

# L'elogio del Made in Italy

Ecco un profilo di azienda italiana che pensa i propri prodotti dedicati alla citofonia e alla home automation in italiano ma che, grazie alla loro qualità, intende farsi capire in tutto il mondo.

a cura della Redazione

AcI Parfisa è un'impresa marchigiana all'avanguardia che da molti anni è protagonista nel mondo della tecnologia e dei sistemi applicati al settore residenziale, grazie alla sua propensione all'innovazione e all'esperienza consolidata nel tempo. L'azienda si è sviluppata con grande successo nei principali mercati mondiali nei segmenti della Videocitofonia, Telefonia e Televisione a Circuito Chiuso, Controllo accessi e Telecomunicazioni diventandone un importante protagonista. Oggi ha tre filiali ed è presente in settanta paesi al mondo.

## Musica nella comunicazione

Nella denominazione sociale attuale l'azienda nasce dall'iniziativa imprenditoriale di Armando Cupido, attuale presidente, che agli inizi degli anni Novanta ha rilevato la divisione Videocitofonia della Parfisa Spa, all'epoca ancora leader nel settore degli apparecchi televisivi elettronici.

Questa è l'occasione radicale di fabbricare alla quota ACI Parfisa ancora oggi riservata al 100% al pieno rispetto del segreto industriale. Detto un po' più banalmente, i citofoni ed i videocitofoni che si trovano nella gamma e che vengono distribuiti nel territorio italiano ed all'estero in moltissimi mercati sono il frutto dell'intelletto e del sudore italiano e hanno le caratteristiche per cui intendono imporsi al mercato italiano e non solo. Va da sé, naturalmente, che parte della materia prima impiegata sia inevitabilmente di origine estremo orientale, ma tutto il valore aggiunto generato dalla organizzazione aziendale e che l'utente finale, in Italia e fuori dai nostri confini, è di matrice italiana. Profonda è quindi la responsabilità che in azienda s'esterne rispetto alla affidabilità e alla qualità degli apparecchi prodotti. Per questo nulla è lasciato all'eventuale incertezza di una delocalizzazione e molto poco è lasciato al caso di una localizzazione a rischio di ritardi di natura di fornitura al nostro ordinamento o alla difficoltà di raggiungere gli adeguati sincronismi organizzativi, dipendenti da un mercato molto variegato

opzione di delegare la manifattura alla esperta mano d'opera italiana che è consapevole di quanto sia importante

dato pena leggittima e con benedetto MADE in Italy prodotti e da più parti conosciuta e riconosciuta come la migliore qualità. Se si accennati non importa di tutto è condito di passione l'imprenditore nella rete di Internet ed a know how prezioso non può essere

## Gli obiettivi dell'azienda

Gli obiettivi che l'azienda si è prefissata per rispondere alla domanda del mercato (come si diceva prima, italiano ed internazionale) sono ambiziosi, l'intenzione è riuscire anche attraverso un'organizzazione in parte ridisegnata più dinamica e nello stesso tempo flessibile e dotata di alte professionalità specifiche per sfruttare al meglio

un marchio molto noto e estremamente prestigioso.

difficili a gestire, soprattutto quando si esprime della aspetti merceologici e produttivi prima essere sufficientemente tentare la decisione, il che da una buona dose di responsabilità dei confronti del terzopubblicisti creati attorno all'azienda. Un uso che per ACI Parfisa tutto non deve essere



con una sfida correlata con la necessità di continuare lo sviluppo in modo particolare del nostro paese. Le radici del segmento possiamo trovarle in varie aree tecnologiche ma partono anche da varie aree geografiche alcune delle quali a mano d'opera a più basso mercato rispetto a quella tipicamente italiana. Ma in ACI Parfisa ritengono che il quantitativo

prodotti sono stati installati nella residenza degli italiani non molti forse conoscono il significato letterale dell'acronimo

FABRISMA che dal 1993, composto con ACI, crea un solo logo per identificare una storica ed importante azienda nel segmento della Videocitofonia. Il nome Parfisa sta infatti per Fabbriche Riunite FISArmoniche e per tutti coloro che credono solo alla ventà sancita dai media più autorevoli e moderni è sufficiente interrogare Wikipedia per ottenere la conferma di quanto appena affermato. Ed è abbastanza risaputo che fosse

risparmiato non è necessario far rilevare il suo impegno in uno dei segmenti di mercato attualmente di grande interesse, quello della home automation. Si tratta di un segmento di mercato di cui tutti parlano da lungo tempo e in notevole espansione: la sua origine è trasversale a molti ambiti che hanno in qualche modo relazione con la casa e il suo futuro ha a che fare

## Un nuovo campo d'azione

Da questo punto di vista per l'azienda è necessario far rilevare il suo impegno in uno dei segmenti di mercato attualmente di grande interesse, quello della home automation. Si tratta di un segmento di mercato di cui tutti parlano da lungo tempo e in notevole espansione: la sua origine è trasversale a molti ambiti che hanno in qualche modo relazione con la casa e il suo futuro ha a che fare

o nel settore del primo posto il cliente e le sue esigenze, il tempo nelle consegne è fondamentale: corrispondere ad un'assunzione che un prodotto che viene consegnato in notevole ritardo, piuttosto che alla data convenuta, non sta di fatto più lo stesso prodotto che si voleva acquistare, è qualcosa di differente. Si sa che il prodotto non è solo un insieme di valori funzionali ed estetici al fine di raggiungere il soddisfacimento di un certo utilizzo ma è anche giocoforza un valore economico per chi ne tratta la distribuzione ed il montaggio. Insomma per tutta la filiera. Quindi per ACI Parfisa l'osservanza di quanto convenuto rispetto alle consegne ed alla qualità rimangono principi fondamentali da non tradire e dei quali sarà carico. Da qui la scelta di non delocalizzare e di perseverare nella

## percorso di successo

mai siamo partiti dalla definizione di un nome, o meglio, di un marchio? implicitamente perché si tratta di un corso forse preso un po' alla lontana, nel cortempo estremamente affidabile raccontare quanto sia tuttora radicato in certi imprenditori il profondo ricordo dell'essere opportunamente dei orizzonti, cioè di appoggiare a coloro curano per intero l'intero tragitto va dalla concezione, alla progettazione e fino alla fabbricazione dei prodotti che sfoggiano il proprio marchio



gli anni ad idee concrete. Un'occasione per il cliente di esprimere la propria volontà e di essere ascoltato.