

6 storie di start up

Mettere in pratica le idee: la ricetta che può battere la crisi

ORANGE FIBER

Da Catania un tessuto con le arance di scarto

Un tessuto realizzato con gli scarti degli agrumi di Sicilia. Il progetto è nato da un'intuizione di Adriana Santanocito, trentaseienne catanese, ex studentessa di moda. Nessun background tecnico, quindi. Di contro, la determinazione a realizzare qualcosa di innovativo per rilanciare il tessile, offrire opportunità di lavoro, promuovere l'ecosostenibilità. Nel 2012, Adriana insieme con la coinquilina Enrica Arena è partita: «Abbiamo verificato la fattibilità del processo con il dipartimento di Chimica dei materiali del Politecnico di Milano. Poi ci siamo avvalse della consulenza di specialisti». Dopo due anni, ecco i primi filati realizzati con gli agrumi, durante la settimana della Moda a Milano: «Il prototipo è stato realizzato dalla Tessitura Taborelli».

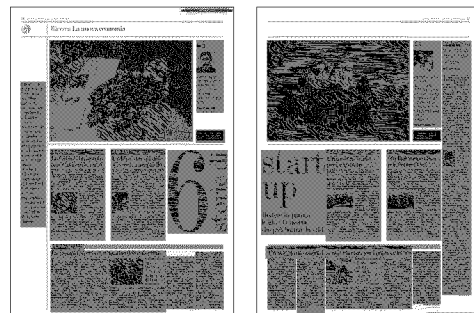


Ora l'obiettivo è creare un impianto in Sicilia. Per questo stanno creando partnership industriali, progettano una linea produttiva, fanno accordi

commerciali per lanciare la prima collezione di tessuti con un brand di moda che condivida i loro valori: sostenibilità, Made in Italy e benessere. Studi e sperimentazioni non si sono limitati alla realizzazione della texture: Orange Fiber è anche nella categoria dei cosmetotessili. Il filato viene arricchito, grazie alle nanotecnologie, con oli essenziali di agrumi e principi attivi, tra cui la vitamina C. Come applicare una crema indossando una maglietta.

Giulia Cimpanelli

© RIPRODUZIONE RISERVATA



L'ambizione e la passione lavorano con fibre naturali, rendono più popolare la cultura e fanno conoscere da vicino i siti archeologici delle nostre città. Amano fare business a vocazione sociale. Che siano incubati all'interno degli atenei oppure fuori, le storie di giovani imprenditori che sfidano il mercato. Con l'ambizione di riuscire a vincere

NAPOLI AD HOC

Un bip ti dice quando sei vicino a un gioiello

Un'azienda creata da tre giovani che hanno ideato una app che potrebbe rivoluzionare il modo di fare turismo. Lucia Rocco, 29 anni, Rita Quaglia, 28 laureate in archeologia all'Orientale e Fulvio Tudisco, uno storico di 33. Ma le loro specializzazioni che c'entrano col visitare città e siti? Molto. L'idea di Napoli Ad Hoc, il nome della app, è fornire non informazioni mordi-e-fuggi, ma conoscenze profonde per aumentare il livello culturale. Napoli e i suoi beni sono già al centro di questa app, ma in futuro il progetto riguarderà altre città italiane. Come vi è venuta l'idea? «In questi anni — spiega



Lucia Rocco —, abbiamo accompagnato spesso ospiti o amici in città. Ci dicevano: certo che visitare Napoli con un napoletano è tutta un'altra cosa. Allora, l'intuizione: creare un'applicazione che accompagni il turista come se lo stessi facendo noi. Abbiamo inserito l'amore per la storia e l'arte, la passione per il buon cibo e i mille aneddoti che conosciamo».

Che cos'è Napoli Ad Hoc? «Un'applicazione per smartphone e tablet. Il turista può scegliere di girare liberamente la città ed essere avvisato con un bip quando è vicino a un sito di interesse: preme un tasto e scopre tutto di quel luogo. Ma può anche intraprendere un percorso storico o enogastronomico ed essere guidato nei vari punti di interesse». Per ogni scheda informativa sono previsti approfondimenti sul sito e gallerie multimediali. Infine, si può inviare ai social network la propria posizione e condividere immagini o impressioni sul luogo in cui ci si trova.

Vincenzo Esposito

© RIPRODUZIONE RISERVATA

TRANSFLUID

Un motore ibrido per i vaporetto

Perché non dotare i vaporetto di Venezia di motori elettrici? E perché non farlo con i mezzi che puliscono le strade cittadine? Per non parlare dei mezzi delle zone aeroportuali che, a veicolo fermo, emettono nubi a dir poco tossiche? Non sono sogni ad occhi aperti ma idee concrete di chi, da oltre mezzo secolo e tre generazioni, ha a che fare con l'evoluzione tecnica. «Abbiamo sempre la curiosità di andare avanti e migliorare», afferma Elisa Pavesi, responsabile marketing e socia con il fratello Ugo e il papà Franco (entrambi ingegneri) di Transfluid, azienda di Gallarate che ha sviluppato un sistema ibrido innovativo, tutto italiano,



idoneo per applicazioni terrestri, marine e adattabile sia su nuove costruzioni sia su quelle esistenti, senza stravolgere la struttura del veicolo o dell'imbarcazione.

Asso nella manica di Transfluid, appena presentato al Festival de la Plaisance di Cannes, la limousine KiteAlike 30' in versione ibrida.

Le applicazioni su mezzi terrestri permettono di migliorare la versatilità del veicolo. Il sistema, impiegato in parallelo al motore endotermico, garantisce spostamenti a velocità e coppie superiori, mentre la sola modalità elettrica può operare a zero emissioni, restando nei limiti di velocità in vigore nei centri cittadini. Le batterie si ricaricano recuperando energia nelle fasi di frenata o decelerazione. «Nelle applicazioni marine — illustra l'ad —, si ottimizzano i consumi usando il motore endotermico e la macchina elettrica nel range di maggior efficienza. Inoltre, si naviga a zero emissioni nelle aree marine protette e si può manovrare in porti ecologici».

Minnie Luongo

“



Il principio cardine della scienza, quasi la sua definizione, è che la verifica di tutta la conoscenza è l'esperimento. L'esperimento è il solo giudice della «verità» scientifica

Richard Feynman, 1994

“



Il vero viaggio di scoperta non consiste nel cercare nuove terre, ma nell'aver nuovi occhi

Marcel Proust, 1927

BLUE UP BEACONS

Da Siena a Cupertino, a dispetto dell'università

In Italia, solo una startup tra tante. In California, una realtà innovativa su cui scommettere. C'è un mix di mancata fiducia e solide prospettive, dietro BlueUp Beacons. Fondata nel gennaio scorso, la startup di Colle Val d'Elsa (Siena) non ha ancora chiuso il suo primo bilancio. Eppure nel giro di qualche mese è riuscita ad entrare nell'iBeacon Program for Developers di Apple. Non solo: la startup toscana è l'unica realtà italiana autorizzata a produrre marcatori di posizione (beacon) con marchio iBeacon, di proprietà di Cupertino. Davvero niente male per un'azienda nata come co-

stola del mondo universitario, ma che all'università italiana deve davvero poco.

«BlueUp nasce dalla precedente esperienza di Wavecomm, spinoff dell'università di Siena. Ma quando siamo partiti, anziché finanziare la nostra idea, l'ateneo ci ha chiesto una somma per utilizzare il logo dell'Università di Siena», spiega Alessio Cucini. Prima di buttarsi nella produzione dei beacon, Cucini era ricercatore universitario assieme agli altri tre soci Samuele Forconi, Francesco Mariottini e Vasco Tesi. Adesso l'approdo nell'iBeacon Program, il cerchio magico delle aziende autorizzate a



In pochi mesi sono entrati nel programma di Apple

produrre componenti per dispositivi Apple.

In teoria, un beacon è classificabile tra i marcatori di posizione. Nel concreto, resta un piccolo cubetto composto di plastica e circuiti, in grado di sfruttare la tecnologia blueto-

th per segnalare la sua posizione a smartphone e tablet in prossimità. Nel raggio di cinquanta metri, il beacon rileva la presenza di uno smartphone e invia una notifica di presenza di contenuti. Se posizionato dietro un quadro in un museo, il cubetto «intelligente» segnala all'utente informazioni sull'opera d'arte in questione. Se utilizzato da un negozio, al cliente a passeggio nei paraggi potrà arrivare una notifica di un'eventuale promozione in corso su un determinato capo, da acquistare in quel preciso momento.

«Ciascuna attività, o istituzione, si doterà in autonomia dei beacon e rilascerà un'applicazione per gli utenti, magari con un avviso all'ingresso: "Scarica la nostra app, torna e riceverai sconti esclusivi"», continua Cucini. Un beacon prodotto da BlueUp costa trenta euro, e per ora la maggioranza dei clienti dell'azienda proviene dall'estero. Anche una tra le applicazioni più interessanti sarà sviluppata fuori dai confini del Belpaese, con i cubetti senesi che finiranno nei box della Formula 1 per fornire informazioni ai visitatori. Per usufruire della tecnologia è bene tenere acceso il bluetooth sullo smartphone, l'app per ricevere le notifiche e la connessione a internet. Oltre ad esporre allo Smau il prossimo 22-24 ottobre, BlueUp Srls sarà presente il 30 settembre al Meet Iot di Roma, evento patrocinato da *Corriere Innovazione*. Insomma, gli unici produttori italiani di beacon convenzionati con Apple ormai sembrano diventati adulti anche in Italia.

GEOSDI

Studiare il caso Gaza per aiutare l'Onu

Google sta trattando per una collaborazione con i creatori. Lo chiede l'Onu per reagire alle emergenze sanitarie, come il contagio dell'Ebola. Si chiama Geosdi, è una piattaforma di analisi e uso delle immagini geospaziali. Un software che gestisce le mappe generate dai satelliti con foto e informazioni prodotte da chi si trova sul posto, prima e dopo gli eventi. Una sorta di Facebook dei luoghi che consente di inserire informazioni utili a operatori umanitari. L'esempio è stata la guerra nella Striscia di Gaza, dove il team italiano ha reso possibile sovrapporre le immagini pre e post conflitto, individuando le zone colpite dai raid israeliani. Trovate le aree, il personale Onu si è recato sul posto, in poco tempo Geosdi ha stimato in 3 miliardi di dollari i danni e offerto all'Onu un sistema per elencare le cose da fare.




Racconta Dimitri Dello Buono, responsabile del progetto: «Siamo il centro di competenza del Cnr che si occupa dell'osservazione del territorio e della creazione di un sistema per scambiare rapidamente informazioni in emergenza». In caso di catastrofe occorre un coordinamento perfetto. Dalla teoria alla pratica: «La nascita di Geosdi è datata 6 aprile 2009: il terremoto dell'Aquila, un battesimo del fuoco che ha trasformato uno studio accademico in un sistema che funziona. In poche ore abbiamo permesso agli operatori di intervenire». Con i buoni risultati è arrivato l'interesse della Nasa e di Google per creare un social georeferenziato.

Simone Fanti

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Nicola Di Turi

 nicoladituri

© RIPRODUZIONE RISERVATA

FONDAZIONE VODAFONE

Un assegno da milioni di euro per far crescere l'impresa sociale

C'è tempo fino al prossimo 31 ottobre per partecipare al bando di Fondazione Vodafone Italia, volto a sostenere lo sviluppo di progetti innovativi di utilità sociale. Si tratta di un fondo di finanziamento, realizzato in collaborazione con Banca Prossima, del Gruppo Intesa Sanpaolo, dedicata al mondo non profit, del valore complessivo di 2,3 milioni di euro. Le startup a vocazione sociale sono un'opportunità di sviluppo e di crescita del paese perché propongono un nuovo modello imprenditoriale capace di creare nuovi posti di lavoro. Delle 2.254 startup innovative iscritte sul registro delle imprese prima dell'estate, 71 (ovvero il 3%), sono a vocazione sociale ed operano per lo più nell'editoria, istruzione, ricerca e sviluppo. Nell'edizione dello scorso anno sono stati realizzati 13 progetti di impresa in ambito tecnologico, occupazionale e sociale, selezionati su un centinaio di proposte, grazie a 1,7 milioni di euro di finanziamenti concessi. Tra questi Well Ageing, un'idea finalizzata a prevenire il declino delle capacità cognitive negli anziani attraverso giochi in realtà virtuale 3D, ideata dal Consorzio di bioingegneria e informatica medica e finanziato per metà anche dal Miur (Ministero dell'Istruzione).



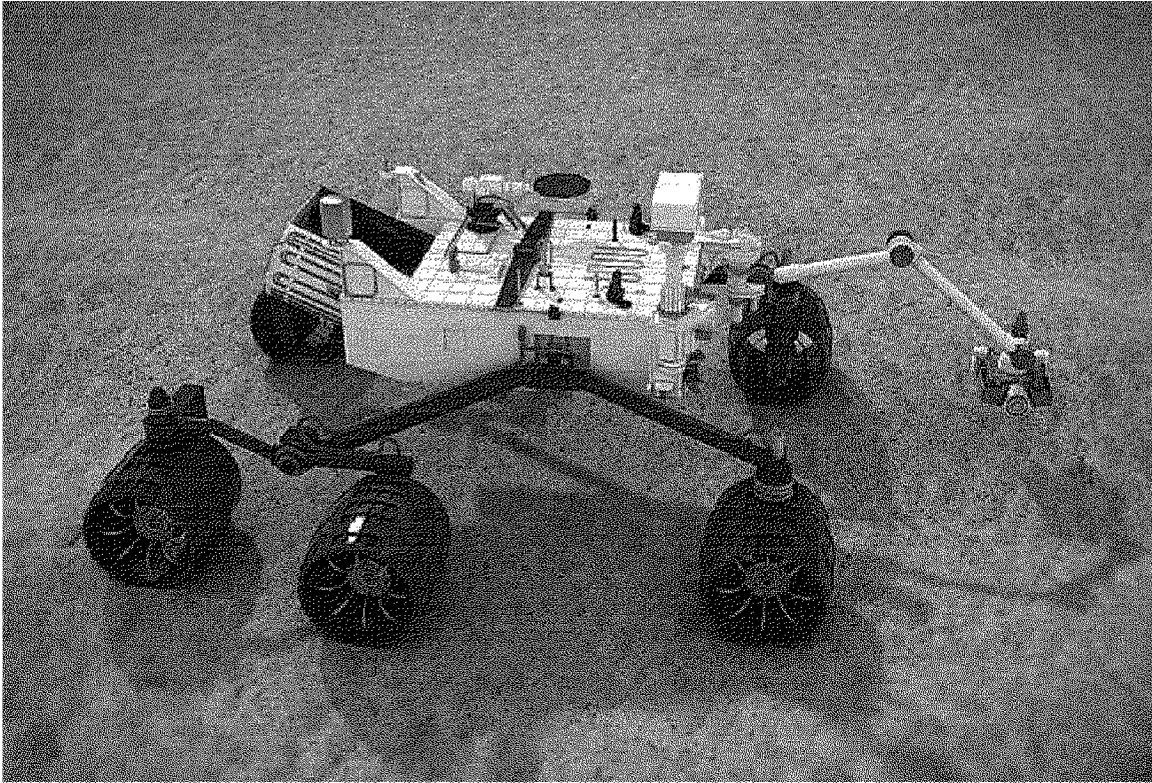
Un finanziamento di 50 mila euro se lo è aggiudicato il Centro di iniziativa locale per la terza età di Torino, impegnato da anni nell'assistenza a domicilio e nel telesoccorso, per sviluppare tecnologie ancora più avanzate, in grado di garantire un servizio più capillare di as-

Chi vince potrà ottenere un'ampia copertura dei progetti

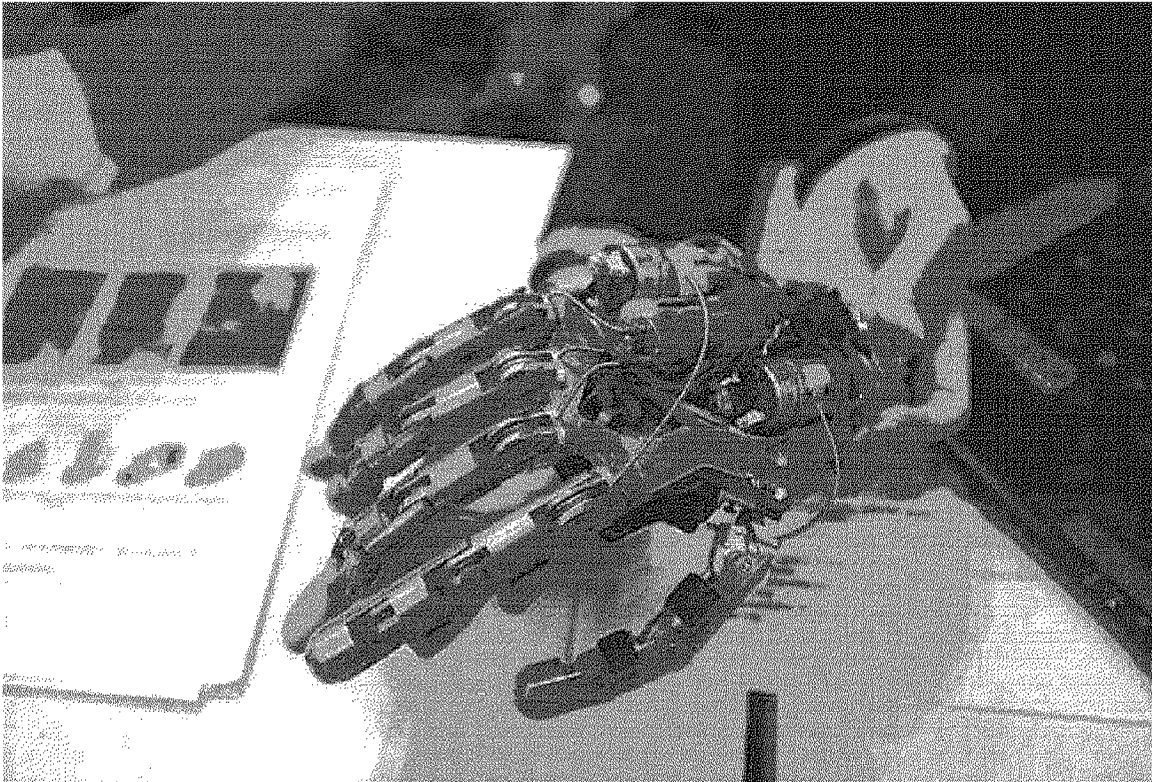
sistenza alle persone anziane in difficoltà. Quest'anno, le imprese sociali interessate a partecipare al nuovo bando potranno ottenere un finanziamento fino al 70% del costo sostenuto per i progetti no profit, su uno dei seguenti ambiti: sviluppo tecnologico e digita-

lizzazione delle imprese sociali, supporto all'occupazione femminile e giovanile nel terzo settore, sostegno al Sud Italia ed inclusione sociale dei soggetti più svantaggiati attraverso lo sport.

Particolare attenzione verrà prestata proprio al mondo sportivo, con l'intento di promuovere iniziative che superino le differenze sociali e etniche, riqualificando e mettendo a norma impianti destinati al movimento fisico ed allo sport, favorendo così l'accesso allo sport dei diversamente abili. «Abbiamo scelto di investire nell'imprenditorialità sociale - spiega Maria Cristina Ferradini, Head of Sustainability & Foundation di Vodafone Italia - perché crediamo in un modello d'innovazione sociale capace di rimettere in circolo le risorse generando insieme crescita, occupazione e valore per la società. Per noi è una scelta coerente con la storia aziendale che, in 12 anni di attività a favore della comunità, ha operato per favorire la sostenibilità nel tempo di quasi 400 progetti». Per un totale di oltre 75 milioni di euro. Il 32% dei fondi della fondazione presieduta da Alex Zanardi (nella foto) sono serviti per realizzare iniziative nel Nord Italia, il 23% al Centro, il 20% al Sud. Maggiori informazioni su come partecipare al bando su: www.fondazionevodafone.it.



Il rover Curiosity, su Marte
dall'agosto 2012 (Science
Photo Library/Olycom)



Una mano robotica alla fiera
di settore Romecup, a Roma
dal 2007 (Tania/A3/Contrasto)