

Sviluppare il know-how di sicurezza

di pari passo con le telecomunicazioni

a colloquio con Fulvio Facecchia (*)

Partiamo da Combivox: come nasce l'azienda e come si sviluppa nel tempo?

La nostra società nasce con la denominazione attuale "Combivox" nel 1999, dalla trasformazione della ditta individuale "Daf Elettronica" che ha operato nel mercato della sicurezza dal 1972, quando fu fondata dal Sig. Facecchia Antonio Emanuele,



attuale amministratore della Combivox Srl. La sede attuale è a Triggiano in provincia di Bari. L'azienda, avendo acquisito in oltre trent'anni esperienze nel settore dell'antintrusione e nel campo delle Telecomunicazioni, inizia l'attività di produzione nel 1986, realizzando dispositivi di trasmissione e ricezione radio per gli Istituti di Vigilanza. Il primo prodotto per il mercato dell'antintrusione è stato realizzato nel 1992 e ha innescato una vera rivoluzione di settore: si tratta del primo combinatore telefonico cellulare, presentato in occasione della biennale Sicurezza '92 a Milano. La gamma dei prodotti era costituita, quin-

di, da una serie di dispositivi per la trasmissione degli allarmi via radio, linea PSTN, rete cellulare ETACS e GSM.

Ad oggi posso con certezza affermare che la Combivox è azienda leader di questa tipologia di dispositivi per il mercato dell'antintrusione.

L'attuale core business si è allargato ad una gamma di prodotti specifici per il mercato della sicurezza residenziale e commerciale che spazia dalle centrali di allarme, ai combinatori telefonici, alle interfacce cellulari, ai dispositivi di trasmissione video su reti mobili ed ai sistemi di ricezione multivettore e multi-protocollo.

(*) Dottor Fulvio Facecchia. Laureato in Economia aziendale, è attualmente il responsabile marketing e commerciale della società Combivox Srl; svolge attività di marketing occupandosi di analisi di mercato per il territorio nazionale ed estero e collaborando con la direzione aziendale per lo sviluppo di nuovi prodotti per il mercato della Sicurezza elettronica (elaborazione del piano marketing annuale). È inoltre responsabile della Comunicazione aziendale, occupandosi della gestione delle campagne promo-pubblicitarie. Collabora con la direzione commerciale della Combivox per le politiche e le strategie di sviluppo del mercato nazionale. È responsabile delle strategie di sviluppo dei mercati esteri.

Dall'impronta del fondatore al nuovo management: molte PMI vivono il necessario passaggio generazionale come un momento delicato...

Il fondatore dell'azienda si avvale, già da qualche anno, della collaborazione dei suoi figli.

Fermo restando che le linee guida della gestione aziendale sono ancora tracciate dall'amministratore della società e suo fondatore, Antonio Emanuele Facecchia, noi figli (io e mia sorella Fabrizia) rivestiamo ruoli importanti e strategici, occupandoci rispettivamente dell'area marketing e dell'amministrazione finanziaria. Cerchiamo di apportare quelle novità, tipiche delle giovani leve, pur avendo comunque la fortuna di attingere ad un ricchissimo bagaglio di esperienze acquisite in oltre 30 anni di attività nel settore. Diciamo che il passaggio generazionale in corso, all'interno della Combivox, è assimilabile a quello della maggior parte delle imprese italiane in cui la condu-

zione è decisamente ad impronta familiare. I figli continuano il percorso tracciato dal socio fondatore in un periodo storico economico difficile, ma non per questo meno stimolante e affascinante: più che le ragioni del profitto, è l'azienda con le persone che vi operano da tanti anni il bene principale da salvaguardare.

Combivox è tra le prime aziende che ha sviluppato il know how specifico della sicurezza di pari passo con quello delle telecomunicazioni: un'intuizione lungimirante, vista l'eccezionale diffusione dei cellulari sul mercato italiano...

I prodotti che nel corso di questi anni la Combivox ha pensato e poi realizzato sono evidentemente frutto di quelle esperienze che, sia nel campo delle Telecomunicazioni che nel settore dell'antintrusione, l'azienda ha maturato e per scelte strategiche e per casualità.

È certo che l'idea, poi concretamente realizzata, del primo com-

binatore telefonico cellulare nel 1992 è frutto, oltre che delle conoscenze del mercato dell'antintrusione, anche dell'esperienza tecnica maturata durante un periodo di collaborazione di circa 5 anni con la multinazionale MOTOROLA nel campo della trasmissione cellulare. Non è nata, dunque, per caso l'intuizione che si sarebbe verificato un rapido sviluppo del mercato della telefonia mobile in Italia.

È per questo che oggi l'azienda, vista la forte richiesta di dispositivi di videocontrollo, ha investito sulla trasmissione delle immagini tramite le rete GSM.

Inoltre il continuo approfondimento di quelle che sono le reali esigenze del mercato dell'utente installatore e dell'utente finale, dai loro rispettivi punti di vista (affidabilità del prodotto e facilità di programmazione per l'installatore, prestazioni e semplicità di utilizzo per l'utente finale), ha guidato e guida tutt'oggi l'azienda nello sviluppo di nuovi e innovativi dispositivi.

In quest'ottica, vorrei segnalare la nostra centrale *Amica 64*, che è un condensato delle esperien-



ze Combivox nel campo del GSM applicato alla sicurezza. Essa esprime una nuova filosofia di centrale antifurto, in quanto dotata di comunicatore GSM integrato, ed in grado, quindi, di trasmettere tutti gli eventi (di stato o di allarme) che si possono verificare presso un impianto di antintrusione, nella massima sicurezza e nel minor tempo possibile. Pensata e realizzata per un'utenza tipicamente residenziale, essa possiede due delle caratteristiche chiave che, secondo Combivox, un sistema di sicurezza deve presentare:

- 1) segnalare tempestivamente tramite il vettore più affidabile, quello GSM, l'evento e il luogo in cui si è verificato (più specificatamente e più rapidamente di un normale combinatore telefonico);
- 2) rendere possibile all'utente finale, anche a distanza e in qualsiasi luogo si trovi, di intervenire, tramite il proprio telefonino, sull'impianto di allarme per eseguire qualsiasi operazione. A questo proposito, l'idea di Combivox di inserire nei propri dispositivi la guida vocale sia per l'installatore che per l'utente finale è risultata vincente, alla luce di quelle che sono poi state le mosse dei suoi concorrenti che hanno imitato questa soluzione tecnica.

Proprio in questo segmento mercantile si inserisce il prodotto in lancio quest'anno: a quali esigenze di mercato risponde il nuovo videocombinatore?



Dopo ben due anni di ricerca e di investimenti progettuali, abbiamo introdotto nel mercato, commercializzandolo da settembre, un nuovo dispositivo, attualmente unico al mondo, che crediamo potrà suscitare una rivoluzione nel mercato della sicurezza e della TVCC.

Intendiamo ripetere ciò che è accaduto 13 anni fa, quando per primi abbiamo inventato il combinatore telefonico cellulare. Si tratta di un "videocombinatore", in grado di trasmettere le immagini da telecamere tradizionali verso qualsiasi telefono cellulare, utilizzando soltanto la rete GSM, senza internet e collegamento ADSL. Il Video Combivox GSM è il primo dispositivo che risponde finalmente a specifiche richieste del mercato, fino ad ora insoddisfatte, ed esattamente la trasmissione delle immagini su rete cellulare secondo 3 specifiche fondamentali:

- 1) l'uso di telecamere analogiche tradizionali, senza l'obbligo di ricorrere a IP camere (compatibilità anche con impianti di videosorveglianza preesistenti);
- 2) l'utilizzo della rete GSM e non UMTS (scarsamente coperta sul territorio nazionale) senza ricorrere ad internet tramite modem telefonici ADSL, ISDN o PSTN;
- 3) la ricezione delle immagini su comuni telefoni cellulari (senza palmari e software dedicati per specifiche telecamere) in modo da rendere semplice all'utente finale la visualizzazione delle proprie telecamere.

Insieme ad altri nuovi dispositivi, il "Videocombivox" sarà la nostra attrazione principale alla prossima mostra Sicurezza 2006 nella nuova fiera di Rho (MI). Questo prodotto è un'ulteriore conferma della strada che Combivox intende percorrere: realizzare dispositivi di sicurezza GSM all'avanguardia in grado di offrire prestazioni innovative per il mercato dell'antintrusione residenziale e commerciale.

Tali mercati richiedono una rete distributiva piuttosto capillare. Come siete organizzati?

In Italia i nostri clienti sono per la maggior parte costituiti da distributori di materiale per la sicurezza e la TVCC: il nostro staff commerciale, che fa capo al direttore Ing. Floro, ha costruito in questi anni una rete in grado di servire in maniera capillare l'intero territorio italiano, da Bolzano a Trapani. È ovvio che la politica commerciale è stata calibrata in considerazione di quelle che sono le culture e le consuetudini commerciali differenti nelle diverse regioni d'Italia.

Per quanto riguarda il mercato estero, abbiamo alcuni intermediari, costituiti sia da installatori medio-grandi che da distributori di prodotti per l'antifurto, in Grecia, Austria, Estonia, Nigeria e nel breve termine stiamo per allargare la nostra rete in Spagna, Portogallo e Francia.

Concluderei con un suo giudizio sul mercato italiano della sicurezza: in effervescenza, sostanzialmente statico o potenzialmente interessante?

Mi viene in mente un'osservazione riguardo il particolare momento economico che stiamo attraversando e che interessa i nostri mercati di riferimento, sempre più inflazionati da offerte, soprattutto nel campo della TVCC, di produttori stranieri, la maggior parte orientati. È un pensiero che mi piacerebbe rivolgere ai concorrenti di Combivox di casa nostra.

Esistono 2 strategie che si possono adottare in periodi di recessione economica e di forte concorrenzialità. La prima, per certi versi apparentemente semplice e soprattutto più immediata, è quella di assuefarsi alla concorrenza e contrastarla sullo stesso piano: la leva del prezzo.

Purtroppo molte aziende italiane hanno puntato e stanno puntando su questa strategia: il risultato è una lotta all'ultimo euro che abbassa il livello qualitativo dei prodotti e in generale del mercato.

La seconda, quella più difficile da realizzare, ma a mio modo di vedere più produttiva nel lungo periodo e credo anche più consona alla creatività tipica delle aziende italiane, è quella di pun-

tare sull'innovazione e sulla qualità, destinando la maggior parte delle proprie risorse in ricerca & sviluppo.

Seguendo questo ragionamento, quali sono i vostri obiettivi?

I nostri obiettivi, in fondo, sono quelli di sempre e hanno come origine la nostra realtà di medio piccola azienda che opera in un mercato sempre più difficile e caratterizzato da una ipercompetitività. I vantaggi competitivi che ricerchiamo risiedono nelle caratteristiche dei prodotti, nell'esclusività delle prestazioni e nel loro valore aggiunto.

Non potremmo mai competere facendo leva sui prezzi in ordine a due motivi: la nostra struttura aziendale, ma soprattutto la nostra missione, che ha da sempre come obiettivi primari la "qualità e l'innovazione". In breve, la nostra missione aziendale è incentrata sulla produzione di dispositivi per l'antintrusione di elevata qualità, semplice utilizzo e caratterizzati da prestazioni innovative, per l'installatore professionista di sistemi di sicurezza. Attraverso la competenza tecnologica acquisita e la professionalità delle risorse umane, la

Combivox mira ad incrementare la propria gamma di prodotti, puntando sullo sviluppo e l'innovazione delle nuove tecnologie di Telecomunicazione.



LO STILE



Prestige Series



La nuova

linea di

sensori

senza

compromessi

elettronica
vimo
PRODOTTI PER LA SICUREZZA

Texecom

www.vimo.it - info@vimo.it - tel. +39 039 672520