

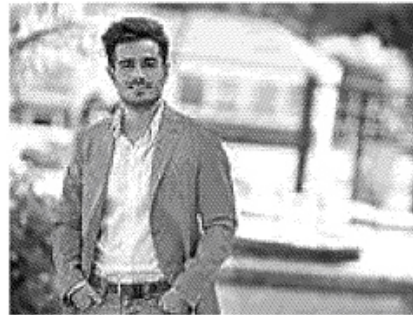
# 6 storie di startup

Una piattaforma che aiuta gli artigiani a vendere in tutto il mondo, il sito dove comprare prodotti «vintage» fuori commercio, un fashion brand ecosostenibile di borse da donna. Ma anche soluzioni digitali per la casa. Fra tradizione e hi-tech, giovani aziende alla sfida del mercato

## Moda

### «Pelle, canapa, seta e stoffe di kimono faccio borse da donna Cum Laude»

**P**assione, design, eleganza e rispetto dell'ambiente: Cum Laude, fashion brand fondato da Ezio Lauricella, 29 anni di Agrigento (nella foto), è improntata al marketing 3.0: responsabilità ambientale. Realizza borse limited edition in pelle e seta vintage. Spiega l'imprenditore: «Le prime borse rappresentano pezzi unici, create con pregiate e certificate pelli italiane e decorate con stoffe di kimono giapponesi in seta degli anni 60». Ogni borsa è lavorata a mano usando prodotti rigorosamente ecosostenibili come canapa e seta, e colorazioni naturali estratte da tè nero, melograno e zafferano. «Il nostro è più di un fashion brand — sottolinea Lauricella — è un'idea sostenibile, il sogno di una terra che non si lascia inaridire dalle logiche della globalizzazione». Per questo motivo, ha rifiutato una recente proposta di acquisizione per de-localizzare la produzione: la filosofia di Cum Laude è



sostenere il made in Italy. Conclude Lauricella: «Nella prossima collezione ci piacerebbe realizzare borse usando come ornamenti pizzi e ricami fatti a mano dalle donne siciliane anche per conferire un ruolo educativo ai nostri anziani».

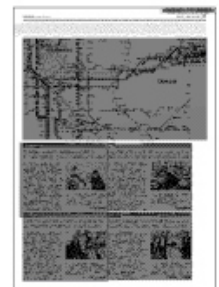
**Barbara Gasperini**

© RIPRODUZIONE RISERVATA



#### Doney 14

Firmata da Marco Zanuso e da Richard Sapper nel 1962, la Doney 14 Television Set è una delle prime televisioni di Brionvega, azienda fondata nel 1945 a Milano da Giuseppe Brion e da Leone Pajetta con la denominazione BPM (Brion Pajetta Milano)



## Food

Addio inquinamento e intermediazioni  
Kalulu consegna il cibo in modo sostenibile

L'idea si è concretizzata nel luglio 2014 ma solo da pochi mesi è decollata, su Roma e Milano. Si tratta di una tecnologia che consente ai produttori locali di vendere e consegnare cibo fresco direttamente agli utenti, tagliando i costi di intermediazione e trasporto. «Tre numeri ci rendono orgogliosi», spiega Emanuel Sabene di Kalulu.it fondatore della società (autofinanziata) insieme a Giorgio Scrocca e Domenico Angilletta (nella foto), «de 116 tonnellate di prodotti consegnati, 1600 pick-up points, le cento tonnellate di Co2 risparmiate grazie al sistema di raccolta e consegna più efficiente di una filiera tradizionale». Il segreto è l'algoritmo per la selezione dinamica dei punti di consegna richiesti. Una volta registrati su Kalulu.it gli utenti possono inserire preferenze di acquisto e posti in cui desiderano ritirare i prodotti: il produttore massimizza il numero di ordini consegnabili in un posto e nel giorno fissato per il ritiro, può consegnarli direttamente a chi li ha richiesti. «Un



produttore può soddisfare 70 ordini in meno di quattro ore, realizzando con i clienti, una filiera del cibo sostenibile e inquinando meno». Non stupisce quindi che Kalulu.it sia entrata nelle dieci startup di Feeding the Accelerator, iniziativa del Padiglione Usa in Expo.

**Maurizio Bertera**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## E-commerce

Candele barocche o saponi art déco,  
Fattobene raccoglie (e vende) la tradizione

Fattobene è un archivio di oggetti italiani che esistono da sempre e raccontano, con la loro storia e il packaging mai cambiato negli anni, il patrimonio industriale italiano. Saponi art déco e candele barocche, ma anche prodotti iconici come la Coccoina o il Crystal Ball, caraffe da osteria o bevande dai nomi antichi, come il rosolio o il ratafià, sono raccolti in un sito (fatto-bene.com) e da novembre anche in vendita. Fattobene è nato da un'idea di Anna Lagorio e Alex Carnevali (nella foto di Adriano Castelli) durante una vacanza nel Sud Italia, quando hanno iniziato a raccogliere oggetti poco noti, scoprendo curiose storie aziendali e culturali. «Questo progetto è un racconto dell'Italia per oggetti e anche una dichiarazione d'amore per il nostro patrimonio industriale» dice Anna. Oltre ai singoli prodotti, è in vendita un primo kit, Scatola n.1, che contiene cinque piccoli tesori in un box di cartone, raccontati da alcune cartoline. L'obiettivo è portare alla



luce una produzione italiana di alta qualità, dando vita a una mappatura a 360 gradi del patrimonio artigianale sul territorio. Ogni azienda ha una storia diversa, ma da oggi possono tutte contare su una piattaforma unica per entrare nel mondo digitale.

**Carolina Saporiti**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## Big data

## L'occhio di Tickete studia ricevute e scontrini per dire alle aziende come spendono i clienti

A volte le idee più geniali arrivano posando lo sguardo sulla quotidianità. Ad esempio grazie all'abitudine a conservare ricevute fiscali per tenere sotto controllo le spese e il conto corrente. Così è successo per Tickete, l'applicazione che premia l'utente con coupon: basta il login tramite Facebook, si fotografa lo scontrino e si riceve un gratta e vinci virtuale con cui si potrà scoprire se si ha diritto a un premio che rispecchia i propri gusti. In più, man mano che l'utente carica gli scontrini su Tickete, nella sezione «I miei coupon», troverà promozioni pensate per lui. «Questo ci permette di confezionare per le aziende report e ricerche di mercato sulle reali abitudini di acquisto e comportamento dei consumatori», spiegano i fondatori della startup bolognese, Luca Gisi e Massimo Giacchino (nella foto), «offriamo risposte per aziende, brand, centri commerciali, insomma i clienti che



vogliono raggiungere un pubblico ampio tramite un'unica soluzione che racchiude big data analysis, mobile marketing e data visualization». La società è giovanissima: nata nell'aprile 2014 ha proseguito la strada vincendo il concorso StartCup.

**Andrea Rinaldi**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## Artigianato

## Calzolai, intarsiatori, conciatori e designer su Reputeka vendono in tutto il mondo

Per farsi conoscere nel mondo, la strada è stretta. Per molti artigiani italiani, custodi di eccellenze nascoste, la via passa da Raossi, frazione del comune di Vallarsa, in Trentino. Qui alcuni ragazzi hanno dato vita a Reputeka, prima piattaforma e-commerce la cui vetrina virtuale si basa sulla reputazione degli operatori. «Se vale, un giovane senza risorse con noi può farsi spazio. Non chiediamo quote di iscrizione, ma incassiamo solo una commissione sulle vendite», spiega Luca Cornali, ceo di Reputeka (nella foto, il team). Un anno fa, la startup è partita con 70 artigiani affiliati; oggi sono 300. I visitatori, centomila. Con incrementi del 10% al mese. Il magazzino include 3.000 creazioni e vale due milioni di euro, alimentato da tutta Italia dalla mano sapiente di intarsiatori di legno, designer di pietre preziose, calzolai e conciatori che, senza il web, difficilmente avrebbero superato con i propri prodotti i confini regionali. Invece, dopo il lancio a maggio della versione inglese



del sito, il made in Italy si è imposto sul mercato inglese, che da solo costituisce il 60% del fatturato di Reputeka e predilige i gioielli, e su quello tedesco, che punta sulla pelletteria. Le prossime tappe? Stati Uniti, Giappone, Taiwan e Hong Kong.

**Alessandro Papayannidis**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Domotica

# Comandare porte e cancelli grazie al tap Con «Solo» l'Internet delle cose è realtà

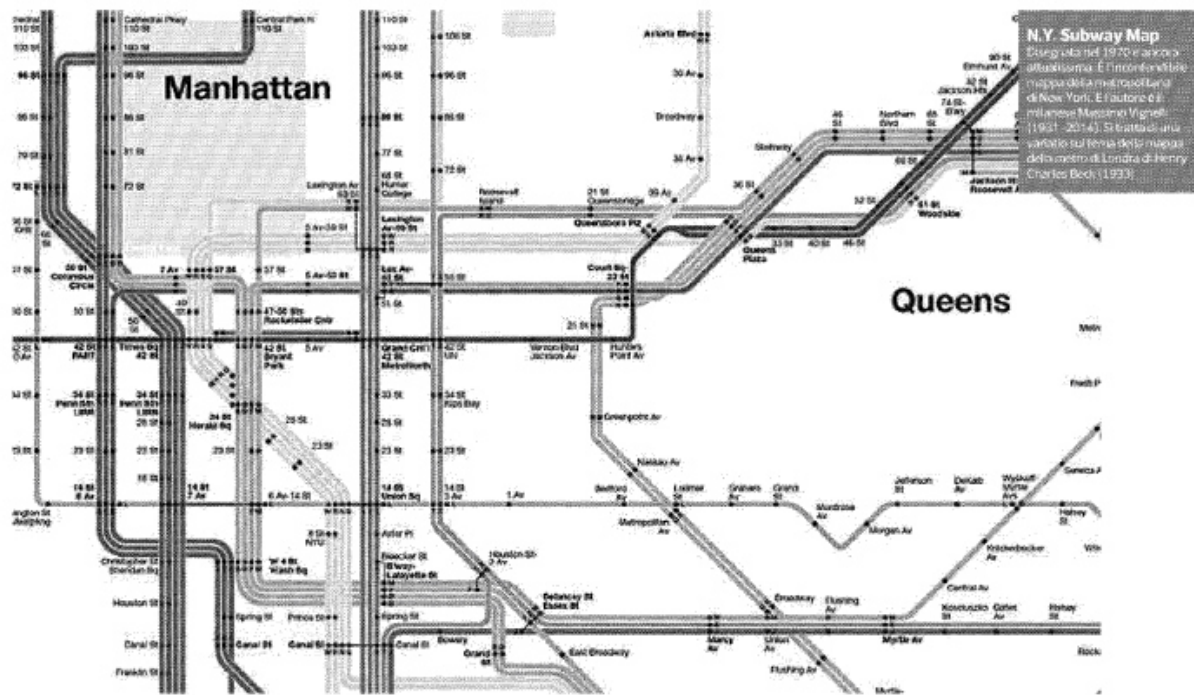
**M**etti allo stesso tavolo un appassionato di microelettronica, un manager con un'esperienza di anni nel mondo del marketing e un analista specializzato in corporate finance. Dai loro un anno di tempo e il risultato è il seguente: un oggetto di design di circa dieci centimetri per dodici. Leggero, alimentato a batterie, fa una cosa sola, ma la fa molto bene: comunicare con uno smartphone. Non a caso si chiama Solo. È l'ultimo nato di casa iControl, startup incubata a Brescia da Superpartes e guidata da Lorenzo Galoforo (Ceo), Francesco Sarasini (Cto) e Ivan Fogliata (Cfo). «Cosa fa il nostro Solo? Una cosa semplice ma fondamentale. Apre e chiude cancelli e porte. Con, appunto, un solo tap sul telefono» spiega Galoforo. Un telecomando, insomma. Solo che in formato app. «Consente a uno smartphone di comandare tramite bluetooth i



dispositivi controllati dai tradizionali device — sottolinea Sarasini —. È compatibile con più di 400 modelli di aprti cancello oggi in circolazione e ha un raggio d'azione di 15-20 metri. Ma soprattutto è sicuro». L'Internet delle cose è già realtà.

**Massimiliano Del Barba**

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.