

DUE ESPERIENZE A CONFRONTO

La rivelazione di Datalogic

Datalogic, società bolognese quotata nel segmento TechStar, attiva nella progettazione, produzione e distribuzione di sistemi per la lettura di codici a barre e di sistemi di identificazione tramite radiofrequenza (Rfid), nel 2005 ha investito in ricerca e sviluppo 14,7 milioni di euro. Nei laboratori dell'azienda sono impegnati nella ricerca di base e nella ingegnerizzazione di nuovi prodotti oltre 140 ingegneri. Dal 1994 ha attivato un ufficio brevetti interno che ha già messo «sotto tutela» 200 invenzioni industriali. Con un utile netto in crescita del 15,9% (a 13 milioni), ricavi consolidati di 205,9 milioni (+40,8%) e un margine operativo lordo di 31,5 milioni (+24,9%) nel 2005, Datalogic dimostra quanto l'in-

novazione sia decisiva nella crescita delle imprese.

E la corsa continua, perchè il primo trimestre 2006 ha chiuso con ricavi in aumento del 159%, anche grazie alle acquisizioni operate alle fine del 2005 delle americane Psc e Informatics. Le due società detengono 600 brevetti internazionali e, su un fatturato totale di circa 400 milioni di euro a fine 2005, ne investono 30 in ricerca. Su 2mila dipendenti, 300 sono gli ingegneri.

Datalogic è diventata così il maggiore produttore europeo di lettori di codice a barre a tecnologia laser e di terminali portatili per la raccolta dati radio e batch.

«La nostra struttura di ricerca e sviluppo — spiega il vice presidente

Roberto Tunioli — ha favorito la nascita di innovazioni come Shopevolution, il sistema di self scanning che permette ai clienti finali dei supermercati, tramite un lettore portatile di codici a barre, di registrare l'acquisto di tutti i prodotti consentendo il pagamento automatico di quanto acquistato. Lo scanner è prodotto presso lo stabilimento di Quinto di Treviso, inaugurato nel 2004. Il sistema è già stato adottato in circa 40 punti vendita delle principali catene di grande distribuzione».

L'innovazione, però, deve essere difesa. «Centrale per noi è la questione della proprietà intellettuale — conclude Tunioli — e non solo per noi ma per l'intero Paese, perchè le imitazioni dei prodotti nazionali hanno indebolito il nostro sistema produttivo».