

Evento Dal 22 al 24 ottobre la tre giorni dedicata all'hi-tech a Fieramilanocity. Con un look rinnovato

Fiera Così faremo scoccare la scintilla tra le aziende mature e le start-up

Macola: su 500 espositori 175 sono piccoli e innovativi. Attesi oltre 53 mila visitatori

DI PAOLA CARUSO

«Un moderno supermercato dell'innovazione». Questa è forse la definizione più corretta di Smau, la fiera in programma a Fieramilanocity dal 22 al 24 ottobre. Parola di Pierantonio Macola, amministratore delegato di Smau. In esposizione non soltanto novità di prodotti (vedi la macchina del caffè comandata dallo smartphone) e servizi.

La tre giorni dedicata all'hi-tech si è rifatta il look e apre le porte con un diverso format organizzativo. Due gli elementi introdotti per avvicinare domanda e offerta. Il primo è l'Open Innovation. Di cosa si tratta? «In pratica abbiamo messo in piedi dei corner, o ministand, dove far incontrare aziende e start-up — spiega Macola —: loro sono gli attori principali della manifestazione. Le aziende hanno bisogno di introdurre innovazione per crescere, ma spesso non hanno la possibilità di fare ricerca o non sanno come innovare, mentre le start-up hanno idee e talento che possono servire

alle imprese per innovare, ma non hanno mercato. Se le due parti di uniscono o si accordano, nasce un modello di business efficace in grado di garantire la crescita. Con questa ottica, Smau sarà sempre di più un personal shopper di chi vuole innovare».

La geografia

Ampio spazio alle start-up: presenti in 175 da 9 regioni italiane su un totale di 500 espositori. Durante la manifestazione le aziende in erba che propongono innovazione hanno le stesse chance di visibilità delle big. Grazie agli *speed pitching* tematici, ossia presentazioni da 90 secondi, tutti i player, start-up e aziende mature, sono chiamati a mostrare prodotti e servizi, destinati a vari settori: Ict, turismo e commercio, enti pubblici, sanità, manifatturiero e servizi.

«La presentazione da un minuto e mezzo è un nuovo elemento — commenta Macola — che funziona bene per l'approccio mirato tra domanda e offerta». Nel calendario di Smau salta agli occhi la lunga lista di workshop. In primo piano ci sono i seminari su come cambiano e-commerce, se-

curity e social media, in funzione delle veloci evoluzioni del web, insieme a focus su cloud computing, soluzioni per la mobilità, big data e analytics. Senza dimenticare i temi sul mondo delle Smart Communities. «Gli argomenti di discussione spazieranno a 360 gradi — spiega Piersergio Trapani, vicepresidente dei giovani imprenditori Unione Confcommercio Milano — e non mancheranno i momenti di formazione ad hoc. Da tenere in considerazione i workshop sui temi che riguardano l'incremento del business online. Grazie al web anche le piccole realtà specializzate sono in grado di raggiungere nuovi mercati».

Energia

Si parlerà pure di efficienza energetica e sostenibilità ambientale, di sicurezza e monitoraggio del territorio, mobilità, bandi alle imprese ed Expo 2015. «C'è aria di cambiamento — aggiunge Trapani —. L'ottimismo prende piede, di conseguenza le imprese si stanno muovendo con dinamicità per cercare l'innovazione capace di incrementare lo sviluppo degli affari». Oltre 53 mila i visitatori attesi. Tra quelli esteri già registrati compaiono tedeschi, inglesi, cechi, portoghesi e maltesi. «Ci aspettiamo una crescita di presenze — commenta Trapani — con una maggior affluenza di addetti ai lavori provenienti dall'Est Europa, Russia in testa, e un aumento di operatori dal Far Est».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Politecnico Torino
Marco Cantamessa



Regione Lombardia
Mario Milazzini



 Digitale

Alle neoimprese (raddoppiate) 108 milioni

Sono 108 i milioni di euro investiti nelle startup italiane nel 2014. Il dato emerge dall'Osservatorio startup digitali 2014 del Politecnico di Milano, che verrà presentato nei prossimi giorni allo Smau. Il trend di investimenti in startup innovative ha subito una leggera oscillazione: il picco si era toccato nel 2013 con un totale di 129 milioni di euro investiti.

Inizia a variare, però, la provenienza: oltre agli investitori istituzionali, i venture capital, i business angel e gli incubatori iniziano ad acquisire una certa rilevanza le banche: «In un contesto chiaro nel quale gli investitori istituzionali hanno un ruolo di continuità importante nel sostegno alle giovani imprese innovative — spiega il segretario generale di Italia Startup Federico Barilli — le banche hanno iniziato a fornire prestiti rilevanti, di medio termine, grazie al fondo di garanzia statale, pari a quasi 100 milioni di euro». Cresce la quota degli investitori privati che costituisce la metà dei 108 milioni. L'altro 50 per cento proviene da investitori istituzionali. E le startup intanto aumentano: sono più che raddoppiate in un anno quelle iscritte al registro dedicato presso le camere di commercio e sono quasi raddoppiate, da 113 a 197, quelle che hanno ricevuto investimenti in azioni.

Ma l'attenzione di Italia Startup è rivolta alle aziende: «Punteremo su due interlocutori chiave per far crescere ulteriormente il sostegno alle giovani imprese innovative: le società italiane, ancora troppo timide negli investimenti finanziari e industriali in startup, e gli investitori e le imprese straniere che troppo spesso non hanno nei loro radar il nostro ecosistema» conclude Barilli.

G. CIMP.

© RIPRODUZIONE RISERVATA