

Piccole & Medie



Enti pubblici e crediti penalizzate le piccole

Secondo la Cgia di Mestre la pubblica amministrazione italiana è la peggiore pagatrice tra i principali Paesi Ue. Solo nei confronti della sanità le imprese vantano crediti per 33 miliardi. Le più penalizzate sono le Pmi.

Aziende beachwear a «Mare d'amare»

Nei suggestivi padiglioni dell'Arsenale all'interno della Fortezza da Basso di Firenze dal 4 al 6 luglio apre la rassegna «Mare d'amare», salone internazionale dedicato al beachwear con le nuove collezioni per il bagno.

Corsi di marketing e comunicazione

Adc Group promuove un programma di formazione per le nuove leve della comunicazione, interamente finanziato dalla Regione Lombardia. Attività a Milano, tra settembre e novembre. Info: patrizia.delprete@adcgroup.it

A Kerself il premio energie rinnovabili

Kerself, società italiana con sede a Correggio attiva nel campo delle energie rinnovabili, è stata premiata dal magazine inglese "The New Economy" con l'Award 2009 come "best renewable energy solution Italy".

Il ruolo di Milano nel dopo-crisi

Mercoledì 1 luglio, al Politecnico di Milano, Alberto Meomartini, neopresidente di Assolombarda, dibatterà con i docenti Mip sul tema. «Quale ruolo per Milano nell'economia e nella finanza del dopo-crisi».

Elettronica

«In fiera abbiamo scoperto l'America»



Matteo Crescini amministratore unico della milanese Wsn

Tra una rete di sensori ed una rete di contatti il concetto non cambia. «Creare un network, scambiarsi esperienze e fare sistema alla lunga paga». Matteo Crescini è l'amministratore unico della Wireless Sensor Networks, sistemi hardware e software per la telemedicina e la sicurezza personale. «Creo reti e dipendo dalla rete. Il mio lavoro è network. Collegamento. Non faccio altro che mettere in relazione le strutture ospedaliere ed i pazienti attraverso i miei sensori, per una de-ospedalizzazione più controllata». Quanto è importante un network? Ci sono molte occasioni in Italia per attivare rapporti? «Per le piccolissime

sto è quello che capita a Matching, per cui spendo 2 mila e 500 euro, 5 volte di meno rispetto a quanto mi costerebbero importanti fiere sulla telemedicina come quella di Düsseldorf o quelle brasiliane. L'investimento mi frutta 150 mila euro l'anno».

Grazie a Matching l'azienda è anche riuscita ad internazionalizzare la sua attività. «Avevo bisogno di trovare un distributore per i miei sensori in Argentina. Mi è bastato andare all'esposizione, dove ho conosciuto l'azienda che è diventata uno dei miei più importanti partner e con cui ho sviluppato nuovi prototipi per la rivelazione non invasiva della pressione arteriosa, che presenteremo il prossimo

giugno al Sic (Società italiana di Cardiologia) di Firenze. Da lì si sono poi aperti nuovi mercati in tutta l'America. Sempre grazie alla Fiera ho avuto modo di conoscere giovani designer di Milano, a cui ho affidato la linea dei miei prodotti, che sono squadri e con poco appeal». Fare sistema aiuta dunque a superare le difficoltà? «Gli ospedali hanno sempre meno budget e posti letto. Virtualizzando il posto letto, veniamo incontro a quella che è l'esigenza primaria dei nostri clienti: risparmiare».

6 le fiere internazionali a cui l'azienda partecipa ogni anno per business

BARBARA MILLUCCI

WSN

Un wireless sensor network è un sistema elettronico in grado di ricevere dati dall'ambiente. La Wireless Sensor Networks è una piccolissima azienda di Giussano, in provincia di Milano, di appena 3 dipendenti che però fattura 750 mila euro, e che conta di arrivare al milione di euro nel 2009. Nata nel 2004, l'azienda lombarda assume in media una persona l'anno ed opera in due mercati di riferimento: quello sanitario con i progetti di telemedicina e quello sociale per la sicurezza delle persone sole. Il gruppo produce sensori per la tele assistenza di malati ed anziani non autosufficienti. In pratica, il paziente indossa un sensore che il medico può controllare a distanza e in tempo reale. Se ad esempio qualcosa va storto, il chip invia un sms segnaletico di aiuto. L'azienda opera in Argentina, Francia, Spagna, e a breve esplorerà anche i mercati russi ed indiani. Due i progetti di internazionalizzazione nati in occasione del matching: uno in Spagna per pazienti con problemi respiratori che ora possono essere controllati a distanza dall'ospedale, l'altro a Parigi per il controllo a distanza dell'apnea notturna dei neonati.

B. M.

Energie alternative

«E ora un partner che ci porti in Cina»

Il gruppo campano pensa a una joint venture per esportare tecnologia nei mercati asiatici

Il più grande trasformatore mai prodotto in Italia è made in Marcianise. Getra, multinazionale tascabile ad alto contenuto innovativo, l'ha costruito in soli sei mesi per il mercato greco: uno scatolone da 500 tonnellate, lungo 16 metri e largo otto, con una potenza di base di 520 megawatt. «Abbiamo battuto la concorrenza con la nostra capacità di rispondere alle richieste del cliente: unità di queste dimensioni sono prodotti unici, con peculiarità di prodotto, di processo e di mercato, perciò la flessibilità è fondamentale», spiega Marco Zigon, presidente del gruppo campano. Collaborazione con il territorio, innovazione continua e internazionalizzazione sono le sue parole d'ordine per resistere alla crisi.

Getra, che produce da sessant'anni trasformatori destinati alle centrali elettriche e alle reti in alta tensione, punta a diventare un riferimento centrale per la costruzione di un distretto elettrotecnico in Campania. «Ci piacerebbe veder crescere un indotto sempre più qualificato», spiega Zigon, che negli ultimi anni ha messo a segno tassi di sviluppo a due cifre. «Il nostro nocciolo duro è qui a Marcianise e vogliamo potenziarlo, in un'azione di concerto con tutte le forze presenti sul territorio: fare sistema è il modo migliore per diventare più competitivi», precisa Zigon. Nel contempo però, Getra, già presente in Europa, Medio Oriente e Nord Africa, vuole anche diventare più internazionale, scommettendo sull'Asia con la creazione di joint venture. «Entrare



Marco Zigon presidente Getra

da soli in un mercato come la Cina è impossibile, perciò dovremo trovare un partner con cui allearci, ma esportare tecnologia da quelle parti resta un passo pericoloso, che va affrontato con grande cautela», fa notare Zigon.

Proprio la joint venture con partner locali risulta uno dei sistemi migliori per approcciare il mercato cinese. In particolare

GETRA

Il gruppo Getra, che nel 2008 ha superato i 100 milioni di fatturato, ha tre unità di progettazione e produzione: a Marcianise per i trasformatori di grande e media potenza, a Pignataro per i trasformatori di distribuzione e a Legnano per le applicazioni industriali, con 250 dipendenti in tutto, che si occupano anche dell'assistenza e della manutenzione delle macchine già installate. Il business è equamente distribuito fra l'Italia e l'estero, in particolare Mediterraneo e Medio Oriente. Il tasso di sviluppo negli ultimi tre anni è stato del 20%. La guida dell'azienda è in mano a Marco Zigon, terza generazione della famiglia che ha fondato Getra nel 1949.

E. CO.

Contemporaneamente alle alleanze internazionali, per mantenersi competitivo sul mercato internazionale, Zigon punta molto innanzitutto sull'innovazione. «Investiamo in ricerca una bella fetta del nostro fatturato, dal 2 al 4%, molto di più della media italiana», rileva. I trasformatori, snodi cruciali nella trasmissione in alta tensione ma anche nella distribuzione di energia elettrica agli utenti finali, saranno coinvolti in pieno nelle due grandi trasformazioni in corso. Da un lato l'informatizzazione delle reti, che alla lunga dovranno diventare «intelligenti» per ricevere energia anche dai piccoli impianti di produzione da fonti rinnovabili, sparpagliati sul territorio. Dall'altro lato il crescente efficientamento, per disperdere sempre meno energia, nello spirito di Kyoto. «Il futuro della trasmissione di energia sta nei superconduttori, materiali alternativi al rame che a bassissime temperature hanno la capacità di condurre elettricità 2 o 300 volte più del rame», considera Zigon. Su questi materiali futuribili Getra ha un progetto di ricerca in corso, insieme ad Ansaldo Cris e al consorzio interuniversitario Create, che riunisce gli atenei di Napoli, di Cassino e di Reggio Calabria. Un altro modo per fare sistema, anche là dove il territorio non è fra i più facili.

ELENA COMELLI

Rob Walker

MURKETING

La rivoluzione del marketing ambiguo

Perché siamo quello che compriamo: la nuova religione dei consumi



in libreria

ETAS

www.etaslab.it



Peter A. Ubel

LA FOLLIA DEL LIBERO MERCATO

Perché la natura umana fa a pugni con l'economia

Un esperto di scienze comportamentali spiega i fattori che determinano le nostre decisioni