

Startup Campania quinta in Italia L'innovazione vola (anche) al Sud

Report di **Infocamere**: con 404 progetti attivi ha scavalcato il Piemonte

Secondo il report di Unioncamere sulle startup innovative in Italia relativo al primo trimestre del 2016, la Campania è quinta in Italia con 404 progetti attivi ed ha scavalcato il Piemonte. Segue il Veneto che ne ha 492. Napoli è la prima provincia del Sud. Bene anche Sicilia (294) e Puglia (232). Tra i settori il 70% offre servizi alle imprese.

CACACE A PAGINA II

Nel primo trimestre 2016 Tra i settori oltre il 70 per cento fornisce servizi alle imprese e il 19 nell'industria

Startup Campania quinta in Italia L'innovazione vola (anche) al Sud

Report di **Infocamere**: con 404 progetti attivi scavalca il Piemonte e segue il Veneto
Nella classifica regionale reggono Calabria, Sicilia e Puglia ma la Basilicata è terz'ultima

DI PAOLA CACACE

La Campania scavalca il Piemonte e diventa la quinta regione italiana per numero di Startup innovative. A dirlo è il Report sulle Startup Innovative del terzo trimestre 2016 di **InfoCamere**. Nel «Cruscotto» la Campania con 404 startup all'attivo sale infatti al quinto posto della classifica regionale dopo Lombardia (con 1382 startup), Emilia Romagna (782) Lazio (625) e Veneto

(492). Segue poco dopo il Piemonte con 402 startup ma è da notare come l'incremento delle imprese innovative negli ultimi 3 mesi è a vantaggio della Campania che a giugno aveva solo 370 startup contro le 387 piemontesi. Parlando di aumenti è importante constatare che a fine settembre 2016 il numero di startup innovative iscritte alla sezione speciale del Registro Imprese è pari a 6363, in aumento di 420 unità rispetto alla fine di giugno

(+7%).

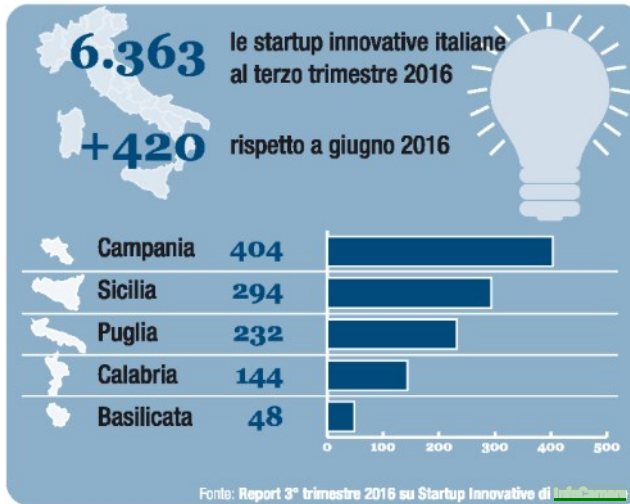
Restando al sud la prima delle regioni dopo la Campania è la Sicilia (nono posto) con 294 startup seguita da Puglia (232) al decimo, Calabria (144) al 15esimo e Basilicata (48) al 18esimo posto. Dal punto di vista provinciale a fare capolino a sud c'è solo Napoli che si piazza al quinto posto della classifica con 202 startup circa il 3,1% delle startup nazionali contro il 14,6% detenuto dalla sola Milano.

Per quanto riguarda i settori di attività si riconferma la tendenza delle startup innovative di fornire servizi alle imprese (oltre il 70%), mentre il 19% opera nell'industria in senso stretto con una buona componente impegnata nella fabbricazione di prodotti elettronici e affini. Guardando poi alla compagine sociale il 13% delle startup innovative hanno soci a prevalenza femminile mentre il 22% hanno una prevalenza giovanile, ossia di under 35.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



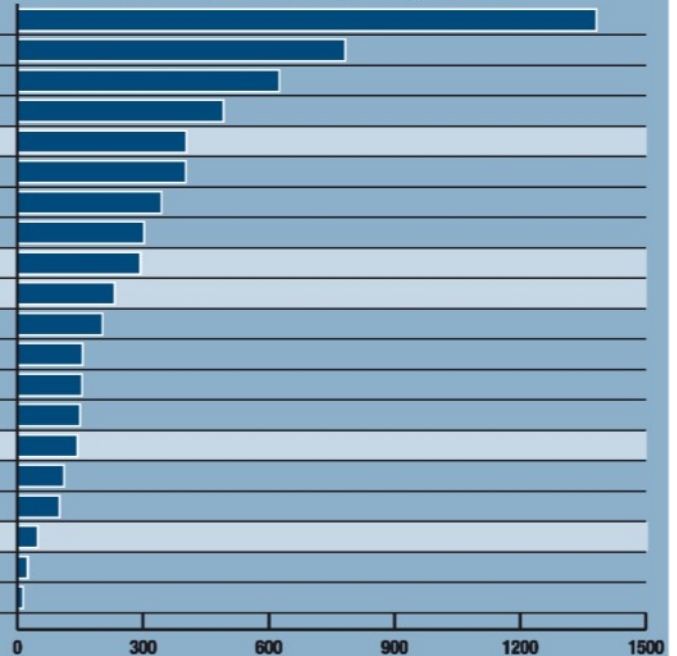
I numeri



I dati delle startup

1	Lombardia	1.382
2	Emilia Romagna	782
3	Lazio	625
4	Veneto	492
5	Campania	404
6	Piemonte	402
7	Toscana	344
8	Marche	302
9	Sicilia	294
10	Puglia	232
11	Trentino Alto Adige	203
12	Abruzzo	156
13	Sardegna	154
14	Friuli Venezia Giulia	149
15	Calabria	144
16	Liguria	111
17	Umbria	100
18	Basilicata	48
19	Molise	25
20	Valle d'Aosta	14

Sono 6.363 le startup innovative italiane alla fine del terzo trimestre 2016, 420 in più rispetto a giugno 2016



I settori

70,52% delle startup fornisce servizi alle imprese di cui:

- 29,8% consulenza informatica e software
- 14,7% ricerca e sviluppo
- 8,1% servizi di informazione

19,6% opera nei settori dell'industria di cui:

- 3,8% prodotti elettronici, computer e ottici
- 3,5% fabbricazione di macchinari
- 2,2% apparecchiature elettriche

4,4% opera nel commercio

- 1,2% nelle costruzioni
- 0,63% nel turismo
- 0,46% nell'agricoltura

Gli startupper

- 25.622 il numero di soci di startup
- 6.217 le startup con soci
- 9.042 i dipendenti delle startup
- 2.593 le startup con dipendenti
- 585 milioni il valore della produzione totale delle startup innovative
- 1.425 startup a prevalenza di under 35
- 882 startup a prevalenza femminile
- 154 startup a prevalenza estera

Fonle: Report 3° trimestre 2016 su Startup Innovative di InfoCamera



Elettronica

Youbiquo, da Cava dei Tirreni gli occhiali supertecnologici

Si chiamano Talens Smart Glasses e si potrebbero definire la risposta italiana ai Google Glass. Ad ideare e sviluppare questo prototipo funzionante di occhiali super tecnologici, è stata una start up di Cava dei Tirreni, la Youbiquo, un'azienda fondata alla fine del 2013, il cui progetto ha ottenuto 120 milioni di finanziamento da Invitalia nell'ambito del programma Smart&Start per le startup innovative e altri 100 da un Business Angel di Milano, Luca Moraschini. La sua missione è progettare e fornire dispositivi elettronici indossabili per soddisfare le crescenti esigenze di connettività e scambio di informazioni «a mani libere». «Con i nostri Smart Glasses, vogliamo consentire ai piccoli costruttori indipendenti di fare visori a realtà aumentata, competitivi sul mercato, che siano indipendenti dalla tecnologia di Google e soprattutto siano personalizzabili», spiega Chiara Mannella (nella foto), co-fondatrice della società, assieme a Pietro Carratù, attuale Ceo, ingegnere elettronico con esperienze in Finmeccanica e grandi multinazionali. Mannella, responsabile aziendale marketing e comunicazione, ha anche curato il design degli occhiali che, grazie al software di Personal assistant, sono adatti in applicazioni che vanno dalla manutenzione alla logistica e servono a supportare ed assistere in attività complesse, dove è necessario utilizzare il computer a mani libere, sia outdoor che indoor. Ma è soprattutto nell'ambito turistico e museale che i Talens Smart Glasses hanno trovato il loro naturale alveo di sviluppo. Sono infatti in grado di offrire al visitatore, in base all'età e agli interessi specifici, un'esperienza davvero coinvolgente. Youbiquo ha già realizzato per la Costa d'Amalfi un certo numero di occhiali a realtà aumentata con un applicativo specializzato per il turismo. Attraverso il Personal Assistant, un dispositivo di intelligenza artificiale che riesce a capire le intenzioni dell'utente e a fornire risposte, il turista può avere informazioni su cose da vedere, monumenti, ristoranti ed eventi, e registrare, fotografare e pubblicare su social network la propria esperienza di viaggio. Sempre in questo ambito, in partnership con l'agenzia creativa Antville e Labgraf3D, un laboratorio di contenuti 3D, Youbiquo ha recentemente presentato allo Smau il format Hi-Story 4.0, che combina alte tecnologie e creatività per valorizzare luoghi e cultura con una serie di dispositivi high-tech. La startup presto siglerà un accordo con un polo culturale campano. Conclude: «Siamo alla ricerca di soci, investitori industriali e aziende strutturate, che conoscano il mercato».

L. C.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



E-learning

Così Osel forma a Bari e Ruvo gli addetti di Valentino e Sky

Entrate in una boutique di Valentino. Il commesso è concentrato sul suo smartphone in quello che è un apparente giochino. Ebbene quel commesso sta facendo le sue ore di formazione grazie a Osel, startup made in Puglia (con due sedi a Bari e Ruvo) che si occupa di corporate learning via mobile. «Il 90% dei dipendenti dei grandi marchi - spiega Agostino Marengo (nella foto), co-fondatore di Osel - usa lo smartphone per lavoro e il 60% di loro è convinto di non aver bisogno di scrivanie per essere produttivi. In questo scenario è nata Osel, che ora ha circa 10 dipendenti. L'idea era offrire soluzioni di e-learning pianificando percorsi di formazione ad hoc per aziende medio-grandi». Con clienti che vanno da Valentino fino a Intesa Sanpaolo, Pirelli, Sky, Vodafone e tanti altri Osel si piazza tra i leader dell'e-learning globale rispondendo a un'esigenza, quella della formazione, e a un trend, quello dei cellulari di ultima generazione in costante aumento. Non a caso l'82% di chi segue un corso di formazione «via smartphone» è certo di migliorare le proprie prestazioni e competenze. Se fino a 10 anni fa il «training one-to-one» era considerato il must di ogni azienda all'avanguardia ora l'interazione è via telefono. «Il trucco - spiega Marengo - è nel rispondere alle esigenze dei singoli clienti e dare anche un aspetto ludico al tutto. Tanto per fare un esempio quando siamo stati contattati da Valentino Couture che aveva la necessità di formare i circa 1600 dipendenti dei propri 160 store in tutto il mondo su un loro nuovo software destinato alla gestione dell'assistenza ai clienti in caso di materiale rotto o da riparare. E oltre al corso tipo abbiamo affiancato un gioco per simulare il tutto. O ancora Sky ci ha chiesto una mano per formare 700 dipendenti dei loro call center. Anche qui abbiamo creato un gioco, House of Sky, e li abbiamo sfidati per scoprire quanto sapevano dei prodotti della rete e del palinsesto di quest'anno. Una sorta di torneo interno via mobile la cui finale si è svolta poi live davanti ai vertici aziendali. E poi ora siamo impegnati con Pirelli per un corso sull'industria 4.0 che faremo anche in cinese. Ecco l'applicazione di quello che facciamo non ha confini. Anche per questo ora ci stiamo concentrando sul Liquid e-learning, il nostro progetto più recente che permette a chi segue un corso di formazione di accedere ai contenuti su tutti i device che vuole. Un prodotto unico in Italia. E poi ci stiamo già attivando per lanciare corsi di formazione con la realtà aumentata e quella virtuale. È la forza dell'innovazione: l'unico limite è la creatività».

PA. CA.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il rapporto della Fondazione Symbola

Green economy,
a Napoli cresce

DI LAURA COCOZZA

D all'inizio della crisi ad oggi in Italia un'impresa su quattro ha scommesso sulla green economy, investendo e producendo lavoro, spesso senza incentivi pubblici. Una scelta coraggiosa che risulta vincente se si guardano i dati diffusi da GreenItaly 2016, il settimo rapporto di Fondazione Symbola e Unioncamere, promosso in collaborazione con il Conai e con il patrocinio del Ministero dell'Ambiente. Secondo il rapporto che misura e pesa la forza della green economy nazionale sono infatti oltre 385 mila le aziende italiane, ossia il 26,5% del totale (che sale al 33% nel manifatturiero), dell'industria e dei servizi che dal 2010 hanno investito, o lo faranno quest'anno, in tecnologie green per ridurre l'impatto ambientale, risparmiare energia e contenere le emissioni di CO2. Questo modello di sviluppo, che si sta dimostrando in grado di incrementare la competitività e di far crescere le esportazioni, i fatturati e l'occupazione, è quello su cui il Sud potrebbe puntare in futuro, visto le buone posizioni raggiunte da alcune regioni meridionali. Nella graduatoria che

misura il numero delle imprese che hanno portato a termine eco-investimenti nel periodo 2010-2015 o che investiranno nel 2016 in prodotti e tecnologie green, la Campania risulta al settimo posto su venti, con 26.910 imprese, seguita da Sicilia (23.630) e Puglia (23.330). Stessa posizione anche nella graduatoria delle regioni che hanno programmato assunzioni di green jobs in senso stretto, con poco più di 4 mila assunzioni programmate, contro le 20 mila della Lombardia (al primo posto) e le 9 mila del Lazio (al secondo posto). Ma, soprattutto, scendendo a livello territoriale, Napoli, con 3 mila assunzioni previste, entra nella top ten delle province a più alta intensità di richiesta di green jobs sul totale della domanda di lavoro provinciale, posizionandosi al quarto posto dopo Milano (12 mila) Roma (7 mila) e Torino (3.700).

Segnali di dinamismo imprenditoriale, dunque, del tessuto meridionale e campano in particolare, confermate da un altro rapporto di Unioncamere-Infocamere, quello sulla natalità delle imprese. Con 2208 imprese in più iscritte alle Camere di commercio, la Campania risulta seconda nella graduatoria delle regioni che hanno chiuso il terzo trimestre 2016 con un bilancio positivo, dopo il Lazio (+2.881) e prima della Lombardia (+2.061). Più in generale, tutto il Meridione registra un forte incremento di nuove imprese, facendo registrare il 45% dell'intero saldo positivo, ben 5 punti in più rispetto 2015. A livello nazionale, dall'inizio dell'anno sono 42 mila in più le imprese iscritte (+0,7% rispetto al 2015), +17 mila nel trimestre luglio-settembre. Oltre la metà (il 55%) nel turismo, commercio e servizi alle imprese.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Sanità

Arcon, nasce a Catanzaro lo stetoscopio digitale

Da Catanzaro alla Silicon Valley: è la storia di una start up, la Arcon Srls, e del suo fondatore, Marco Bonanno (nella foto), socio unico e managing director della società, coinventore, assieme al ricercatore universitario Claudio Carallo di StetoTelePhone, l'unico dispositivo in grado di digitalizzare il suono da tutti gli stetoscopi classici. «L'innovazione sta nel fatto che il dispositivo si applica al tradizionale stetoscopio e non altera il rumore prodotto dal cuore e dalle vie respiratorie – spiega Bonanno -. In questo modo non solo il medico può continuare a effettuare l'auscultazione come ha sempre fatto, senza doversi abituare ad un suono digitale, ma non deve neanche rinunciare al suo 'vecchio' stetoscopio». Il suono poi viene amplificato e filtrato e può essere inviato a smartphone, cuffie, pc, centrali di telemedicina, così da permettere al personale medico di effettuare una migliore diagnosi e monitoraggio di patologie. Il numero di potenziali utilizzatori a livello globale è impressionante: 6 milioni di professionisti, tra studenti, medici di base, cardiologi, pneumologi, internisti, e 5 milioni di consumers, per l'automonitoraggio domiciliare. «L'idea nasce nel 2014 – racconta Bonanno - e si concretizza nel 2015 quando fonda la società e, grazie ad un'iniziativa di Calabriainnova, il progetto riceve un finanziamento europeo di 200mila euro. Per le fasi di sviluppo sono state e sono tutt'ora strategiche le collaborazioni con Sinapsys srl, softwarehouse e sviluppatore dell'app Stethotelephone, e Applicon srl sviluppatore della componentistica elettronica». Ad oggi Arcon ha realizzato il primo prototipo validato di StetoTelePhone (soluzione protetta da brevetto Pct), su cui si stanno facendo trial clinici. Tra il 2015 e il 2016 ha partecipato a Smau Milano, ha vinto il premio per l'innovazione Startup Calabria, ha ricevuto il Seal of excellence dalla Commissione europea come progetto innovativo ad alto potenziale. Infine, è stata una delle 9 startup italiane selezionate da Unicredit Start Lab che hanno avuto la possibilità di illustrare le proprie soluzioni innovative a oltre 100 aziende corporate e a potenziali investitori, grazie ad un'iniziativa organizzata a Milano dal Gruppo bancario. «Da settembre sono in California, chiamato a partecipare al programma Best, promosso da Invitalia e gestito dalla Commissione Fulbright, il consolato americano e il consolato italiano a San Francisco, che prevede tre mesi di formazione presso la Santa Clara University (una delle migliori scuole di business al mondo) e tre mesi a contatto con le realtà della Silicon valley per lo sviluppo del progetto». Progetto che sta già riscuotendo interesse: «Sono già numerosi i contatti intercorsi con aziende leader del settore della Mobile health e della vendita di dispositivi medici. Gli step successivi saranno di arrivare al prodotto ready to market, e alla certificazione del dispositivo di classe 1».

L. C.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Sociale

Medea, la sfida di Potenza contro gli handicap motori

Il premio Lamarck, istituito dal Gruppo Giovani Imprenditori di Confindustria, è uno dei riconoscimenti più prestigiosi per le giovani imprese. Quest'anno, durante lo Smau di Milano (salone di riferimento nei settori innovazione e digitale), il premio per la startup più innovativa della Basilicata, è andato a «Medea S.r.l.» di Potenza. D'altronde non poteva non essere così in quanto l'oggetto sociale, oltre ad essere ad alto contenuto tecnologico, ha una forte valenza sociale poiché rivoluziona il concetto di prevenzione e controllo medico per le persone con handicap motori. Per la prima volta la medicina va a casa del degente, 24 ore su 24, attraverso un sistema di telemedicina che permette un contatto diretto e continuo tra paziente e medici specialisti. L'idea, della tecnologica startup, è del ventottenne Vincenzo Telesca (nella foto sopra), potentino, ex cervello in fuga con biglietto di ritorno in tasca. Dopo la laurea come tecnico di eco-cardiografia, si specializza a Padova, parte per la Gran Bretagna dove lavora, prima a Belfast, presso il Royal Victoria Hospital, e poi a Londra presso il Frimley Park Hospital dove apprende le più innovative ed avanzate tecniche eco-cardiografiche. Dopo pochi mesi declina l'offerta di un contratto a tempo indeterminato. D'altronde Vincenzo, amante del jazz, diplomato al Conservatorio in pianoforte, per indole è un creativo determinato sì, nel seguire i sogni, ma abituato a rischiare di tasca propria. Decide quindi di investire tutti i suoi risparmi in un'utopia: «Volevo realizzare la mia idea e mettere a disposizione del territorio le competenze acquisite all'estero: - spiega il neo-imprenditore - sono tornato in Basilicata e ho cercato le professionalità necessarie per sviluppare 'Medea.inCare': grazie alla 'Geocart' ho perfezionato una piattaforma multifunzionale, installabile su pc o tablet che dialoga con un kit di strumenti per gli esami strumentali, come la misurazione della pressione arteriosa o l'elettrocardiogramma che restituisce in automatico gli esiti a un centro medico. Le refertazioni sono elaborate da dottori specialisti e disponibile per i pazienti sulla piattaforma entro 12/24 ore. In questo modo – precisa lo startupper – esami e informazioni si spostano per andare dagli utenti e non viceversa'. Attualmente gli applicativi 'Medea' sono rivolti al privato ma l'obiettivo è portare il modello di telemedicina anche nelle farmacie, tra i medici, nelle case di riposo e nelle strutture ospedaliere». Conclude: «L'attività è operativa solo dall'aprile 2016 anche se il lavoro preliminare è stato lungo, ma per fare il salto di qualità, l'imprenditore ha richiesto la trasformazione amministrativa da società di telecomunicazione a struttura sanitaria affinché 'Medea' possa avere il controllo diretto su tutto l'iter lavorativo». Ma questo è solo uno step. Al momento, Telesca ci confessa, che ha bisogno di investitori che credano nel suo progetto per assumere almeno altre dieci persone e cominciare ad espandersi sull'intero territorio nazionale.

R. C.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Alimentari

Ice Cube, a Palermo il ghiaccio di alta qualità

Un'idea decisamente cool quella di «Ice cube» che produce e distribuisce ghiaccio di alta qualità anche colorato. Accattivante il marketing che, grazie ad un accordo con la Twenty Century Fox, promuove il prodotto come «il miglior ghiaccio dall'Era glaciale». Ma il business dell'originale startup, affonda le radici nella storia siciliana del '700, ai tempi del «nevarolo». In quell'epoca erano in tanti gli uomini delle «neviere» che conservavano la neve dei monti Nebrodi e delle Madonie fino ad agosto per poi trasformarla in ghiaccio che veniva conservato e commercializzato, nei vari paesi, grazie ai carretti trainati da cavalli. Non esistendo i frigoriferi questo era l'unico metodo per refrigerare e conservare. Ma la richiesta era talmente forte che i «nevaroli» esportavano il ghiaccio su barche a vela fino alle coste tunisine. Oggi ci sono loro, i «nevaroli 2.0» di «Ice Cube», l'azienda produttrice di ghiaccio alimentare nata da un'idea di due quarantenni romani: Simone De Martino e Leopoldo Lipocelli (da sinistra nella foto in alto) che hanno praticamente scoperto l'acqua fredda. I due soci si trasferiscono in Sicilia per usufruire dei fondi per l'avvio della start up dove si stabiliscono in un capannone di 1.400 metri quadrati, a Termini Imerese (Palermo). Acquistano macchinari particolari che, grazie ad un processo produttivo complesso, trasformano l'acqua oligominerale delle Madonie in cubi e cubetti di diverse dimensioni, forma e colori per un totale di circa 5000 chilogrammi di ghiaccio al giorno. «L'idea è venuta durante un viaggio, a me ed al mio socio – spiega Simone De Martino -. In Europa questo business è già consolidato mentre in Italia la nostra start up deve puntare, non solo all'affermazione di un prodotto, ma all'apertura di un nuovo mercato. Il nostro punto di forza è la materia prima: l'acqua siciliana, di qualità superiore. A maggio il Ministero della Salute ha approvato una linea guida affinché il ghiaccio sia trattato al pari di qualsiasi altro alimento a garanzia della salute e a beneficio dell'esercente e del consumatore finale che acquisterà il nostro prodotto trattandolo come gli altri alimenti surgelati». Il ghiaccio, proveniente dalle acque delle Madonie, microbiologicamente pure e povere di minerali, fa sì che, quando inizia il suo processo di fusione all'interno della bevanda, non alteri le proprietà organolettiche di bibite e distillati anche pregiati come whisky o rum. La produzione di ghiaccio «Ice Cube» inoltre, impiega fino al 90% in meno di risorse energetiche e idriche, dimostrando un'attenzione speciale per l'ambiente. Seppur giovane, la fabbrica del ghiaccio registra una crescita costante: è già presente su tutto il territorio nazionale con oltre 140 distributori, attraverso il canale Horeca, Gdo e Cash & Carry (con il 90 % di copertura) e un incremento di vendite medio del 40 %, solo nell'ultimo anno. Prossimo obiettivo: l'Europa che hanno appena varcato grazie ai recenti rapporti commerciali con la Francia.

ROSARIA CASTALDO
© RIPRODUZIONE RISERVATA