

INDUSTRIA ITALIANA

ANALISI E NOTIZIE SCELTE SU ECONOMIA REALE & INNOVAZIONE

DIRETTORE FILIPPO ASTONE



Finlogic: l'industria 4.0 è una questione di etichetta

Published on 27 novembre 2017 — in Innovazione

di Luigi dell'Olio ♦ Segreti e strategie della società tecnologica quotata all'Aim. Li spiega il suo numero uno Costantino Natale

«Dall'industria arriva una spinta decisiva all'evoluzione tecnologica nel campo della codifica e identificazione dei prodotti». **Costantino Natale**, presidente e amministratore delegato di **Finlogic**, vede nella manifattura un motore decisivo per l'evoluzione del settore in cui opera l'azienda con sede ad Acquaviva delle Fonti (Bari). «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 infatti un maggiore controllo sulla produzione, in modo da efficientarla».



DINO NATALE A.D. FINLOGIC

Il ruolo dell'Rfid

Parte dell'attività della società quotata all'Aim, il listino di Piazza Affari riservato alle piccole e medie imprese, è legata alla tecnologia **Rfid** (acronimo di **Radio Frequency Identification**), che consente l'identificazione automatica basata sulla propagazione nell'aria di onde elettro-magnetiche, consentendo la rilevazione a distanza di oggetti, animali e persone sia statici, che in movimento. L'Rfid agisce anche attivamente, allorché i **tag** – supportati da batteria a lunga durata –, al momento in cui vengono interrogati dal sistema di lettura, emettono una propria energia in radio-frequenza in grado di propagarsi su distanze anche di qualche decina di metri. «Il risultato è che ciascun prodotto ha un'identificazione univoca e in questo senso il dispositivo tecnologico può essere utilizzato ad esempio con scopo di contrasto alle contraffazioni», spiega Natale.

Salvaguardare la qualità dei prodotti

Non solo. «Con l'Rfid è possibile rilevare sia elementi quantitativi, che qualitativi dei prodotti», aggiunge Natale. «In questo senso si rivela utile ad esempio per il trasporto di farmaci, in modo da consentire che durante i processi logistici non vi siano alterazioni (che possono essere comunque registrate) che facciano venir meno l'integrità del dispositivo medico». E lo stesso vale quando si sterilizzano i ferri destinati alla sala operatoria o in caso di trasporti relativi agli alimentari. «Sui prodotti possono essere inseriti dei tag RFID, che registrano modificazioni di temperatura tale da far venire meno l'integrità dello stesso».



FINLOGIC: FASE DI LAVORAZIONE

Crescita da startup

Nato a **Grumo Apulla (BA)** 39 anni fa, Natale si è laureato con lode in Economia e Commercio, per poi iniziare a lavorare in **Auchan** e quindi passare a Finlogic fino al 2008, anno in cui è divenuto presidente e ad. Da quel momento la società è decollata. «Il **Cagr** (crescita composta annua media, ndr) medio tra il 2009 e il 2016 è stata del 2016, mentre l'**Ebitda** (il principale indicatore della redditività aziendale, ndr) nello stesso periodo è stato del 26%», spiega. Un ritmo di crescita che ha spinto l'azienda della Murgia ad ampliare progressivamente il proprio raggio d'azione a tutto il territorio nazionale. Fino alla scelta di quotarsi a Piazza Affari lo scorso giugno. Prima dell'ipo la società era controllata all'85% da **BFCapital srl**, holding finanziaria della famiglia **Battista**, e partecipata al 10% da **Italcodes** (controllata da **Vincenzo Battista**), con il restante 5% di azioni proprie in mano alla stessa Finlogic. Dopo il collocamento, invece, il capitale sociale di Finlogic è controllato da BFCapital al 62,96%, da Italcodes al 7,41%, da Finlogic al 3,7% e per il resto dal mercato.



LOGO FINLOGIC

La spinta della Borsa

In cinque mesi il titolo è cresciuto di circa il **40%**, forte dei risultati di bilancio in accelerazione. Il primo semestre del 2017 è andato in archivio con un fatturato di **10,8 milioni** di euro, con un balzo del **21%** rispetto allo stesso periodo dello scorso anno, mentre l'Ebitda è salito del **13%** a **1,8 milioni**, spingendo la marginalità sul fatturato al **18%**. L'utile netto è salito del **15%** a **0,9 milioni**, mentre la posizione finanziaria ha fatto registrare liquidità per **3,4 milioni di euro**, contro debiti per **0,5 milioni** un anno prima. «La spinta principale è arrivata dai prodotti tecnologici, in particolare quelli relativi alla linea digitale», aggiunge il numero uno dell'azienda. Con la semestrale sono stati in parte consolidati i risultati di **Primetec** (ulteriori benefici sono attesi con i conti del secondo semestre e poi quelli del prossimo bilancio), la prima azienda in Italia a offrire soluzioni di stampa digitale a colori in bobina.



UN PRODOTTO FINLOGIC

Verso un polo dell'etichettatura

«La quotazione in Borsa ci ha consentito di raccogliere capitali (6,3 milioni di euro, ndr), che da una parte ci consentono di effettuare investimenti per la crescita interna e dall'altra di puntare ad acquisizioni in settori affini al nostro, che possano consentirci di generare economie di scala e per questa strada migliorare la marginalità», spiega Natale. «Tendenzialmente seguiremo un approccio misto utilizzando in parte le risorse che derivano dall'Ipo e per il resto ricorrendo alla leva finanziaria, in modo da avere maggiori spazi per acquisire piccole realtà sul territorio».

In questo aiutano anche i tassi eccezionalmente bassi in questa fase di mercato, soprattutto per le aziende sane come questa. Mentre ben più difficile è accedere al canale bancario per chi fatica a far quadrare i conti e quindi agli occhi delle banche appare poco affidabile. «Non va poi dimenticata la nuova produzione di cassa che deriva dal business tradizionale, offrendoci quindi nuova liquidità per gli investimenti e le aggregazioni». L'ad ricorda poi che, anche al di là di eventuali operazioni straordinarie, «essere quotati in Borsa facilita i rapporti con la clientela acquisita e quella potenziale nella misura in cui è un segnale di affidabilità e rispetto di regole ferree in tema di governance».

Focus sull'Italia

Fino a questo momento l'm&a si è concentrato sul mercato italiano, che rappresenta il 92% (con la Francia poco sotto il 5% e il resto distribuito tra Svizzera, Germania, Spagna e Belgio, ciascuna con qualche decimale di punto) dei ricavi ed è fortemente parcellizzato, anche se a tendere la società valuta anche operazioni oltreconfine. «Di pari passo puntiamo su accordi di collaborazione con altri player di mercato, come Datalogic, altra azienda quotata a Piazza Affari, leader mondiale nei codici a barre».

In questo sentiero si muove anche il recente rinnovo dell'accordo con Sato Europe per la distribuzione in Italia di tutti i prodotti e le soluzioni di stampa con marchio Sato, leader mondiale per le soluzioni di stampa di codice a barre, che comprendono stampanti a trasferimento termico e termico diretto, stampanti intelligenti rfid e moduli di stampa. Il contratto, che ha una durata fino al 30 giugno 2020 e prevede il rinnovo tacito per un ulteriore anno, prevede anche un'importante collaborazione di Sato nell'attività di marketing di Finlogic attraverso l'organizzazione di fiere ed eventi nei prossimi anni.

Da segnalare, inoltre, che l'azienda pugliese ha sviluppato internamente un software attraverso il quale, inserendo come input le specifiche di prodotto richieste dal cliente attraverso un'interfaccia grafica user friendly, è possibile definire in tempo reale il prezzo del prodotto stesso. Questo consente una spica personalizzazione e una ricezione di ordine tempestiva.



FINLOGIC: LO STABILIMENTO DI ACQUAVIVA DELLE FONTI

Due stabilimenti per la produzione

Finlogic opera inoltre attraverso due stabilimenti di produzione: uno ad Acquaviva delle Fonti e l'altro Bollate (Milano). Il primo si sviluppa su un'area di **3mila mq**, con **21 linee di produzione** e **43 operai** al lavoro, mentre il secondo si estende su **3.500 mq** con **6 linee di produzione** e **10 operai**. Il portafoglio clienti include società operanti in diversi settori, come packaging, wine, food, chimica, farmaceutica e industriale. «La sfida è aumentare la capacità produttiva, ormai giunta a saturazione, mediante il potenziamento di entrambi gli impianti produttivi», aggiunge Natale.

In questa direzione spinge anche la crescita degli investimenti in digitale da parte delle aziende italiane, favorita sia della crescente consapevolezza che questo passaggio è fondamentale per restare competitivi, sia per beneficiare degli incentivi Industria 4.0. «Questi ultimi incidono sul nostro business in due direzioni», aggiunge il presidente e ad. «Sia perché possiamo accedervi direttamente, alla luce degli investimenti nella nostra azienda, sia perché favoriscono l'acquisto delle nostre soluzioni da parte dei nostri clienti. Inoltre, per lo stabilimento pugliese c'è l'accesso al Bonus Sud, sotto forma di un credito d'imposta su investimenti fatti in attivi materiali, nell'ordine del **35%**, che va a sommarsi alle misure a sostegno di Industria 4.0». Misure che, conclude il manager, «sono valide perché superano la vecchia logica degli incentivi a pioggia o a fondo perduto e vanno invece a premiare le imprese che mettono soldi di tasca propria per crescere e svilupparsi».

CONDIVIDI QUESTO ARTICOLO SUI SOCIAL NETWORK



TAGS:

AIM

AUCHAN

BFCAPITAL SRL

COSTANTINO NATALE

DATALOGIC

FINLOGIC

ITALCODE

PRIMETEC

RFID

SATO EUROPE

VINCENZO BATTISTA