

**SPREAD**
BTP ITALIA / BUND 10 ANNI
157 punti base**CHI SALE**UBI BANCA +9,4%
brilla con le good banks**CHI SCENDE**CINA -3,6%
cala l'interscambio con l'Italia**CRÉDIT AGRICOLE**
CARIPARMA**IMPRESE** LO SCORSO ANNO IL GRUPPO E' CRESCIUTO DEL 28%. SVILUPPO A LUNGO TERMINE

Custom, il business arriva dal fisco

Il fatturato 2016 sfiora i 100 milioni

Stradi: «I nostri prodotti? Sono pensati per non far perdere tempo»

Lorenzo Centenari

■ Crescita a doppia cifra, «quota 100 milioni» dietro l'angolo, un futuro che promette sbocchi sempre nuovi. Leader nel campo delle soluzioni meccatroniche di stampa e scansioni per i mercati professionali, il Gruppo Custom di Fontevivo archivia il 2016 festeggiando un fatturato di 99,6 milioni di euro (+28,1%) e soprattutto accogliendo come una manna l'evoluzione di un quadro normativo fiscale, quello nazionale, che non potrà che favorire lo sviluppo a lungo termine del business. Già, perché dal 1° gennaio è in vigore anche in Italia la legge che autorizza i contribuenti Iva ad adottare la memorizzazione in forma elettronica e la trasmissione telematica all'Agenzia delle Entrate dei dati relativi alla cessione di beni e servizi ai privati. In altri termini: a partire da quest'anno, qualsiasi esercizio commerciale potrà equipaggiarsi di strumento telematico e avanzare di battere il prezzo del prodotto sul registratore di cassa, dicendo addio al «vecchio» scontrino (salvo esplicita richiesta del cliente) e comunicando l'incasso al Fisco in forma virtuale, snellendo quindi l'intera procedura. Proprio nella tecnologia per



Custom Carlo Stradi (a destra) e Alberto Campanini.

I numeri del gruppo

■ 6 brand, 8 aziende, un solo gruppo internazionale che dopo l'exploit dello scorso anno (99,6 milioni di euro) si appresta ad oltrepassare di slancio quota 100 milioni di euro di fatturato, col target dei 120 milioni in calendario per il fiscal year 2017-18. Fondata a Fontevivo nel 1992, Custom presidia oggi ogni continente e qualsiasi aspetto della

tecnologia di stampa professionale: dal mercato domestico il contributo maggiore (41,7 milioni di euro), con Europa (20 milioni) e soprattutto Stati Uniti (13,2) in forte crescita. La maggioranza dei ricavi proviene da registratori di cassa e Pos (37%) e da stampanti industriali e kit per chioschi self-service (35%). **LC.**

stampanti fiscali con giornale elettronico, Custom ha nel tempo conquistato un ruolo di riferimento su scala globale. E dopo le esperienze di collaborazione con le istituzioni di numerose nazioni occidentali, ma anche del continente africano (in Tanzania, ad esempio, la disciplina sulla trasmissione telematica risale al 2010), la gamma Custom di soluzioni all'avanguardia per Pos e retail è pronta a raggiungere i banconi e le casse di negozi, bar e ristoranti anche del Belpaese.

«Ogni Stato che adotti una nuova normativa - spiega Carlo Stradi, presidente e ceo del Gruppo - sceglie sempre la tecnologia più moderna. Grazie al nostro spirito di innovazione e all'ascolto delle specifiche esigenze di ciascun singolo interlocutore, da semplice produttore qualificato ora all'azienda viene riconosciuta dalle istituzioni anche la funzione di autorevole consulente». Il ramo della trasmissione telematica dei corrispettivi è ovviamente solo una delle business unit che hanno contribuito all'escalation dei volumi e della reputazione di un'impresa, quella avviata 25 anni fa da Alberto Campanini (oggi direttore tecnico e Cto) e dallo stesso Carlo Stradi, che a distanza di un quarto di secolo figura nientemeno come l'unico player «worlwi-

de» ad erogare soluzioni complete che includono hardware, software e servizi. Dallo scontrino del caffè al prelievo Bancomat, dal ticket del parcheggio al check-in all'aeroporto: senza accorgersene, la tecnologia Custom fa parte del nostro quotidiano. Anche le divisioni Aviation (stampa carte d'imbarco ed etichette bagagli) e GLB (Game, lottery & betting), ora entrambe al 10%, stanno progressivamente guadagnando quote. L'unità votata al mondo della telefonia mobile genera oggi il 2% del fatturato, ma ha di fronte a sé grandi prospettive. Proprio in questi giorni Custom sarà al Nrf Retail Big Show di New York per presentare l'ultimo progetto: K3 ed è la prima stampante termica per punti vendita con scanner barcode wireless integrato.

«Al fatturato record - commenta Stradi - hanno concorso sia la forte ascesa del mercato americano, sia l'impulso delle divisioni Aviation e Gaming, ambedue in rapida crescita. La chiave del successo? I nostri prodotti - sostiene - sono pensati per non far perdere tempo al cliente e non distoglierlo dal business principale. Per Custom, una tecnologia innovativa deve infatti risultare non solo integrata, ma anche e soprattutto di facile utilizzo». ♦

© RIPRODUZIONE RISERVATA

WORLD CHEESE AWARDS TRA I VINCITORI 7 CASEIFICI PARMENSI

Al Parmigiano 38 medaglie

■ Saranno premiati martedì in Sala del Tricolore, a Reggio Emilia, i 42 caseifici che hanno partecipato alla spedizione della nazionale del Parmigiano Reggiano al World Cheese Awards 2016 di San Sebastian. Dalla Spagna la squadra dei caseifici reggiani, parmensi, modenesi, mantovani e bolognesi è rientrata con 38 medaglie e tre «supergold». Questi risultati hanno fatto del Parmigiano Reggiano il formaggio più premiato in un concorso internazionale che ha visto scendere in campo oltre 2.000 campioni di formaggi. Tra i caseifici vincitori a San Sebastian ce ne sono anche sette di Parma. Il Battistero, bronzo categoria «22- 29 mesi», Caseificio Gennari Sergio e figli, bronzo categoria «oltre i 30 mesi», Caseificio Sociale di Ravarano e Casaselvatica, bronzo categoria «18- 21 mesi», Caseificio Sociale di Urzano, argento categoria «22 - 29 mesi», Caseificio Sociale Berettinazza, argento categoria «oltre i 30 mesi», Caseificio La Traversetolese, oro categoria «22 - 29 mesi», argento categoria «oltre i 30 mesi», Caseificio Sociale Palazzo, argento categoria «oltre i 30 mesi».

GRUPPO IMPRESE IL 26 UN INCONTRO

Il mercato austriaco, opportunità per le pmi

■ Il Gruppo Imprese Artigiane organizza, per mercoledì 26 gennaio alle 17,30 a Palazzo Soragna, l'incontro, del ciclo Gia Networking, dal titolo: «L'Austria, un vicino conosciuto? Nuovi orizzonti per l'internazionalizzazione delle Imprese Artigiane e le pmi di Parma». Dopo i saluti del presidente del Gruppo Imprese Giuseppe Iotti, entrerà nel vivo dell'argomento Alberto Calugi, consulente all'internazionalizzazione, per presentare la ricetta ideale per le pmi esportatrici, di cui «bigger, wider, smarter» costituiscono gli ingredienti fondamentali.

Marion Biber, responsabile Italia della Austrian Business Agency - Aba - proseguirà facendo conoscere meglio agli imprenditori presenti le caratteristiche economiche, e non solo, dell'Austria, che pur essendo vicina di casa del nostro Paese è raramente vista dalle nostre imprese come possibile mercato di sbocco per i propri prodotti. Infine

Gregor Postl - consigliere commerciale Ambasciata Austria - chiuderà la serata con la relazione dal titolo: «Italia e Austria - una proficua relazione economica. Aspettative del cliente austriaco e primi passi all'estero». L'incontro è realizzato con il patrocinio del Ministero e degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale e con quello dell'Ambasciata d'Austria. «L'Austria è un paese ricco commenta il segretario Gia Maurizio Caprari - con un'economia in ottima salute, vicino a noi, che apprezza il nostro Paese ed il nostro "saper fare". Per le aziende artigiane e le pmi di Parma è una bella occasione per conoscere più da vicino nuove possibilità di sbocco per le proprie attività». La partecipazione è gratuita ed aperta a tutte le imprese interessate, previa registrazione della propria presenza alla segreteria organizzativa del Gia. ♦ **r.eco.**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Opinione: Valentino Gandolfi*

Il lavoro è il fulcro delle priorità del nostro Paese

Nel discorso di fine anno il presidente della Repubblica ha detto con forza che il lavoro è il fulcro delle priorità che il Paese deve affrontare. E' la prima volta che ciò viene affermato a livello istituzionale dall'ultima crisi economica. Tale qualificazione non ha bisogno di essere argomentata, essendo ben noto che una soddisfacente occupazione sostiene la domanda, comprime gli squilibri reddituali, riduce la fuga dei giovani all'estero, riequilibra il potere contrattuale tra lavoratori e datori di lavoro, ecc. La connotazione prioritaria pone in primo piano gli interventi per il lavoro nella gerarchia degli investimenti pubblici. Le parole del presidente hanno trovato unanime consenso da parte delle forze politiche, del governo e delle diverse espressioni associative, ma c'è il fondato rischio che la questione continui ad essere trattata in termini riduttivi rispetto alla gravità assunta.

Ultimamente sono stati presi in tema di lavoro due ordini di provvedimenti che si sono dimostrati inefficaci ed inefficienti. Il primo è di tipo normativo, incentrato sul Jobs Act, teso principalmente a togliere potere a sindacati e lavoratori: i posti di lavoro non potevano che restare quelli che erano. Sono ormai pochi coloro che difendono tale intervento. Le cose non possono cambiare nemmeno ripristinando l'art. 18 o estendendolo ad altre fasce dimensionali di imprese. L'altro provvedimento concerne la decontribuzione per le assunzioni stabili. Si va sempre più diffondendo la convinzione dell'infutilità di queste erogazioni ai fini della creazione di posti di lavoro. Le imprese assumono se prevedono una crescita delle vendite, a prescindere da vantaggi dati da una compressione transitoria del costo della manodopera. L'attuale Ministro dello sviluppo economico ha dichiarato che, proprio per dare una risposta concreta alla preoccupazione del capo dello Stato, il governo impegnerà più risorse per le imprese onde stimolare l'innovazione, la riorganizzazione dei processi produttivi, l'introduzione delle nuove tecnologie. Questa svolta supera chiaramente l'azione governativa precedente ed è senz'altro condivisibile perché è soprattutto dalla realtà delle imprese che si attende la produzione di posti di lavoro. Una risposta del genere è senz'altro coerente con gli obiettivi aziendali ma è insufficiente per la ripresa economica auspicata. Un orientamento significativo della politica italiana in quest'ultima direzione sarebbe certamente un robusto contributo alla ripresa economica e alla crescita dell'occupazione, e troverebbe il plauso di imprese e lavoratori, ma darebbe risultati occupazionali sensibili

in tempi troppo lunghi, incapaci di arrestare la deriva economica e sociale che stiamo vedendo. Bisogna tenere presente che per recuperare il Pil pre-crisi con i connesi posti di lavoro servirebbero ancora circa dieci anni in base ai tassi di crescita previsti dal Fmi, sperando nella continuità espansiva dell'attuale ciclo economico mondiale. I tempi per raggiungere il tasso di occupazione pre-crisi (che anche allora era ben inferiore a quello di altri paesi dell'Ue) sono ancora più incerti, per due principali motivi. In primo luogo, le imprese devono colmare il divario di produttività che le separa da quelle di altri paesi con cui competono, fatto che si manifesta necessariamente con la riduzione di manodopera a parità di produzione. In secondo luogo, bisogna tenere conto delle caratteristiche delle nuove tecnologie che devono essere interiorizzate nei processi economici, che si estrinsecano con la crescente digitalizzazione dell'attività economica, come è già ben leggibile in paesi come gli Stati Uniti. Insomma, sarebbe illusorio contare in prospettiva su una relazione Pil-posti di lavoro pari a quella del passato. Né si può pensare di avere a breve-medio termine un apporto significativo di nuovi posti lavoro da start up. Da quanto si è esposto scaturisce che una consistente crescita di posti di lavoro non può essere ricercata sul solo fronte delle imprese. Serve senz'altro quel mix di interventi ambientali complementari alle stesse di cui si è detto, ma serve anche destinare ingenti risorse pubbliche su aree critiche non sempre mirate direttamente alla competitività aziendale e che generano lavoro. Ci si riferisce all'assetto idro-geologico, alla sicurezza degli edifici pubblici (come quella del dimenticato piano delle scuole annunciato all'inizio del mandato del precedente Governo), alle infrastrutture materiali e immateriali, agli interventi antisismici in interi agglomerati urbani, ecc. ecc. Se ne parla solo quando succedono gravi calamità, a cui non seguono poi continuità di attenzione del Governo, sistematicità degli interventi, impieghi corrispondenti di risorse. Le relative priorità dichiarate sono state in genere deviate da preoccupazioni politiche populiste o elettorali, nonché da lobby economiche, finanziarie e bancarie. Una nuova politica economico-sociale come quella appena delineata richiede un approccio keynesiano, adattato alla situazione storica del Paese, incentrato su ingenti investimenti pubblici, e significa che la creazione di posti di lavoro deve diventare il parametro principale nella valutazione degli investimenti da realizzare. ♦

*già Ordinario di Economia e gestione delle imprese



Il futuro parte da Parma.

Essere vicini è guardare oltre i confini

Entra in Cariparma, scopri Crédit Agricole.

**CRÉDIT AGRICOLE**
CARIPARMA

www.credit-agricole.it