

# INDUSTRIA ITALIANA

ANALISI & NEWS SU ECONOMIA REALE, INNOVAZIONI, DIGITAL TRANSFORMATION

DIRETTORE FILIPPO ASTONE

**MindSphere lets you speak  
with the Internet of Things**

SIEMENS  
*Ingegneri per la vita.*

[siemens.it/mindsphere](https://www.siemens.it/mindsphere)



---

## Per Finlogic un 2019 di acquisizioni e partnership

*6 gennaio 2019*

---

**di Piero Macrì Valore: 700 milioni. E' il mercato italiano dell' etichettatura, che vive oggi una digital transformation che si nutre di Rfid e di smart label, tecnologie portanti della logistica 4.0. La società quotata Aim punta al ruolo di**

ISCRIVITI ALLA NOSTRA NEWSLETTER

Dal codice a barre all'Rfid, il mondo dell'etichettatura intelligente è in continua crescita e i sistemi di identificazione sono oggi parte integrante della gestione del prodotto. Di fatto, l'utilizzo di questa tecnologia è la premessa per abilitare soluzioni di tracciamento e reperibilità di cose, persone e animali. Una dinamica di mercato, che viene accelerata dalle esigenze che emergono dall'affermazione di uno scenario 4.0 dove tutto è virtualmente interconnesso e tutto deve avere una sua identità digitale.

**Finlogic**, da ottobre del 2017 quotata all'**Aim** – un fatturato di oltre **20 milioni** di euro, due stabilimenti produttivi, (uno a Bollate in provincia di Milano e uno ad Acquaviva delle Fonti a Bari, vedi *Industria Italiana* [qui](#)) ha da tempo compreso le potenzialità che si annidano in questo mercato e sta progressivamente mettendo a punto un'offerta completa end-to-end (software e hardware) per soddisfare le esigenze che emergono in settori di industry diversificati.

In questa intervista a *Industria Italiana*, **Dino Natale**, presidente e amministratore delegato della società, individua le fasi che hanno portato l'azienda a diventare un punto di riferimento nel settore smart label e spiega quali sono le opportunità che si stanno attualmente delineando. Si tratta della tecnologia Rfid utilizzata come driver per soluzioni di logistica avanzate ai sistemi intelligenti per la produzione industriale 4.0; si va poi dalla gestione del magazzino all'opportunità di creare soluzioni anticontraffazione a difesa del Made in Italy, fino alla possibilità di associare i tag a braccialetti per il controllo e monitoraggio degli spostamenti delle persone.

La strategia del gruppo è riuscire a creare una organizzazione capace di rendere più efficiente l'automazione dei processi di produzione delle etichette. Una strategia che viene perseguita sia attraverso acquisizioni mirate sia attraverso partnership con società leader di settore. Tra queste, quella con **Datalogic** che tramite la holding **Hydra** detiene oggi il **10%** del pacchetto azionario di Finlogic. L'idea alla base del percorso di crescita di Finlogic è riuscire ad aggregare una molteplicità di realtà che offrono in modo frammentato tecnologia e servizi di identificazione. L'obiettivo è diventare lo one stop shop del mercato smart label italiano. Essere un punto di acquisto dove poter trovare tutte le componenti che abilitano la messa in esercizio di soluzioni barcode ed Rfid: dalle stampanti ai lettori, dalle bobine di carta alle soluzioni software per mercati verticali e processi specifici. La posta in gioco non è da poco. Il



DINO NATALE A.D. FINLOGIC

### **Un mercato da 700 milioni di euro**

L'identificazione di prodotti attraverso codici a barre e tag Rfid è l'elemento su cui si basano le soluzioni e i servizi che hanno l'obiettivo di garantire tracciabilità e riconoscimento di un qualsiasi prodotto. «Nel settore manifatturiero, nel settore farmaceutico, nell'ambito della grande distribuzione, nell'ambito del settore alimentare. In una molteplicità di scenari applicativi i sistemi Rfid assicurano il monitoraggio delle merci nel corso della loro movimentazione così come la loro immediata reperibilità all'interno dei punti di stoccaggio», spiega Natale. Le etichette Rfid costituiscono il documento d'identità digitale, assicurando al prodotto pieno riconoscimento in qualsiasi contesto applicativo. «Si possono impiegare etichette Rfid per governare i processi interni, dalla produzione, allo stoccaggio a magazzino, fino alla spedizione, con benefici tangibili in termini di misura della produttività. Vediamo grandi opportunità di crescita e, facendo leva su un bagaglio tecnologico di prim'ordine, ci candidiamo apertamente a diventare un polo aggregante in un mercato da oltre 700 milioni di euro che in Italia è ancora frammentato e

ISCRIVITI ALLA NOSTRA NEWSLETTER

«A differenza degli altri concorrenti Siamo in grado di offrire ai nostri clienti soluzioni a 360 gradi», afferma Natale. «Possiamo fornire le nostre etichette, le stampanti Sato – leader del settore del quale siamo distributore unico dal 2010 – i lettori e tutti i servizi per implementare soluzioni calibrate sulle esigenze di clienti diversificati. Produciamo etichette intelligenti, accoppiando un qualsiasi tag Rfid a qualsiasi tipologia di etichetta o cartellino. Il risultato è un’etichetta tradizionale, magari stampata a colori e comunque sovrastampabile a trasferimento termico, a cui si aggiungono tutte le funzionalità dei tag Rfid. Abbiamo la fortuna di poter lavorare in una molteplicità di mercati di industry supportando l’automazione dei processi. A tutti servono lungo la filiera produttiva, dalla base fino alla distribuzione, sistemi di identificazione, etichettatura e tecnologie di identificazione».

### **I numeri, le acquisizioni e la partnership con Datalogic**

Quotata dall’ottobre 2017 all’Aim, oltre **20 milioni** di fatturato, Finlogic ha chiuso il primo semestre 2018 si è chiuso con ricavi di **13,9 milioni** di euro, in crescita del **29%** sullo stesso periodo dell’anno scorso. L’Ebitda è arrivato a **2,08 milioni** (+17% sui primi sei mesi del 2017), e l’utile netto è stato pari a **1 milione** (+0,8%). Performance e dinamiche di crescita sono state favorite da un’aggressiva politica di acquisizioni. Nel 2018 è stata la volta di **Tecmark**, specializzata in sistemi di lettura, codifica e tracciabilità in tecnologia Rfid. E poi, ancora, **Multitec**, distributore per l’Italia di stampanti **Toshiba-Tec**; **Irideitalia**, specializzata in soluzioni Rfid per l’automazione del magazzino; **SmartLab**, operante nel mondo delle stampanti 3d, e infine **Mobile Project**, che fornisce soluzioni software mobile sempre nell’ambito delle tecnologie di riconoscimento. Non meno importanti le partnership. Tra queste, la più significativa è quella siglata con Hydra. La holding che controlla Datalogic, leader mondiale nella produzione di lettori di codici a barre e lettori Rfid, ha infatti acquisito il **10%** di Finlogic. Un’operazione che crea le premesse per una possibile sinergia tra le due aziende soprattutto in termini di partnership commerciali mettendo Finlogic nella condizione di sfruttare la rete distributiva di Datalogic.



MACCHINE ETICHETTATRICI FINLOGIC

### **La politica di aggregazione di un universo composito di realtà**

Dino Natale ritiene che il mercato italiano dell'identificazione automatica offra una serie di opportunità per un'ulteriore crescita del gruppo, aggregando nel tempo, da un lato realtà che operano per micro specializzazioni (vedi le acquisizioni prima menzionate portate a termine nel 2018) e dall'altro alleandosi con società da tempo affermate nel settore (vedi il caso Datalogic). «Il mercato su cui operiamo è molto frammentato, sia dal punto di vista delle tecnologie software e hardware che si devono andare a integrare per riuscire a fornire una soluzione completa end-to-end sia per quanto riguarda la dimensione di software house e società di servizi che sono presenti nell'ecosistema d'offerta.»

«Per noi è quindi importante svolgere un lavoro di aggregazione, valutando di volta in volta la scalabilità di determinate realtà complementari al nostro business. Nel corso del tempo abbiamo concluso diverse operazioni di M&A, tutte acquisizioni che abbiamo fatto su società di determinati territori che operano fornendo tecnologia e assistenza tecnica. Tendiamo a coinvolgere la governance delle imprese in modo da creare più sinergie per la capogruppo. In questo modo si ottengono nuovi servizi e specializzazioni che vanno ad aggiungere valore a Finlogic».

Ma la crescita per linee esterne non è l'unica priorità. «Abbiamo investito molto anche internamente per migliorare l'efficienza della capacità produttiva dei nostri stabilimenti e si stanno valutando anche acquisizioni all'estero». In questo momento,



Milano, sia per linee esterne, puntando sul mercato italiano e su quello europeo».

#### **Logistica 4.0, non solo prodotti, ma anche componenti e semilavorati**

«Sempre più oggi c'è la necessità di tracciare non solo il prodotto, ma anche il semilavorato e in alcuni casi anche la materia prima. Questo consente un maggiore controllo sulla produzione, in modo da renderla più efficiente». Nella richiesta sempre più evidente di abbreviare la produzione e la consegna del materiale ordinato dalla clientela, la tecnologia Rfid, applicata alla fase finale della produzione e del magazzino, risolve la gestione della logistica grazie all'abbattimento totale degli errori, riducendo i tempi di controllo delle spedizioni e di movimentazione delle merci in magazzino. «Con le nostre soluzioni – afferma Natale – il cliente ha la possibilità di velocizzare il processo di individuazione di un prodotto-scaffale, senza andare fisicamente a cercarlo. Evita gli errori nel prelevare e nella preparazione della merce in uscita. Ciò facilita enormemente la gestione dell'inventario del magazzino».



#### **Rfid come tecnologia anticontraffazione**

Il codice identificativo univoco memorizzato nel chip del tag Rfid si può tradurre in un'opportunità anche per proteggere il mondo del Made in Italy, in primis il food & beverage e il fashion, poiché garantisce una protezione elettronica dell'unicità del prodotto ai fini dell'anti-contraffazione e controllo dei canali distributivi. «I sistemi di riconoscibilità e tracciabilità abbinati alla tecnologia Rfid sarebbero ideali per la difesa del marchio Made in Italy, soprattutto per quanto riguarda il settore della moda e del lusso, dice Natale. Irideitalia, società che abbiamo acquisito a luglio 2018, è specializzata in questo e lavora soprattutto con grandi griffe come Prada, Gucci e il gruppo Kering. E' un mercato ancora marginale rispetto al nostro fatturato complessivo di 21 milioni



RFID

## Dal barcode all'Rfid

E' il 26 giugno 1974. Negli Stati Uniti, in un piccolo negozio di alimentari dell'Ohio viene per la prima volta scannerizzato il codice a barre di una confezione di gomme da masticare. E' passato quasi mezzo secolo e attraverso quel codice, composto da linee grafiche, milioni di prodotti vengono ancora oggi scannerizzati per gestire magazzini o semplicemente per gestire lo scontrino in fase di vendita. La modalità di identificazione si è poi evoluta e il codice, a partire dagli anni duemila, ha iniziato a poter essere letto attraverso sistemi a radio frequenza o Rfid: non era più necessario scannerizzare il prodotto con un lettore laser, il processo di riconoscimento poteva avvenire attraverso una comunicazione wireless.

Quest'ultima evoluzione ha permesso di velocizzare i processi logistici: non era più indispensabile una lettura manuale del singolo codice, ma era sufficiente una lettura a distanza di una molteplicità di prodotti. Non solo, era possibile identificare più prodotti in movimentazione, velocizzando per esempio l'ingresso e l'uscita da magazzino delle merci. L'Rfid è la tecnologia di riconoscimento più evoluta, grazie anche al fatto di poter contenere informazioni complete su prodotto cose e persone, ma non ha certo mandato in soffitta il barcode.