

## LA CHAMPION AI RAGGI X

L'azienda produce accumulatori al litio per macchine e veicoli industriali  
Dopo il rallentamento del settore nel 2025, il rimbalzo è atteso già quest'anno  
Il Ceo Righi: «L'obiettivo è raggiungere i 50 milioni entro il 2028-2029»

di **Selene Seliziatto**

Una quindicina di anni fa, mentre i primi utilizzatori di batterie al litio per macchine e veicoli industriali le stavano abbandonando per problemi di affidabilità e sicurezza, due amici stavano guardando la stessa tecnologia da un'angolazione diversa: quelle batterie pesavano tre volte di meno e duravano tre volte di più rispetto alle alternative al piombo. Il problema non era l'accumulatore in sé, ma la capacità di farlo funzionare. Da quell'intuizione, maturata in un garage a Reggio Emilia, nel 2012 è nata Kaitek. Negli anni ha cambiato il suo



— Il Cto Alan Pastorelli assieme al Ceo Marco Righi (Courtesy Flash Battery)

### L'AZIENDA

Nata nel 2012 da un'idea di due amici appassionati di elettronica, Flash Battery è arrivata in pochi anni a superare i 33 milioni di ricavi. Nel 2015 ha visto l'ingresso nel capitale di E80 Group, leader mondiale nell'intralogistica e suo cliente. Nel 2022 ha investito 7 milioni per una linea di assemblaggio automatica con saldatura a laser. L'azienda conta oggi 125 dipendenti: «In un mercato che si amplia o troviamo nuove competenze o siamo costretti a valutare altre vie come l'esternalizzazione per non perdere questo treno».

# Il successo di Flash Battery? Tecnologie su misura e smart «Ma mancano gli ingegneri»

nome in Flash Battery ma non la sua specializzazione: la produzione di batterie al litio per macchine e veicoli industriali.

Nel 2015 nel capitale è entrato E80 Group, multinazionale reggiana leader nell'intralogistica, un ingresso che ha dato stabilità finanziaria e visibilità in un momento in cui Flash Battery era ancora una start-up emergente: «Siamo cresciuti un po' insieme - ricorda il cofondatore e Ceo Marco Righi. Questa operazione ci ha garantito numeri solidi su cui costruire la nostra struttura mentre E80 poteva contare su un sistema che ha dato valore competitivo ai suoi prodotti». L'ipotesi di crescere a propria volta per acquisizioni è stata valutata e finora accantonata: in una nicchia dove la finanza è disposta a pagare cifre elevate, «non abbiamo trovato tecnologie all'altezza della nostra a prezzi che giustificano l'operazione».

Il mercato in cui opera è Flash Battery è infatti in espansione: la transizione dall'endotermico all'elettrico in questo segmento è un processo avviato ma lontano dal dirsi concluso e anzi soggetto agli stessi fattori che stanno decelerando l'elettrificazione in altri comparti. Il 2025 lo ha confermato: «È stato un anno di rallentamento, legato a un contesto di mercato più prudente e a una fase di minore dinamismo in alcuni settori chiave per noi, come agricoltura e costruzioni - commenta il Ceo. È stato però anche un anno di passaggio, che prepara il terreno alla prossima fase di sviluppo dell'elettrificazione».

Ma la frenata del 2025 interrompe una crescita che negli anni era stata costante. Tra il 2018 e il 2024 i ricavi sono infatti cresciuti da 13,2 milioni a più di 33 milioni, l'Ebitda è passato da 3,1 milioni (con una marginalità del 22,6%) a quasi 6 milioni (il 17,2%) e l'utile è salito da 2,3 milioni a 3,6 milioni. La prospettiva ora è quella di un rimbalzo già nell'anno in corso: «Nel 2026 torneremo ai livelli del 2024», aggiunge Righi. Ma l'orizzonte è più ambizioso e guarda al 2028-2029: «Ci stiamo strutturando per riuscire a realizzare il doppio dei volumi attuali e superare i

50 milioni».

A rendere competitiva Flash Battery sono, secondo il suo Ceo, almeno tre elementi: «Il primo è la focalizzazione: fin dall'inizio abbiamo scelto di concentrarci su applicazioni industriali definite, dove viene riconosciuto il valore aggiunto della personalizzazione che offriamo. Il secondo è l'elettronica proprietaria: una batteria al litio non è come una al piombo, ha una sua intelligenza interna e noi abbiamo scelto di tenere tutto questo know-how al nostro interno, sviluppando sistemi brevettati di gestione delle batterie».

Il terzo elemento, continua Righi, sta nella «manutenzione predittiva»: «Grazie a un sistema proprietario di controllo da remoto possiamo monitorare tutte le batterie installate presso i clienti. Da un lato questo ci permette di fornire loro un sistema che li aiuta a ridurre i fermi macchina e garantire alte prestazioni e dall'altro ci consente di capire il funzionamento reale dei nostri prodotti e proporre al mercato batterie sempre migliori nel futuro». È su questa combinazione di fattori che si regge il posizionamento rispetto alla concorrenza, sia europea sia asiatica.

Per quanto riguarda la prima, «si tratta perlopiù di player più piccoli, con i quali continuiamo a differenziarci anche grazie a investimenti importanti». L'ultimo è quello di 7 milioni per una linea automatizzata di assemblaggio moduli al litio con saldatura laser. Mentre per la concorrenza asiatica, sottolinea Righi: «Il nostro prodotto è più customizzato: curiamo il processo dalla consulenza iniziale fino al service on site, offrendo qualcosa che la standardizzazione di un player asiatico non può dare». È per questo che l'azienda reggiana ha aperto una filiale negli Usa,

per rafforzare la presenza locale e garantire un servizio di assistenza tecnica sempre più vicino ai clienti.

Le celle, però, arrivano comunque dall'Asia e questa dipendenza è un elemento di gestione non banale: «Dialoghiamo con dei colossi - afferma Righi - perché non abbiamo troppa voce in capitolo. Quello che possiamo fare, specie in periodi come l'attuale, è metterci al riparo sul versante degli stock». E l'evoluzione del contesto geopolitico è una variabile importante: i clienti di Flash Battery sono in larga parte esportatori (tanto che «sebbene l'export diretto rappresenti il 35% del fatturato, seguendo i nostri clienti arriviamo all'80-85%») e le tensioni internazionali hanno perciò un loro impatto.

La sfida per i prossimi anni, però, non è né tecnologica né finanziaria: è quella delle persone. Flash Battery conta 125 dipendenti e per continuare a crescere ha bisogno soprattutto di ingegneri elettronici. «Ogni dispositivo ormai è elettronico e purtroppo anche in questo territorio non c'è un bacino di talenti sufficiente a soddisfare la domanda», osserva Righi. La risposta che sta valutando è quella di esternalizzare alcune attività: «L'alternativa sarebbe di allungare il time to market. Il nostro è un mercato che si sta ampliando: o troviamo nuove competenze e le portiamo al nostro interno o siamo costretti a valutare altre vie per non perdere questo treno».

