguardanti la liberalizzazione del mercato e la privatizzazione degli enti pubblici.

- *selezione dei tecnici installatori*: AGAC ha avviato invece personalmente la selezione degli installatori attivi in provincia a partire da un range di 150 fino ad arrivare al numero attuale di 8 installatori di fiducia; affiancando il tecnico commerciale all'installatore hanno potuto verificare la modalità operativa e il comportamento in casa dell'utente.

Nel giugno del 2000 AGAC fonda *Mosaico*, società interamente dedicata al progetto, e completa l'accordo con Beghelli e Coopservice sulla base di una idea di servizio definitiva. Nello stesso mese vengono avviate le seguenti attività:

- *ricerca di mercato sul livello di accettazione del servizio*: considerando l'origine di AGAC come cooperativa, Mosaico ha sentito la necessità di testare il livello di accettazione/interesse che un servizio come quello legato alla sicurezza domestica avrebbe potuto suscitare nell'utenza reggiana; l'indagine telefonica è stata svolta da Demoscoepa con esito positivo;

- *definizione della forma contrattuale*: uno degli aspetti più complessi legati al progetto *Più sicurezza nella vostra vita* ha riguardato la definizione di una forma contrattuale per il comodato d'uso e i servizi di teleassistenza che permettesse la presenza di tre attori sociali distinti (Mosaico, Beghelli e Coopservice). Non avendo licenza di sicurezza, Mosaico svolge il ruolo di intermediario tra il cliente e le aziende Beghelli e Coopservice sia in termini di firma del contratto che di gestione amministrativa;

- *avvio del progetto formativo*: il primo progetto formativo è durato tre mesi, coinvolgendo sia gli installatori che i tecnici commerciali; sempre nel giugno 2000 sono stati tenuti i corsi legati agli aspetti tecnici a cura di Beghelli e di Coopservice e i corsi commerciali (tecniche di vendita) supportati da una agenzia esterna.

Nel luglio di quell'anno, su progetto e finanziamento di Beghelli, parte anche la prima *azione promozionale* attraverso l'applicazione di cartelloni stradali, la stampa di brochure da inserire nella bolletta AGAC e uno spot televisivo con l'attore Giletti come testimonial. Nel settembre 2001 partono i primi contatti telefonici con i clienti e le prime visite domiciliari. Il contatto avviene secondo una sequenza e un approccio prestabilito, mentre la visita prevede una dotazione fissa formata da telefono, esempi di prodotti, brochure, ecc.

A Novembre 2001 Mosaico organizza un secondo corso commerciale per i tecnici, che si distingue dal precedente per l'attuazione di simulazioni di azioni di vendita, filmate e commentate.

A tre mesi dall'avvio del servizio, Mosaico decide di avviare una prima verifica del livello di soddisfazione dei clienti che hanno firmato il contratto per i servizi *Più sicurezza nella vostra vita*. L'analisi viene svolta attraverso un contatto telefonico ad opera di Demoscoepa.

Nello stesso mese, a causa della difficoltà a reperire nuovi contatti, viene attivata una società torinese, Goldlink, specializzata in contatti telefonici e indagini di mercato. Le viene richiesta una indagine della durata di 15 giorni che porta ad un incremento del 20% circa degli appuntamenti.

Nel corso del 2002 la società Mosaico si consolida e il servizio migliora seguendo un processo di *learning by doing*.

A Maggio 2002 avviene il terzo corso commerciale e si attiva la riprogettazione del materiale promozionale con una immagine più ludica appoggiandosi ad una agenzia pubblicitaria esterna.

Successivamente AGAC ha iniziato a lavorare da una parte per incrementare la struttura di Mosaico e consolidare l'esperienza acquisita, e dall'altra per attivare nuovi contatti con banche, assicurazioni, associazioni di categoria, operatori della connettività, ecc. per valutare la possibilità di ampliare i servizi offerti e formarsi una competenza a 360° sul mondo della casa e della domotica.

### *2.1 Risultati*

Ad un anno di vita dall'avvio del servizio *Più sicurezza nella vostra vita*, AGAC non ha registrato un successo economico di particolare rilievo, avendo chiuso solo 500 contratti (a Luglio 2002) su 12.000 contatti avviati.

Nel rilevante cambiamento di approccio al cliente, AGAC si è trovata a confrontarsi con tutte le problematiche associate ad un contatto diretto con la clientela, problematiche a cui non era tradizionalmente preparata e per cui si è dovuta gradualmente equipaggiare.

Uno degli aspetti di maggiore difficoltà nel processo di avvicinamento al cliente ha riguardato il superamento della diffidenza, principalmente nel concedere appuntamenti: in media su 100 telefonate gli operatori riuscivano ad ottenere 5 appuntamenti e su 5 appuntamenti si ottenevano 3 vendite.

Nonostante la provincia di Reggio sia una zona relativamente tranquilla, i cittadini hanno manifestato una notevole resistenza a lasciare entrare "estranei" in casa.

Questa resistenza è stata in parte superata grazie sia alla formazione (un approccio più professionale nei contatti telefonici e di persona) che all'attività promozionale che ha conferito maggiore credibilità e riconoscibilità agli operatori stessi.

Un'ulteriore difficoltà è legata ad un'attitudine tipicamente italiana nei confronti dei temi sulla sicurezza; un atteggiamento quasi scaramantico secondo il quale si tende ad evitare di pensare ai problemi di salute, di furti o incidenti come a qualcosa che possa realmente accadere a se. A testimonianza di questo aspetto la constatazione che la categoria sociale con minore predisposizione verso il servizio è stata quella degli ultra sessantacinquenni.

Lo sviluppo del servizio e la modalità di relazione col cliente è stata costruita in parte col supporto di professionisti esterni, ma principalmente attraverso un processo di *learning by doing* interno. In particolare la definizione del tipo di offerta è stata modificata gradualmente in base alle risposte del cliente. La statistica dei contratti chiusi ha dimostrato che l'80% degli accordi prevedeva un numero di ordini superiore al kit di base e che quindi il cliente preferiva avere una maggiore libertà di scelta; offrire un kit prestabilito delimitava le possibilità di personalizzazione e rischiava di fare perdere occasioni di vendita maggiori. Questo risultato ha portato alla eliminazione del kit e alla proposta di soluzioni ad hoc costruite sulle esigenze dell'utente.

Le ricerche di mercato sono state svolte in parallelo alla definizione dell'accordo e dell'idea di servizio e sono state maggiormente rivolte a sondare il livello di accettazione della

natura del servizio e meno a sondare le caratteristiche dell'offerta del servizio stesso; da qui forse la difficoltà iniziale a definire un sistema di offerta testato.

A discapito di queste difficoltà iniziali, AGAC sta lavorando per raggiungere quello che è l'obiettivo centrale di questa operazione: comunicare la trasformazione di AGAC in una società che si avvicina all'utente per averne cura, non più un "nome" su una bolletta, ma un operatore multiservice per la casa.

### 3. Sintesi valutativa

Il progetto AGAC-Beghelli è il risultato di alcuni fattori paralleli:

- la *tecnologia del sistema Intelligent Beghelli* che permette un'ampia offerta di soluzioni per la sicurezza in casa (hardware);
- la *visibilità e credibilità* di AGAC sul territorio come erogatore di servizi per il cittadino reggiano;
- la capacità di AGAC di porsi come *mediatore* nella costituzione della partnership tra Beghelli, Beghelli Sicurservice e Coopservice e nella relazione con l'utente finale.

Il valore della scelta del sistema Intelligent Beghelli nell'erogazione del servizio risiede nella combinazione di due soluzioni tecnologiche: *onde radio e connessione in rete tramite linea telefonica*.

La connessione in rete e la conseguente possibilità di telegestione e telecontrollo sono l'occasione per AGAC di formulare dei contratti che permettano di stabilire una relazione continuativa con l'utente (fidelizzazione) e di proporsi sempre più come interlocutore privilegiato del cittadino reggiano.

La tecnologia ha un ruolo determinante nella fattibilità del servizio, ma rappresenta comunque un pretesto per erogare servizi al cittadino, tanto che la scelta della partnership con Beghelli è stata dettata primariamente dalla disponibilità dell'azienda stessa a formulare in tempi brevi un accordo.

Il design è invece praticamente inesistente se non all'interno del centro studi Beghelli per la progettazione dei prodotti Intelligent. AGAC, come erogatore e principale artefice del sistema, ha rinnovato la propria competenza principalmente in termini di contrattualistica, know how tecnologico e marketing (tecniche di vendita).

La componente di design potrebbe assumere un ruolo maggiore nel caso in cui la collaborazione tra AGAC-Beghelli divenisse più stretta nella configurazione e riprogettazione dell'offerta sia in termini di prodotto che di servizio. La presenza di più partner con obiettivi a volte discordanti e ruoli differenti richiede un'elevata capacità di regia del sistema che riduca la possibilità di incoerenza del sistema in tutte le sue parti e nello stesso tempo di una sua ottimizzazione attraverso un'approfondita e continua analisi delle pratiche dell'utente. AGAC, come erogatore di servizi e interlocutore di fiducia, apre le porte ad un dialogo più stretto con l'utente che potrebbe essere utilizzato dai partner per strutturare un sistema di offerta fortemente adattabile non solo in fase di offerta (configurabilità), ma anche e soprattutto in fase di utilizzo (adattamento).

Il ruolo del designer potrebbe essere quindi quello di:

- progettare fin dall'inizio la *coerenza del sistema di erogazione* e della performance complessiva del servizio (interfaccia);
- garantire una maggiore *aderenza del sistema di erogazione* (prodotti e procedure di utilizzo e relazione con i call centre) *alla vita ed esigenze dell'utente* strutturando un continuo dialogo con l'utente, progettando un possibile processo di adattamento del sistema stesso (configurabilità ed adattamento) e favorendo la convergenza degli attori verso l'ottimizzazione del servizio visto nella sua totalità.

Il rischio di una partnership dove la componente di servizio rimane separata da quella del prodotto, consiste nell'associare la qualità del servizio solo alle fasi iniziali di scelta ed installazione del sistema Intelligent e alle prestazioni tecnologiche dei prodotti stessi, riducendo l'attenzione necessaria alle pratiche d'uso.

Ancora una volta il designer di fronte alle potenzialità delle ICT dovrebbe porsi come possibile *regista del sistema dell'offerta, interprete dei sistemi di attività dell'utente* (adattamento delle ICT alle esigenze e pratiche) e *facilitatore di un dialogo tra i partner*.