

IMPRESA. Premiate anche quest'anno le eccellenze artigiane

Le magnifiche sette di Cna alla conquista del mondo

8.5.2008

Gabriele Orsi **IL DOMANI**

Aziende artigianali che producono camicie e scarpe indossate dai potenti della terra, piccole imprese della meccanica che conquistano nuovi mercati in Cina, imballatori che riescono a valorizzare persino il cartone. Sono solo alcuni esempi delle eccellenze che verranno premiate oggi pomeriggio da Cna Bologna, sette aziende scelte, questa volta, in base alla loro capacità di adottare efficaci strategie di marketing in grado di fare loro acquisire clienti di grande importanza. Sette imprese del territorio bolognese, attive nei settori più disparati, dalla metalmeccanica all'abbigliamento: «Quest'anno - spiega Tiziano Girotti, presidente di Cna Bologna - abbiamo voluto premiare le eccellenze che grazie al marketing hanno saputo sfondare nel mondo, innanzitutto perché desideriamo portare a conoscenza dell'opinione pubblica le storie di queste piccole realtà di successo, in modo che fungano da stimolo agli altri, e poi perché siamo convinti che oggi siano necessarie nuove e più sviluppate strategie di marketing, specie per le piccole imprese. Ormai si dà per scontato che l'impresa il suo prodotto lo sappia realizzare, oggi l'importante è metterlo

in mostra e il passaparola non basta più come non basta avere un solo, importante, cliente: quindi è necessario un servizio flessibile e su misura, che garantisca qualità, e in questo la comunicazione è importante». Scelti fra un centinaio di candidati, i magnifici sette di Cna rappresentano, ognuno nel proprio campo, veramente delle eccellenze: La.Co., azienda specializzata nella meccanica di precisione che, assieme ad Ima, ha realizzato un hub industriale a Shanghai. Linea Blu è una società di trasporti che nel tempo ha arricchito la propria offerta di numerosi servizi collaterali dando vita a un network nazionale focalizzato sulla clientela business. Marol produce camicie artigianali su misura vendute nei migliori negozi di Beverly Hills - le preferite da Nelson Mandela, Pierce Brosnan e Clint Eastwood. Nigelli Imballaggi è riuscito a valorizzare, grazie alla sua strategia full service, qualcosa di poverissimo come l'imballo in cartone. Peron & Peron, fondata da Simone Peron, figlio del leggendario Bruno, realizza scarpe artigianali che finiscono ai piedi dei ricchi potenti in mezzo mondo. Tecnoclima realizza impianti di climatizzazione per clienti di grossa nomea come Armani e Ferrari, garantendo il massimo dell'affidabilità e del-

la puntualità, mentre Www.Fiore.It commercializza i capi del marchio Emmanuel Schvili sfruttando il marketing emozionale, dove il prodotto viene contestualizzato in una serie di eventi spettacolari. «Il mercato odierno - spiega Stefania Zanghieri, responsabile servizi e innovazione di Cna - è saturo di prodotti, perciò non basta più vendere un prodotto buono, bisogna saperlo comunicare. Sempre più spesso le nostre aziende hanno mostrato l'esigenza di un sostegno nel marketing internazionale e anche nazionale, e Cna è pronta a sostenerle». «Queste imprese - aggiunge Marisa Raffa, dello sviluppo progetti Cna - sono tutte caratterizzate da un buon presidio del processo produttivo, hanno una buona redditività, sono generalmente all'avanguardia e puntano molto sul marketing relazionale. Se ne desume che le nostre Pmi non hanno bisogno di grandi uffici marketing, è sufficiente che sfruttino adeguatamente le proprie leve di vantaggio competitivo. E come per gli anni passati gli esempi delle aziende premiate resteranno a disposizione come *case histories* da studiare, perché non vogliamo limitarci a premiare un'azienda, desideriamo anche sollevare questioni che rientrino nelle esigenze di Cna».



IN SENSO ORARIO: MANUELA VIGNIPELLI DI MAROL, ALESSANDRO SCARDOVÌ DI LINEA BLU, MICHAEL SCHVILI DI WWW.FIORE.IT E SIMONE PERON DI PERON & PERON

Pmi di successo

Dalla meccanica che sfonda in Cina all'imballatore che valorizza il cartone al camiciario di Mandela e Eastwood