

# L'Isasan ieri e oggi nei ricordi di Leone Cinelli, il suo fondatore



«Azienda innovatrice nel modo di comunicare, unica nel dentale, in compagnia di una sola altra nel settore dei prodotti di alta tecnologia per la salute. Per l'informazione

fornita in forma piacevole, semplice e in modo tale da non offrire possibilità di malintesi». Questo riconoscimento conferito dall'Associazione dei tecnici pubblicitari deve aver fatto molto piacere a Leone Cinelli, patron di Isasan, l'azienda di Rovello Porro (Como) che quest'anno compie quarant'anni dalla sua fondazione.

Nel ricostruire assieme a lui i quattro decenni di sviluppo fino all'attuale posizione di leader nella produzione e distribuzione di perni endodontici (oltre 5 milioni commercializzati finora) e di altri prodotti di qualità per l'odontoiatria, il ricordo di Cinelli torna volentieri alle origini della capacità di comunicare riconosciuta a lui e alla sua azienda dagli "addetti ai lavori".

Nato in una famiglia «che ha sempre guardato alla comunicazione» come dice di sé, Cinelli ebbe un primo contatto indiretto con l'arte di comunicare nell'ambito di un gruppo cosmetico/farmaceutico di Muggiò (Milano) dove, malgrado la giovane età, gli venne assegnato l'incarico di responsabile dell'ufficio statistico.

Un ruolo particolarmente sensibile ai ritorni provocati da una comunicazione pubblicitaria più o meno efficace. «In quell'azienda che diffondeva i suoi prodotti nelle farmacie e profumerie – dice – appresi le modalità di esporre in vetrina e i linguaggi da usare con il grosso pubblico, a seconda della varietà dei destinatari».

Il trasferimento in un'altra grande casa farmaceutica fu occasione per dimostrare a essa e a sé quanto può la forza di volontà di un giovane motivato dal successo. Venne infatti assunto, a condizione che nel giro di sei mesi avesse imparato l'inglese. Cosa che in realtà avvenne, di notte, al costo di molte ore di sonno mancato. «Era un'azienda di nazionalità svedese – ricorda – che dava ai capaci delle chance e io non mi lasciai scappare l'occasione di progredire nella carrie-

ra, affinando i modi di comunicare su temi delicati come i prodotti farmaceutici di alta tecnologia».

Divenuto direttore commerciale Italia, si compì allora il giro di boa della sua vita, ossia l'idea di passare da dirigente a imprenditore, provocata dalla sua sentita esigenza di un prodotto durevole. Per spiegare meglio i suoi sentimenti di allora, quelli che lo spinsero al "gran rifiuto", Cinelli usa la similitudine dell'auto e della benzina: «Un conto è vendere la benzina – dice – un conto è vendere l'auto». Di qui il suo ingresso nel dentale che avvenne nel 1975 nella Ritter Italia, azienda del gruppo Sybron, primo concorrente della Siemens nel campo dei riuniti.

La scelta del dentale non fu poi tanto casuale, ricorda Cinelli perché si fondò sull'intuizione che in quest'ambito egli avrebbe potuto, con uno stanziamento relativamente ridotto, ottenere buoni risultati. Grazie a un amico imprenditore olandese si trovò all'esercitare all'inizio una posizione di mezzo tra imprenditore e rappresentante, ossia di concessionario di prodotti dentali, assumendo ben presto la decisione di "fare il salto": perché non comperare direttamente i prodotti per poi venderli in proprio? Da una sede, decisamente modesta (una stanzetta a Caronno Pertusella) ma con la fiducia accordatagli da due aziende, una olandese (Cavex) e una tedesca (D+Z), che gli fornirono sulla parola i prodotti, con l'accordo che avrebbe pagato sei mesi dopo e solo il venduto.

L'incontro con un altro fornitore di fama, la giapponese Kuraray, segnò il definitivo decollo di Cinelli in qualità di imprenditore grazie alle proprietà di un adesivo di loro produzione che costituì la vera novità del dentale. Con i giapponesi avviò un rapporto non solo di soddisfacente sinergia lavorativa, ma che si trasformò fino a resistere ancor oggi in una profonda, sentita riconoscenza «per avermi consentito – dice – di diffondere le loro conoscenze in Italia». Chi non ricorda i due "paperotti gialli" che furono la base di un nuovo modo di pensare?

Dagli adesivi ai perni di fibra alla nuova odontoiatria miofunzionale, gli altri cavalli di battaglia dell'odierna

Isasan. Grazie al fortunato incontro con un produttore francese di perni, e valorizzando un brevetto ceduto in seguito agli Stati Uniti, Isasan è diventata il numero uno in Italia. Il marchio Tech, punto di riferimento nella ricostruzione con perni in fibra, è una tecnologia avanzata cui è stata aggiunta una conoscenza precisa delle resine per una buona adesione tra perno, composito e dente. Di qui facilità d'uso, semplicità di trattamento e migliori performance.

Più di cinque milioni di perni in fibra ancora in esercizio a vent'anni dalla prima commercializzazione la

dicono lunga su cosa questo prodotto abbia rappresentato nella crescita Isasan e come la identifichino oggi: come l'azienda con la più lunga esperienza negli strumenti per la ricostruzione endodontica. Altrettanto longeva (trent'anni) e conosciuta la sua terapia miofunzionale degli squilibri oro-facciali, frutto di un lungo percorso didattico-clinico: anche questa una vera innovazione con una nuova strategia diagnostico terapeutica e riabilitativa adatta alle varie fasce di età. Ortodonzia miofunzionale sono anche i dispositivi Trainer System e Myobrace per lo sviluppo armonico

di denti e viso dei ragazzi dai 5 ai 15 anni. Per un raddrizzamento dei denti e per la correzione dei problemi di affollamento e quindi dello sviluppo scorretto della mascella.

Ma non si ferma qui. Con il Kit Paki 43 Isasan intende affrontare il problema dell'articolazione fonatoria, con una nuova strategia riabilitativa.

E se poi esistesse un problema di non perfetta sterilità dell'ambiente? C'è sempre l'acqua iperossigenata, la vecchia acqua ossigenata all'ennesima potenza dove l'ossigeno... non ossida!

Dental Tribune



## Happy Birthday!



# isasan

Dal 1975  
a fianco del dentista  
tra ricerca e innovazione



ISASAN S.r.l. • 22070 Rovello Porro (CO) • tel. 02 96 75 41 79 • www.isasan.com • info@isasan.com

