



ALICE PAVESI

Nord Resine vola alto con la bombola più leggera

«Un quinto dei nostri dipendenti lavora alla ricerca e allo sviluppo» esordisce **Lionello Caregnato**, presidente di Nord Resine. L'innovazione prima di tutto. Fondata nel 1990 a Susegana (Treviso), l'azienda è diventata famosa a livello europeo per avere immesso nel settore dell'edilizia materiali compositi all'avanguardia adatti all'impermeabilizzazione e al trattamento delle superfici. Ma non solo. Grazie al know-how ha anche realizzato la bombola per il contenimento del gas ad alta pressione più leggera al mondo. «Il rivestimento interno, anziché essere in acciaio, è in Pet, lo stesso materiale utilizzato per le bottiglie di acqua minerale» spiega Caregnato. Una volta che la bombola avrà ottenuto la certificazione per contenere ossigeno puro allora Nord Resine vedrà aprirsi le porte del settore della sanità. Ma anche di quello subacqueo.

Il limone di Campisi da Chanel a Grom

Il loro focus è commercializzare il limone di Siracusa da agricoltura biologica certificata tanto che sono riusciti a diventare uno dei più importanti player del settore in Italia ed Europa. Campisi Italia è un'impresa familiare da tre generazioni, ha 120 dipendenti in larga parte stagionali, un volume di affari di 4,5 milioni di euro ed è proprietaria di 120 ettari di limoneti bio e di un magazzino di lavorazione attrezzato con impianti «che utilizzano tecnologie innovative» commenta l'a.d. **Fabio Moschella**. Diventare consorzio poi ha permesso all'azienda di ingrandirsi pur restando familiare,

grazie anche alla produzione Igp (ci sono voluti 9 anni di lavoro) e all'apertura a mercati internazionali: Gran Bretagna, Danimarca, Norvegia e Svizzera. L'azienda sta sviluppando rapporti con l'industria dei profumi (Chanel, Hermès), con l'industria del gelato (Grom) e con l'industria delle bevande (Schweppes).

Con Websolute internet si evolve

Una cosa è certa: non si tratta della solita web agency: tra i suoi clienti Websolute ha gruppi come Google e Unilever. E grazie alla partnership con altre due aziende che si occupano di comunicazione multimediale ha sviluppato prodotti così innovativi da aggiudicarsi riconoscimenti di prestigio in giro per il mondo internettiano. Impegnata da oltre 10 anni nella realizzazione di software e siti, nonché di piattaforme multimediali, la web agency di Pesaro non realizza «prodotti finiti, ma in continua evoluzione» spiega Fidenzio Zerbini, uno dei soci cofondatori dell'azienda. «Per questo motivo, una volta stabilita la digital strategy da seguire continuiamo a rimanere al fianco del committente». E i risultati si vedono: Websolute lo scorso anno ha registrato 4 milioni di euro di fatturato.

L'automazione di 2Effe trova alleati in India

Il tema è quello dell'analisi dell'automazione applicata all'industria meccanica. Il gruppo 2Effe Engineering è stato fondato nel 1997 con lo scopo di trasformare in struttura industriale un'attività professionale

prevalentemente di consulenza, iniziata sette anni prima da **Paolo Marconi**. «I clienti chiedevano di potere usufruire di un servizio continuativo di trattamenti superficiali per componenti di organi di trasmissione destinati soprattutto al mercato estero. Il punto di forza era, ed è tuttora, la possibilità di quantificare, mediante l'uso della diffrazione dei raggi X, l'effettivo beneficio». Ora l'azienda è concentrata sul mercato indiano, «dove saremo operativi con una joint venture con una casa automobilistica locale, entro la fine dell'anno. Con la collaborazione di università locali, realizzeremo una serie di conferenze sui nostri processi tecnologici in Medio Oriente» conclude Marconi.

Le Officine Italiane che fanno innovazione

Da 20 anni innova prodotti, processi e organizzazioni di centinaia di piccoli e medi imprenditori italiani. Così **Pietro Bazzoni**, nel 2005, ha dato vita alla comasca Know Net Officine Italiane Innovazione. Ma la svolta arriva nel 2010: occorre uno strumento per tenere in contatto tra loro gli imprenditori italiani e che consentisse loro di scambiarsi informazioni e relazioni. Sono nate, in soli sei mesi, le Officine Italiane Innovazione, una community online, che conta oltre 1.700 iscritti da 70 Paesi, gratuita e aperta a imprenditori e professionisti di tutto il mondo. «Abbiamo voluto creare qualcosa di diverso da LinkedIn: nelle Officine si parla italiano e ogni giorno la redazione di Know Net modera discussioni e dialoghi tra imprenditori».

Hanno collaborato: **Francesco Bisozzi, Costanza Rizzacasa d'Orsogna, Francesco Signor e Francesca Vercesi.**

una quota export pari al 92% con mercati come Germania, Francia, Benelux, Nord Europa e Stati Uniti. «Oggi Tuscany Leather è anche parte del Consorzio pelle al vegetale italiana» racconta **Francesco Altavilla**, a.d. del gruppo con sede a Crespina (Pisa) e produzione a Firenze. La proprietaria del brand Tuscany Leather è Rosso Toscana e la filiera produttiva coinvolge nove aziende toscane: sei borse e tre concerie in Santacroce sull'Arno. Fin dall'inizio, il portale è stato strutturato in cinque lingue (italiano, inglese, francese, tedesco e spagnolo) e la possibilità di vendere sia retail sia b2b. Attraverso i canali di marketing legati al web, è poi partita una campagna destinata alle principali nazioni europee e agli Stati Uniti. Il brand ora si sta spostando verso l'abbigliamento e verso il segmento del lusso, che gli aprirà anche i pregiati mercati del Medio Oriente.