

# Custom, ricavi a +40% Nuovi piani di sviluppo su healthcare ed export

**High tech company.** La società di Parma leader mondiale nel ticketing aeroportuale chiude il bilancio 2019 a 183 milioni di fatturato con 60 assunzioni in più. Il ceo Stradi: «Nuove branch in America, Russia e Africa»

**Ilaria Vesentini**  
PARMA

Sei milioni di investimenti in data intelligence, per ampliare l'offerta con soluzioni di acquisizione e gestione dati tagliate su misura di manifattura, logistica, medicale, commercio. Altri 16 milioni di euro puntati sul nuovo quartier generale green ed ecosostenibile ormai pronto a Parma, dove saranno concentrate le attuali tre sedi sparse nel territorio emiliano. Alle spalle un anno straordinario che ha portato a un aumento dei ricavi del 40% e a 60 nuove assunzioni su un organico complessivo arrivato oggi a 680 addetti. E davanti il traguardo del mezzo miliardo di euro di fatturato, da raggiungere nel giro di cinque anni a suon di internazionalizzazione e soluzioni eco-friendly. Sono i numeri inconsueti, anche per la dinamica via Emilia, della Custom Spa, fondata nel 1992 a Fontevivo di Parma da due amici - Carlo Stradi e Alberto Campanini - partiti in un garage per produrre stampanti personalizzate in base alle esigenze del cliente (da qui il marchio aziendale).

**Sei milioni gli investimenti in data intelligence e altri 16 puntati sul nuovo quartier generale a Parma.**

Oggi Custom è una "high tech solution company" che integra competenze, know-how e tecnologia fornendo in tutto il mondo hardware e software di stampa, scansione e data intelligence per l'automazione dei servizi al pubblico e dei processi di digitalizzazione: dai registratori di cassa ai Pos intelligenti che rilasciano scontrini fiscali nei negozi e inviano in diretta i dati telematici per la fattura elettronica; dai lettori di codici a barre integrati con mobile computer ai chioschi multifunzionali in parcheggi, stadi, musei; dal ticketing aeroportuale (dove Custom è leader mondiale) ai terminali per il gaming e le lotterie; dall'elettronica di consumo con brand proprio fino alla nuova gamma lanciata in queste settimane: le nuove Labels Printers per stampare qualsiasi tipo di etichetta, codici a barre, QR-code, Data Matrix in una o due dimensioni su qualsiasi materiale e per ogni tipologia di imballo con un enorme vantaggio per l'intera filiera logistica in termini di semplificazione e velocizzazione dei processi.

Semplificare e velocizzare la vita dei clienti sono i due verbi che meglio riassumono la strategia con cui da 27 anni Stradi e Campanini riescono a mettere all'angolo, nei mercati in cui entrano, colossi consolidati del calibro di Zebra, Honeywell, Oracle. «Lavoriamo in segmenti specializzati e verticali molto diversi - precisa Davide Guerra, chief marketing & business transformation officer di Custom - tra industria, retail, trasporti, hospitality, entertainment, lottery, healthcare, banking e questo non solo ci consente di diversificare il rischio ma di cogliere i trend di sviluppo di ogni singolo settore. Negli ultimi dieci anni siamo passati da 40 a 183 milioni di euro di fatturato (225 milioni l'aggregato di gruppo, ndr), per questo riteniamo sia alla nostra portata l'obiettivo fissato nel piano industriale di superare i 500 milioni di euro nel 2025. Si tratterà soprattutto di crescita geografica, perché oggi ci presentiamo al mercato con un portafoglio completo e differenziato di soluzioni, integrato trasversalmente dalle tecnologie di data intelligence».

Gli investimenti in ricerca e sviluppo, con un team di 200 ingegneri e 100 sviluppatori di software al lavoro e 30 brevetti già registrati, sono stati affiancati negli ultimi anni da una fitta campagna di acquisizioni e partnership. L'operazione più recente, in ordine di tempo, è l'alleanza con Ingram Micro, il più grande distributore al mondo di computer e tecnologie. L'accordo con la multinazionale californiana, firmato lo scorso ottobre, abbraccia tutte le

principali linee di prodotto di Parma (sistemi di stampa e scansione, mobile computing, terminali all-in-one, Pc-Pos), che saranno distribuite attraverso i 115 mila rivenditori di Ingram Micro nell'area EMEA, dando una forte spinta allo sviluppo estero. «L'intesa è un passo importante della strategia al 2025 che punta a rafforzare la nostra presenza internazionale diretta proponendoci come punto di riferimento nelle soluzioni smart ed ecosostenibili per automatizzare e digitalizzare i processi di vendita al dettaglio», sottolinea il presidente e Ceo Carlo Stradi. E annuncia «l'apertura di nuove branch oltreconfine con territory manager locali per implementare le quote di mercato non solo in Europa, ma anche in America, Brasile, Russia, Africa e Far East». Oggi il gruppo ha stabilimenti produttivi in Romania (di proprietà), Cina, India e Brasile, oltre a Parma dove si concentrano tutta la R&S, la prototipazione e le lavorazioni più complesse e vende in 76 Paesi, con una quota export del 56% che

si punta ad alzare al 76% nel prossimo quinquennio. Se il retail continua a rappresentare il nocciolo duro del business (40% dei ricavi), seguito da industria, trasporti e logistica, è nell'healthcare che Custom sta preparando il debutto: «Le nostre soluzioni di lettura, gestione, trasmissione dati, stampa codici ed etichette rendono più efficiente e sicuro qualsiasi processo in ambito medicale», fa notare Guerra, chiamato nell'ottobre 2018 dalla proprietà per imprimere la svolta verso la dimensione multinazionale nell'era dei big data, avendo il manager 30 anni di esperienza in ambito Automation ID per competitor globali quali Zebra e Datalogic. E il via da gennaio 2020 alla lotteria degli scontrini sarà un'altra occasione per Custom per farsi conoscere al grande pubblico tricolore, perché più di un registratore telematico di cassa su tre in Italia porta inciso il marchio parmensino.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**A Parma R&S**  
Cresce e si diversifica il business di Custom con applicazioni e soluzioni utilizzate da aeroporti, musei, nella sanità fino ai parcheggi

**LEADER DI MERCATO**

**500 milioni**

È l'obiettivo di fatturato aziendale fissato nel Piano industriale del Gruppo nel 2025

**683 i dipendenti**

Il personale dell'azienda che ha visto crescere di molto i ricavi e nel 2019 ha realizzato 60 nuove assunzioni

**L'azienda fondata nel 1992 a Fontevivo di Parma da due amici Carlo Stradi e Alberto Campanini partiti in un garage per produrre stampanti**

**Più export.**  
L'unico distretto marchigiano che, nei primi sei mesi di quest'anno, si presenta con un valore positivo dell'export è quello della carta (+5,8% per il centro studi di IntesaSanpaolo).



**NELLE MARCHE**

## Il Gruppo Fedrigoni traina la ripresa del polo della carta

**L'ad Nespolo: «Carta Fabriano diventerà brand mondiale per la qualità»**

**Michele Romano**

L'unico distretto marchigiano che, nei primi sei mesi di quest'anno, si presenta con un valore positivo dell'export è quello della carta (+5,8% per il centro studi di IntesaSanpaolo): un segno di ottimismo per un comparto che ha radici storiche profonde, una produzione di altissima qualità (tanto da candidare la carta filigranata a bene immateriale dell'Unesco, ndr.) ma soffre più degli altri per la piccola dimensione delle sue aziende (103 su 166 hanno meno di 9 addetti), concentrate a cavallo tra le provincie di Ancona e Macerata, e per le fluttuazioni dei mercati esteri.

La conferma di un distretto in ripresa arriva soprattutto dal Gruppo Fedrigoni, controllato al 90% dal fondo statunitense Bain Capital e i cui numeri incidono profondamente sui risultati dell'intero distretto cartario regionale: il fatturato globale, nel primo semestre 2019, è cresciuto a 1,2 mld. (+1,3% rispetto allo stesso periodo 2018), con i siti marchigiani dell'ex Cartiere Milani-Fabriano capaci di crescere nel 2019 del 4% nei volumi di produzione mantenendo sostanzialmente stabili i volumi di produzione (circa 200 mila tonnellate l'an-

no), nonostante le ampie oscillazioni che subisce la stampa di cartamoneta, che ancora rappresenta un settore "core" ma è anche quello più fluttuante, per via dell'esito delle aste in giro per il mondo. Da tre anni, ad esempio, non si stampano più euro, ma taka bengalesi e lire turche fino a fine 2020: così, se da un lato l'azienda continua a cercare nuove commesse, dall'altro sonda attraverso la società di consulenza Poyry la disponibilità di player internazionali interessati all'acquisizione del solo asset banconote e sicurezza.

Banconote a parte, le Marche restano comunque centrali nelle strategie del gruppo Fedrigoni, che occupa complessivamente 620 addetti nei 4 siti della regione. Uno a Vetralla dove ha sede lo storico stabilimento delle Cartiere Miliani, potenziato con l'entrata in funzione di una macchina dedicata sia alla fabbricazione di carte artistiche di pregio, sia di carta moneta, la cui produzione prevede l'uso del cotone; uno nella frazione di Rocchetta, con il centro logistico che serve tutta l'Italia centrale; uno a Pioraco, che da qualche settimana produce anche Arena, nuova gamma di carte e cartoncini bianchi appena lanciata sul mercato e realizzata finora solo a Verona e Varone, considerati i due stabilimenti di eccellenza del gruppo. Il quarto a Castelraimondo, per gli articoli cartotecnici. Entro febbraio 2020 è previsto il closing per l'acquisizione della so-

cietà Ritrama (215 addetti nello stabilimento di Sassoferrato), operazione che rafforza il business della produzione di etichette autoadesive e per grafica pubblicitaria, settore in grandissima crescita e dove Fedrigoni ora si posiziona tra i top player in Europa. Un'operazione che allunga la campagna di acquisizioni in giro per l'Europa, che avvicina il gruppo verso la quotazione in Borsa. «Quello che sta nascendo nelle Marche è un polo produttivo con oltre 800 dipendenti - spiega l'ad del gruppo Fedrigoni Marco Nespolo - il nostro è un piano di crescita aggressivo in 4 anni, con investimenti per 40 milioni, di cui una fetta consistente solo nel 2020 pari a 12,1 milioni è destinata alle Marche per strutture e macchinari per ottimizzare i processi, espandere la logistica, razionalizzare i consumi di energia e spingere sulla sostenibilità». L'obiettivo è chiaro: «fare della carta Fabriano, che ha 750 anni di storia, il primo brand mondiale per le carte d'arte professionali, per la scuola, gli hobby e l'ufficio, sfruttando al meglio know how e strumenti unici al mondo». Insomma, più carte speciali per la stampa e il luxury packaging, «business che diventerà sempre più centrale». Buona notizia anche per gli scatolifici marchigiani che realizzano, tra le altre, confezioni di lusso per il distretto fermano-maceratese delle calzature di alta gamma e della pelletteria.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**620**

**GLI ADDETTI NELLE MARCHE**  
Le Marche restano centrali nelle strategie del gruppo Fedrigoni, che occupa complessivamente 620 addetti nei 4 siti produttivi della regione

**LA SCUOLA DELLA FONDAZIONE CASSA DI RISPARMIO**

## Con i mastri cartai di Carifac'Arte rinasce l'antica filigrana del 1200

**Formazione per tramandare i segreti del mestiere alle nuove generazioni**

«Ho compreso che posso plasmarne i sogni di tutti coloro che vogliono un ricordo speciale, un momento da immortalare e tramandare perché unico». Sandro Tiberi, 56 anni, è uno dei pochi mastri cartai riconosciuti e rispettato a livello internazionale: lavora la carta a mano, con la stessa tecnica utilizzata nel 1200, e a lui si sono rivolti gli indiani del Rajasthan - i migliori produttori al mondo di carta pregiata - per fargli realizzare una carta filigranata preziosissima, contenente granelli di sabbia provenienti da un luogo sacro del Gange. «Servono anni di apprendimento per padroneggiare tutte le tecniche e riuscire a fabbricare le varie tipologie di carta - racconta - e negli anni ci si accorge che l'unico limite alle possibilità creative di questo mestiere è la fantasia». Figlio di un ferroviere, diplo-



**Sandro Tiberi.**  
Mastro cartai lavora a con Carifac'Arte. A lui si sono rivolti gli indiani del Rajasthan per far realizzare una carta filigranata preziosissima

mato in telecomunicazione, operaio nelle Cartiere Milani di Fabriano, oggi lavora con Carifac'Arte, la scuola internazionale degli antichi mestieri della Fondazione Cassa di Risparmio di Fabriano e Cupramontana. «Ma qui non sono solo - spiega - ho il privilegio di avere in squadra professionisti come Bruno Sebastianelli, fra i più grandi esperti filigranisti». Insieme, hanno realizzato filigrane speciali per l'"Uomo vitruviano" di Leonardo, "L'Infinito" di Leopardi e il sacchetto filigranato e numerato, quasi fosse una banconota, utilizzato come contenitore dei celebri tartufi bianchi di Alba. Insieme vogliono essere presenti all'Expo 2020 di Dubai, dove il motto è "Connettere le menti per creare il futuro": «Lo vogliamo declinare diversamente: stiamo connettendo il nostro saper fare, per creare il futuro e diventare così i punti di riferimento mondiale per la realizzazione di filigrane artistiche».

Si definisce «un panda in estinzione» e pretende anche di «non diventare una rievocazione storica» in una città dove si produce carta dal 1264. Essere mastro cartario significa «misurarsi con un mestiere che sembra facile, ma effettivamente è estremamente complesso» e a Fabriano si cercano i suoi eredi. «Con Carifac'Arte abbiamo deciso di dar vita a una scuola internazionale con due obiettivi - spiega il presidente della Fondazione Carifac, Marco Ottaviani -: salvaguardare i mestieri legati alla carta e tramandare, attraverso la formazione, le nuove generazioni di cartai». Obiettivi che si sono concretizzati con un corso appena iniziato per mastri cartai e filigranisti, al quale partecipano 15 giovani provenienti non solo dalle Marche, ma anche da Umbria, Trentino Alto Adige ed Emilia Romagna, che impareranno anche a coniugare un mestiere artigianale con l'innovazione dei processi cartari in direzione dell'impresa 4.0, prima di ricevere la certificazione di specializzazione tecnica superiore.

—Mi.Ro.

© RIPRODUZIONE RISERVATA