

MONOPOLI

«Pronto? Qui parla Custom»

L'azienda di ticketing lancia il nuovo smartphone: in due anni ha venduto 40.000 pezzi e i ricavi hanno superato il milione. «Cresceremo a due cifre»

di **Beppe Facchini**

100

Milioni
È il fatturato di Custom. L'azienda era partita da zero 25 anni fa

500

Mila
È la somma in euro destinata da Custom alla divisione «Phone»

Lo aveva detto e lo ha fatto. «Non abbiamo avviato la divisione Phone per scherzo. Ci puntiamo molto: l'obiettivo è crescere a due cifre ogni due anni e raddoppiare i numeri attuali già alla fine di quest'anno fiscale».

Custom lancia sul mercato il suo primo Android rugged, Ranger 2.0, e si butta sempre più a capofitto nel mondo del mobile e delle app. Il gruppo di Fontevivo, la cui storia comincia 1992 in un garage della provincia parmensese, in 25 anni ha ampliato notevolmente il proprio universo di soluzioni per la stampa. A giugno 2015 è arrivato perfino l'ingresso, a 360 gradi, in quello della telefonia: positivo il primo bilancio. «Anche con nostra sorpresa finora abbiamo venduto più di 40mila pezzi, con un fatturato da oltre un milione di euro — ammette Carlo Stradi, presidente con la passione per le moto —. È un buonissimo risultato, soprattutto considerando che in questo settore siamo partiti praticamente da zero».

Dal suo ufficio ornato da trofei e foto su due ruote, l'ex pilota modenese, fondatore insieme ad Alberto Campanini di Custom, aggiunge: «I dispositivi che chiamiamo ancora cellulari ormai vengono usati pochissimo per telefonare. Tra qualche anno avranno probabilmente un altro nome». Meglio farsi trovare pronti, insomma. Le otto persone addette al reparto interno che se ne occupa (su un totale di 422 dipendenti, nuove assunzioni sono dunque in agenda) continua a lavorare su una linea completa di smartphone e cellulari destinati non solo alla grande distribuzione e ai negozi specializzati.

Oltre al nuovo Ranger 2.0,



Avanguardia Marco Stradi, presidente di Custom, con il nuovo telefono Ranger 2.0



con lettore Nfc (Near field communication) e scanner per barcode («rugged» sta per resistente), gli esperti del marketing hanno studiato le esigenze di qualsiasi consumatore, portando alla nascita di modelli pensati per le donne, per gli amanti dei selfie e per chi è avanti con l'età, con tanto di pulsante «Sos». Ma l'obiettivo è supportare i sei settori in cui il gruppo è già presente, tra Pos, ticket, stampanti per carte d'imbarco e self service. «Le grandi aziende puntano solo ai ricavi, noi offriamo soluzioni per tutte le nicchie

e necessità — rimarca Stradi —. Non vogliamo bombardare la gente di cose inutili: in tutti i settori in cui operiamo, al fianco del prodotto principale, vogliamo fare in modo ci siano a completamente dei clienti anche un dispositivo mobile e un software».

Integrazione è dunque la parola chiave: Custom è non a caso socio di maggioranza di Netrising, società specializzata in applicazioni per tablet e smartphone. Da FastEat, che traduce i menu del ristorante, all'app utilizzata dalle ferrovie austriache, già cliente di Custom, per controllare le casse dei distributori automatici. Sugli store le app attive sono circa 300, per un totale di 150.000 download conteggiati finora. «Le nostre prospettive? Essere sempre più attenti ai bisogni del prossimo futuro — risponde il presidente —. Non siamo dei geni, ma in 25 anni, partendo da zero e in bolletta, siamo arrivati a fatturare oltre 100 milioni di eu-

ro».

Accanto agli smartphone, Custom produce anche diversi accessori: da Mirror, powerbank da borsetta con specchio illuminato a Led, a MyTemp, misuratore di temperatura collegabile allo smartphone. «Mezzo milione di euro» è la somma per gli investimenti infine garantiti per l'intera divisione da Stradi, produttore di dispositivi freschi di omologa da Roma per la trasmissione telematica dei corrispettivi dei commercianti e pronto a lanciare il gruppo anche nel medicale. «Qui siamo già presenti con le stampanti: si tratta di un settore che si sta automatizzando parecchio, coi tablet arrivati persino in ospedale. Stiamo analizzando il mercato per un nuovo progetto ed entro due anni saremo pronti. Custom ha un potenziale enorme e appena 25 anni — conclude Stradi —: siamo in pratica dei teenager, alcuni concorrenti asiatici ne hanno almeno 80».