

# STARTUP LAZIO

Storie e persone di un ecosistema  
dell'innovazione

STORIES  
AND PEOPLE FROM  
AN INNOVATION  
ECOSYSTEM



REGIONE  
LAZIO



## L'ECOSISTEMA LAZIALE: STAKEHOLDER, NUMERI E STARTUP

### EDIZIONE 2017

#### **Nicola Zingaretti**

*Presidente Regione Lazio*

#### **Guido Fabiani**

*Assessore Sviluppo economico  
e Attività produttive*

#### **Rosanna Bellotti**

*Direttore Regionale per lo Sviluppo economico  
e Attività Produttive*

### TESTI

Luca De Biase  
Alessio Jacona

### LAZIO INNOVA

#### **Andrea Ciampalini**

*Direttore Generale*

#### **Luigi Campitelli**

*Direttore Internazionalizzazione, Reti e Studi*

#### **Michela Michilli**

*Responsabile Ecosistemi Startup*

#### **Alessandra Tomeo**

*Responsabile Comunicazione*

#### **Laura Santarelli**

#### **Simona Carloppi**

#### **Walter Scarpino**

#### **Giaime Gabrielli**

#### **Elisabetta Paladini**

#### **Giovanni Pagliaro**

### FOTO

Daniele Romano

*Si ringrazia*

*Gian Paolo Manzella, consigliere regionale  
e componente della Commissione Startup, per  
il suo contributo all'ideazione  
di questo volume.*

*Tutto lo staff della Segreteria dell'Assessore  
allo sviluppo economico e attività produttive.*

*Tutti coloro che hanno partecipato  
alle interviste individuali, per il loro tempo  
e contributo.*

## THE LAZIO ECOSYSTEM: STAKEHOLDERS, NUMBERS AND STARTUPS

### 2017 EDITION

#### **Nicola Zingaretti**

*President of Lazio*

#### **Guido Fabiani**

*Regional Councillor for Economic Development  
and Production in Lazio*

#### **Rosanna Bellotti**

*Regional Director for Economic Development  
and Production in Lazio*

### TEXTS

Luca De Biase  
Alessio Jacona

### LAZIO INNOVA

#### **Andrea Ciampalini**

*Director General*

#### **Luigi Campitelli**

*Director Internationalization,  
Network and Studies*

#### **Michela Michilli**

*Head of Startup Ecosystems Unit*

#### **Alessandra Tomeo**

*Head of Communication*

#### **Laura Santarelli**

#### **Simona Carloppi**

#### **Walter Scarpino**

#### **Giaime Gabrielli**

#### **Elisabetta Paladini**

#### **Giovanni Pagliaro**

### PHOTO

Daniele Romano

*We would like to thank*

*Gian Paolo Manzella, Member of the Regional  
Council and of the Startup Commission, for his  
contribution in conceiving this publication.*

*All the staff of the Regional Secretariat for  
Economic Development and Production.*

*All the people who contributed to this  
publication with interviews, time and ideas.*





Ci troviamo di fronte a un mutamento epocale che va molto oltre l'economia: l'avvento dell'Industria 4.0 non è solo una nuova formulazione del vecchio modo di produrre e dell'industria come l'abbiamo conosciuta nel Novecento, ma un cambiamento radicale nella creazione di valore, nella generazione di processi e prodotti, nella capacità di trovare soluzioni in grado di migliorare le nostre vite.

In questo nuovo scenario, l'innovazione, nella sua accezione più ampia, è un elemento assolutamente centrale: pensiamo solo all'universo che si apre con l'utilizzo nei vari settori delle stampanti 3D, dalla medicina fino alla creazione di strumenti musicali... Noi stiamo attrezzando il Lazio a giocare un ruolo di primo piano in questo nuovo scenario. Sono anni che lavoriamo sul tema dell'innovazione. Per rigenerare l'economia e il tessuto produttivo del Lazio stiamo investendo sulle persone, sui luoghi, sulle imprese. Ecco che cosa significa, per me, costruire quell'ecosistema a cui fa riferimento il titolo di questo volume promosso da Lazio Innova. Le misure a sostegno dell'innovazione che in questi anni la Regione Lazio ha messo in campo non sono immaginate come strumenti per una politica di settore, ma vanno inquadrare dentro un programma trasversale che abbraccia le politiche industriali innanzitutto, ma anche la cultura, la formazione e settori tradizionali come l'agroalimentare o il turismo.

Un programma all'avanguardia in Italia, un piano di sviluppo che riunisce gli interventi di diversi assessorati e che ha un unico obiettivo: fare del Lazio una regione più competitiva, più capace di affrontare le sfide del futuro, e anche più abile nello sfruttare alcuni suoi indiscutibili punti di forza: come dimostra il serbatoio di imprese, di intelligenze e di idee contenuto in questo volume.

We are now witnessing a historic change that goes way beyond the economy: the advent of Industry 4.0 is not just a new formulation of the old way of producing and of industry as we knew it in the twentieth century, but a radical change in the creation of value, in the generation of processes and products, in the ability to find solutions that can improve our lives. In this new scenario, innovation, in its broadest sense, is an absolutely central element: think of the universe that opens up with the use of 3D printers in various sectors, from medicine to the creation of musical instruments...

We are preparing Lazio to play a front-line role in this new scenario. We have been working on the topic of innovation for years. To regenerate the Lazio economy and production fabric, we are investing in people, places and enterprises. That is what building an ecosystem as mentioned in the title of this book, promoted by Lazio Innova, means to me. The measures to support innovation provided by the Lazio Regional Administration in recent years are not instruments for sector policy, but are part of a cross-the-board programme that embraces industrial policy, and also culture, training, traditional sectors such as food and agriculture or tourism. A state-of-the-art programme in Italy, a development plan that brings together interventions from various departments and that has a single goal: to make Lazio a more competitive region, one that is able to face the challenges of the future, and the most able in exploiting some of its doubtless strengths: as the enterprise, intelligence and ideas contained in this book show us.

**Nicola Zingaretti**

Presidente della Regione Lazio  
President of Lazio

## L'impegno della Regione per la crescita di un ecosistema delle startup e dell'innovazione

L'impegno della Giunta Regionale per il sostegno allo sviluppo di un ecosistema delle startup e dell'innovazione è parte integrante della strategia di rilancio della competitività dell'economia laziale.

In questo volume è possibile trovare alcuni esempi delle iniziative attivate fino a oggi e di quelle che vogliamo realizzare in futuro. Allo stesso tempo il lettore potrà ascoltare le voci dei tanti mondi con cui siamo entrati in contatto in questi anni, da quando abbiamo lanciato il programma Startup Lazio! La programmazione è stata fondata, sin dall'inizio, sull'ascolto e la condivisione delle scelte con i protagonisti di quell'universo dell'innovazione che a Roma e nel Lazio è in continua espansione.

La startup revolution in atto in Europa non è un fenomeno riconducibile unicamente alla presenza di aziende attive nell'informatica; è invece sempre più legata ai nuovi modelli produttivi che stanno modificando il mondo della manifattura e dei servizi, in quel meccanismo di riposizionamento e riorganizzazione dei fattori che sta diventando l'industria 4.0.

In questo senso, le startup innovative sono parte di un complessivo percorso di ridefinizione delle forme e delle strategie di impresa, delle interazioni tra manifattura e servizi, delle sinergie possibili tra grandi imprese, multinazionali, centri di ricerca e PMI locali.

Consapevoli della complessità del percorso, in questi anni ci siamo impegnati per sostenere la crescita di

## The Region's commitment to the growth of a startup and innovation ecosystem

The Regional Government's commitment to supporting the development of a startup and innovation ecosystem is an integral part of the strategy for relaunching competitiveness in the Lazio economy.

In this book, you will find some examples of initiatives started up to date and the ones that we wish to realise in the future. At the same time, the reader can listen to the voices of many worlds that we came into contact with in these years, from when we launched the Startup Lazio! programme. The programme was founded from the start on listening and sharing choices with the protagonists of the universe of innovation that is continuing to grow in Rome and Lazio.

The startup revolution ongoing in Europe is not a phenomenon that can be traced solely to the presence of IT companies; it is increasingly linked to new production models that are modifying the world of manufacturing and services, the mechanism of repositioning and reorganising factors that is becoming industry 4.0.

In this sense, innovative startups are part of a more complex path of redefining the forms and strategies of enterprises, of interactions between manufacturing and services, of possible synergies between large companies, multinationals, research centres and local SMEs.

Being aware of the complex path ahead, we have worked in recent years to support the growth of an innovation ecosystem in Rome and Lazio, that can attract new capital, optimise talent, place the world of research

un ecosistema dell'innovazione a Roma e nel Lazio in grado di attrarre nuovi capitali, valorizzare i talenti, mettere in rete il mondo della ricerca e della conoscenza con le esperienze imprenditoriali, coniugare in maniera virtuosa tradizione e innovazione, un binomio che potrà rappresentare uno dei punti di forza dell'economia dei prossimi anni.

I dati più recenti sull'evoluzione degli ecosistemi dell'innovazione in Europa e in Italia evidenziano come tanto si stia muovendo a Roma e nel Lazio; molti di quei pregiudizi secolari che volevano l'Italia, e il nostro modello produttivo in particolare, come incapaci di cogliere la sfida della competitività sembrano essere rimessi in discussione. Lo vediamo dalle statistiche su nuova manifattura urbana e city maker; lo confermano i risultati dei nostri bandi per il riposizionamento delle imprese nell'industria 4.0 e delle nostre politiche per le startup in termini di partecipazione, coinvolgimento, nascita di nuovi progetti imprenditoriali.

Sappiamo che siamo solo all'inizio di un percorso. Che la costruzione di un ecosistema dell'innovazione passa per una molteplicità di iniziative e dalla loro intensità e continuità nel tempo. Siamo però molto fiduciosi, perché convinti della solidità delle scelte intraprese in termini di allocazione delle risorse, riforma degli strumenti e strategie di intervento e perché è molto forte nel territorio una domanda di innovazione e apertura ai nuovi processi produttivi in grado di aiutare il sistema a compiere un salto di qualità.

and knowledge in a network with entrepreneurial experience, combine tradition and innovation, a pair that could be one of the strengths of the economy in future years. The most recent data on the evolution of innovation ecosystems in Europe and Italy show that much is happening in Rome and Lazio. Many of the old prejudices that saw Italy, and our production model in particular, as unable to accept the challenges of competitiveness seem to have been finally questioned. We can see this from the statistics on new urban manufacture and city makers; the results of our calls for the repositioning of enterprise in industry 4.0 and our policies for startups in terms of participation, involvement and the birth of new enterprise projects are proof of this.

We know that this is only the beginning. That constructing an innovation ecosystem must go through several initiatives and grows with their intensity and continuity in time. We do have, however, great confidence, we are convinced of the solidity of the choices made in terms of allocating resources, reforming intervention tools and strategies and because there is a high demand in our region for innovation and opening up of new production processes that can help the system make a leap forward in quality.

## **Prof. Guido Fabiani**

Assessore Sviluppo economico  
e Attività produttive Regione Lazio

Regional Councillor for Economic  
Development and Production in Lazio

Executive summary .....	10
<b>1 “I” come Innovazione</b> (introduzione di Luca De Biase) .....	14
<b>2 “S” come Stakeholder</b> .....	19
2.1 Introduzione .....	20
2.2 Massimo Angelini - Direttore Public Relations, Wind .....	22
2.3 Luca Bertone - Responsabile del portafoglio startup, TIM #Wcap .....	25
2.4 Luigi Capello - CEO e Co-founder LVenture, Founder Luiss Enlabs .....	28
2.5 Gianmarco Carnovale - Imprenditore, Fondatore dell'Associazione Roma Startup .....	32
2.6 Paolo Cellini - Professore di Marketing strategico, Marketing dei servizi e Internet Economics (LUISS Guido Carli) .....	36
2.7 Aleardo Furlani - Fondatore e CEO Innova .....	39
2.8 Roberto Guida - Amministratore Delegato GALA Lab .....	43
2.9 Peter Kruger - CEO di eZecute e Co-fondatore di Startupbootcamp Foodtech .....	47
2.10 Nicola Mattina - Imprenditore e business angel .....	51
2.11 Enrico Mercadante - Responsabile del team di prevendita e dello sviluppo del mercato Cloud Sud Europa, Cisco .....	55
2.12 Mirta Michilli - Direttore Generale Fondazione Mondo Digitale .....	58
2.13 Paolo Napolitano - Fondatore e CEO Peekaboo .....	62
2.14 Alessandro Nasini - Fondatore e CEO Maple e Startalia .....	65
2.15 Clara Pelaez - Head of Strategy, Marketing e Communications di Ericsson Mediterranean Region .....	69
2.16 Carlo Alberto Pratesi - Professore Ordinario di Economia e gestione delle imprese all'Università Roma Tre .....	73
2.17 Luciano Tommasi - Head of New Ventures Initiatives per Enel .....	77
2.18 Marco Trombetti - CEO di Translated e Co-founder di Pi Campus .....	81
2.19 Andrea Ciampalini - Direttore Generale Lazio Innova .....	85
<b>3 “N” come Numeri</b> .....	88
3.1 Il contesto nazionale in cui operano le startup: i numeri del fenomeno e gli strumenti in campo .....	89
3.1.1 I numeri del fenomeno .....	89
3.1.2 Gli strumenti in campo .....	91
Box 1 - Il fondo italiano di investimento .....	97
Box 2 - Invitalia Venture .....	99
3.2 Le startup innovative laziali .....	100
3.2.1 Numeri e peculiarità della realtà laziale .....	100
3.2.2 Gli interventi messi in campo dalla Regione Lazio e le strategie per rafforzare l'ecosistema .....	102
<b>4 “S” come Startup</b> .....	111
Introduzione .....	112
AGESIC .....	115



ATON .....	119
ATOOMA .....	123
AUTHOMETION .....	127
CARDIONICA .....	133
COCONTEST .....	139
ECOSOST .....	143
FARMOSA .....	147
GENECHRON .....	153
HOLEY .....	157
INNAAS .....	161
INTERACTIVE PROJECT .....	165
LE CICOGNE .....	169
MBS .....	173
MOOVENDA .....	177
PEDIUS .....	181
QURAMI .....	187
ROBOTFARM .....	191
SCUTER .....	195
SMART-I .....	201
SNAPBACK .....	205
SONGTREE .....	209
SPOTONWAY .....	213
UNFRAUD .....	217
WHOOSNAP .....	221
ACTION 4 CARE .....	224
CHUPAMOBILE .....	230
CLICKMETER .....	233
DAYBREAKHOTELS .....	236
EMPLOYERLAND .....	239
EXPLORA .....	242
HOTSWAP .....	245
INDIEGALA .....	248
MEDIAPHARMA .....	251
PROGETTO TETHYS – CENTRALE VALUTATIVA S.R.L. ....	254
STAMPLAY .....	257
STELLUP .....	261
TM SERVICES .....	264
WANDERIO .....	267
WINEOWINE .....	270

Executive summary .....	10
<b>1 “I” as in Innovation</b> (introduction by Luca De Biase) .....	14
<b>2 “S” as in Stakeholder</b> .....	19
2.1 Introduction .....	20
2.2 Massimo Angelini - Director of Public Relations, Wind .....	22
2.3 Luca Bertone - Manager of the startups portfolio, TIM #Wcap .....	25
2.4 Luigi Capello - CEO and Co-founder LVenture, Founder Luiss Enlabs .....	28
2.5 Gianmarco Carnovale - Entrepreneur, Founder of Associazione Roma Startup .....	32
2.6 Paolo Cellini - Professor of strategic Marketing, Marketing of services and Internet Economics (LUISS Guido Carli) .....	36
2.7 Aleardo Furlani - Founder and CEO Innova .....	39
2.8 Roberto Guida - CEO of GALA Lab .....	43
2.9 Peter Kruger - CEO of eZecute and Co-founder of Startupbootcamp Foodtech .....	47
2.10 Nicola Mattina - Entrepreneur and business angel .....	51
2.11 Enrico Mercadante - Pre-sales and Cloud Market Development Team Manager, South Europe, Cisco .....	55
2.12 Mirta Michilli - Director General of Fondazione Mondo Digitale .....	58
2.13 Paolo Napolitano - Founder and CEO Peekaboo .....	62
2.14 Alessandro Nasini - Founder and CEO of Maple and Startalia .....	65
2.15 Clara Pelaez - Head of Strategy, Marketing and Communications at Ericsson Mediterranean Region .....	69
2.16 Carlo Alberto Pratesi - Tenured Professor of Economics and Business Management .....	73
2.17 Luciano Tommasi - Head of New Ventures Initiatives for Enel .....	77
2.18 Marco Trombetti - CEO of Translated and Co-founder of Pi Campus .....	81
2.19 Andrea Ciampalini - Director General of Lazio Innova .....	85
<b>3 “N” as in Numbers</b> .....	88
3.1 The national context in which the startups operate: the numbers of the phenomenon and the implemented instruments .....	89
3.1.1 The numbers of the phenomenon .....	89
3.1.2 The implemented instruments .....	91
• Box 1 - The Italian investment fund .....	97
• Box 2- Invitalia Venture .....	99
3.2 The innovative Lazio startups .....	100
3.2.1 Numbers and peculiarities of the Lazio reality .....	100
3.2.2 Interventions enacted by the Lazio Regional Administration and the strategies for reinforcing the ecosystem .....	102
<b>4 “S” as in Startup</b> .....	111
Introduction .....	112
AGESIC .....	115

ATON .....	119
ATOOMA .....	123
AUTHOMETION .....	127
CARDIONICA .....	133
COCONTEST .....	139
ECOSOST .....	143
FARMOSA .....	147
GENECHRON .....	153
HOLEY .....	157
INNAAS .....	161
INTERACTIVE PROJECT .....	165
LE CICOGNE .....	169
MBS .....	173
MOOVENDA .....	177
PEDIUS .....	181
QURAMI .....	187
ROBOTFARM .....	191
SCUTER .....	195
SMART-I .....	201
SNAPBACK .....	205
SONGTREE .....	209
SPOTONWAY .....	213
UNFRAUD .....	217
WHOOSNAP .....	221
ACTION 4 CARE .....	224
CHUPAMOBILE .....	230
CLICKMETER .....	233
DAYBREAKHOTELS .....	236
EMPLOYERLAND .....	239
EXPLORA .....	242
HOTSWAP .....	245
INDIEGALA .....	248
MEDIAPHARMA .....	251
PROGETTO TETHYS – CENTRALE VALUTATIVA S.R.L. ....	254
STAMPLAY .....	257
STELLUP .....	261
TM SERVICES .....	264
WANDERIO .....	267
WINEOWINE .....	270

## Executive summary

Roma, primo febbraio 2016. Presso la sede di Lazio Innova, a due passi dal Colosseo, va in scena l'inaugurazione della prima Startup Europe Week del Lazio. Centinaia di persone, tra giornalisti, addetti ai lavori e stakeholder, accorrono per partecipare a una conferenza il cui scopo primario è definire, con l'aiuto di tutti, lo stato dell'arte dell'ecosistema laziale dell'innovazione.

È la stessa, identica mission con cui sono state raccolte, aggregate e strutturate le testimonianze che ora trovate in questa pubblicazione, e che insieme offrono una visione d'insieme, onesta e diretta di un territorio e del suo effervescente innovation ecosystem, colto con tutte le sue qualità pur senza trascurarne limiti e contraddizioni. Il risultato è un vero e proprio documento di lavoro, una raccolta di istanze, proposte, critiche e opportunità da cui ha senso partire per costruire le strategie destinate a plasmare il futuro economico, sociale e culturale di Roma e del Lazio.

Nell'introduzione, Luca de Biase apre offrendoci una prospettiva globale, identificando gli ecosistemi dell'innovazione per eccellenza, definendone le principali caratteristiche insieme all'impatto - sconvolgente - che hanno sui rispettivi sistemi nazionali. Prosegue poi sottolineando punti di forza, opportunità e limiti dell'Italia, che seppure non brilla particolarmente nel confronto internazionale con altri ecosistemi dell'innovazione, può ancora e certamente deve fare meglio. Infine, l'analisi restringe il focus al Lazio: una regione che risente della situazione generale in cui versa il sistema paese di cui fa parte, ma ha le sue carte da giocare e sufficiente margine di manovra per avere successo, purché sappia dotarsi di quelle infrastrutture ormai divenute standard nei principali ecosistemi dell'innovazione.

Roma, February 1st 2016. At the offices of Lazio Innova, a short distance from the Coliseum, the inauguration of the first Lazio Startup Europe Week takes place. Hundreds of people, including journalists, sector workers and stakeholders all rush to take part in a conference whose main aim is to define the state of the art of the Lazio Innovation ecosystem, with everyone's help.

It is the same identical mission with which testimonies that you will find in this publication have been gathered, grouped together and structured, which together offer an overall honest, direct vision of an area and its bubbling innovation ecosystem, accepted with all its qualities while not forgetting its limits and contradictions. The result is a real working paper, a collection of claims, proposals, criticisms and opportunities that it makes sense to start with to build the strategies to change the economic, social and cultural future of Rome and Lazio.

In the introduction, Luca de Biase starts by offering us an overall view, identifying the innovation ecosystems par excellence, defining the main characteristics together with the astounding impact that they have on the respective national systems. He then continues by underlining Italy's strengths, opportunities and limits, which although it does not particularly shine when compared internationally with other innovation ecosystems, can still and certainly do better. Lastly, the analysis narrows its focus to the Lazio region: the latter clearly suffers from the general situation in which the country system that it is part of finds itself in, but it has its own cards to play and has a sufficient margin for manoeuvre to be successful, as long as it equips itself with those infrastructures that are now standard in the main innovation ecosystems.

Nel capitolo “S” come stakeholder sono state raccolte le testimonianze di imprenditori, professori universitari, uomini d’azienda, rappresentanti delle istituzioni per costruire un racconto corale delle criticità e delle opportunità che definiscono il territorio laziale, ma anche e soprattutto per piantare il seme della collaborazione e della condivisione.

Tra gli intervistati c’è chi, ad esempio, ha chiarito come la vera sfida sia mettere insieme incubatori, università, imprese e PA affinché facciano sistema, sottolineando come ciò sia vero tanto nel Lazio quanto nel resto d’Italia. Un passo necessario e che presuppone un profondo cambiamento culturale, da innescare nelle aziende e nelle istituzioni, ma anche e prima di tutto sui banchi delle scuole e delle università, dove oggi si formano gli imprenditori di domani.

Più in generale, tutti sembrano concordare nell’affermare che a Roma e nel Lazio si possa e si debba fare di più, che serva un cambio di passo, e che il tema non sia riprodurre la Silicon Valley qui da noi, ma creare qualcosa che ruoti intorno a valori tipicamente italiani, che porti innovazione nei settori dove siamo tradizionalmente forti come ad esempio cibo, lusso, design e patrimonio culturale.

La buona notizia è che siamo sulla strada giusta: l’ottimismo di molti stakeholder intervistati si somma infatti ai dati incoraggianti presentati nel capitolo “N” come Numeri: quest’ultimi ci raccontano, infatti, di un ecosistema dell’innovazione in costante crescita, così come documentano le molteplici iniziative messe finora in campo dalla Regione Lazio per sostenere e finanziare le migliori idee e i talenti all’opera sul territorio. Ini-

The chapter “S” as in stakeholders contains testimonies from entrepreneurs, university professors, businessmen and representatives from institutions to build a unanimous tale of the criticalities and opportunities of the Lazio area, but also and above all to plant the seed of collaboration and sharing.

Some of the interviewees, for example, explained how the real challenge is putting together incubators, universities, companies and the PA so that they form a system, emphasising how this is true for Lazio but just as much for the rest of Italy. A step that is necessary and that requires a thorough cultural change, to be started up in companies and institutions, but even more so in schools and universities, where the entrepreneurs of tomorrow are being created.

More generally, everybody seems to agree that more must be done in Rome and in Lazio, things need to be speeded up, and the matter is not a case of reproducing Silicon Valley here, but to create something revolving around typically Italian values, and bringing innovation in sectors where we are traditionally strong such as, for example, food, luxury, design and cultural heritage.

The good news is that we are on the right path: the optimism of many of the stakeholders interviewed can be added to the encouraging data found in the chapter “N” as in Numbers: this tell us, in fact, about a constantly expanding innovation ecosystem, and show us the many initiatives enacted so far by the Lazio Regional Administration to support and fund the best ideas and talents at work in the area. Initiatives that are also destined to expand notably in the next

ziative peraltro destinate a espandersi sensibilmente nei prossimi anni, come testimonia il piano regionale per investire 100 milioni di euro entro il 2020 a favore dell'ecosistema delle startup.

Ed è proprio a queste che è dedicata l'ultima e più lunga parte di questa pubblicazione, quel capitolo "S" come Startup dove sono raccolte 40 testimonianze da parte di altrettanti startupper attivi nei settori più diversi: dal food al turismo, dalla ricerca medica avanzata all'IoT, dalle smart city all'advertising digitale, passando per servizi, mercato dei videogiochi, carsharing, persino babysitting. Ogni impresa innovativa è raccontata attraverso una scheda agile eppure esaustiva, strutturata come un "pitch" e articolata in 8 punti, dove si passa dalla presentazione del progetto imprenditoriale a quella dei suoi creatori, per poi rivelare vision, modello di business, progetti per l'immediato futuro e altro ancora.

Per documentare puntualmente e con ampiezza inedita cosa c'è sul piatto dell'ecosistema laziale dell'innovazione, ma anche e soprattutto per fornire modelli ed esempi, per ispirare nuove "leve" e per attrarre nuovi investitori con cui fare sistema e costruire insieme il futuro di Roma e del Lazio.

few years, as proven by the regional plan to invest 100 million Euro by 2020 for the startup ecosystem.

Indeed, the last and longest part of this publication is dedicated to them. The chapter "S" as in Startups, where there are 40 testimonies by just as many start-uppers active in the most diverse sectors: from food to tourism, from advanced medical research to IoT, from smart cities to digital advertising, and not forgetting services, videogames, car sharing, even babysitting. Each innovative enterprise is talked about using an agile, but thorough format, structured like a "pitch" divided into 8 points, where there is the presentation of the business project and that of its creators, then a section on vision, business model, projects for the immediate future and more.

All this to precisely document what there is on the Lazio innovation ecosystem plate precisely and more broadly than ever before, but also and especially to provide models and examples, to inspire new "conscripts" and to attract new investors with whom to create the systems and build the future of Rome and Lazio.

---

come Innovazione

as in Innovation

L'epopea dell'ecosistema dell'innovazione per eccellenza, Silicon Valley, ha fatto scuola, generando altri poli del dinamismo economico e tecnologico, da Israele a Berlino, da Londra a New York, da Boston a Vancouver e a Bangalore. Altri territori si candidano ora a entrare nella mappa globale dell'innovazione come, in Europa, Parigi, Stoccolma, Amsterdam, Barcellona. In queste regioni si concentrano le startup e i loro finanziatori, le università e i centri di ricerca, i mercati professionali più attraenti e le policy più aperte, le visioni più ambiziose e le realizzazioni più impensate.

La leadership culturale dei protagonisti dell'innovazione tecnologica e imprenditoriale si fa sempre più coraggiosa. I risultati trasformativi generati da queste aree diventano sfide per il resto del mondo: che si divide tra chi tenta di accelerare a sua volta, o almeno resta al passo, e chi perde terreno. In effetti, come in ogni struttura a rete, anche nell'economia globalizzata dell'innovazione si assiste a un fenomeno di polarizzazione: i territori vincenti attirano sempre nuove risorse - finanziarie e umane - accelerando la loro crescita e staccando progressivamente i territori che invece non riescono a essere altrettanto attraenti.

L'Italia non viene citata spesso tra i vincitori di questa speciale competizione tra ecosistemi dell'innovazione, anche se potrebbe esserlo un po' di più. Un motivo può essere la scala delle sue città: le italiane sono piccole, in relazione all'insieme della nazione. La massa economica di Parigi e Londra è compresa tra un terzo e un quarto del Prodotto interno lordo di Francia e Regno Unito: per avere una massa economica paragonabile in relazione al Prodotto interno lordo dell'Italia, occorre sommare le 14 più grandi città metropolitane italiane. Città economicamente piccole entrano con difficoltà nelle classifiche globali o anche continentali. Inoltre, la crescita delle distanze economiche tra il Nord e il Sud, registrata recentemente da Forum PA, dimostra che la media è meno espressiva della varianza e la polarizzazione si manifesta

The epic innovation ecosystem par excellence, Silicon Valley, set an example, giving rise to other centres of economic and technological dynamism from Israel to Berlin, London, New York, Boston, Vancouver and Bangalore. Other territories are now candidates to enter the global map of innovation such as, in Europe, Paris, Stockholm, Amsterdam and Barcelona. Startups and their backers, universities and research centres, the most attractive professional markets and the most open policies, the most ambitious visions and almost unheard of realizations are concentrated in these areas.

The cultural leadership of the main leaders in technological and entrepreneurial innovation is becoming increasingly daring. The transformations obtained by these areas become challenges for the rest of the world: that is split between those who try to accelerate in turn, or at least try to keep up, and those who lose ground. There is actually, like in all networks, a polarisation phenomenon taking place in globalised innovation economy: the successful areas attract more and more new resources – financial and human – thus speeding up their growth and progressively detaching the areas that cannot manage to be as attractive.

Italy is not often mentioned among the winners of this special competition between innovation ecosystems, although it could actually be included a bit more. One reason may be the scale of its cities: Italian cities are small, in relation to the overall size of the country. The economic mass of Paris and London is between one-third and one-fourth of the French and British GNP: to have a comparable economic mass in relation to Italy's GNP, we would need to add together the 14 largest Italian cities. Economically small cities find it hard to enter worldwide or even continental rankings. Also the growth of economic distances between North and South, recently recorded by Forum PA, proves that the average is less expressive than the variance, and polarisation is occurring inside the borders too. Statistics describe a North that is relatively



anche all'interno dei confini: le statistiche descrivono un Nord relativamente coerente con le caratteristiche del resto d'Europa e un Sud più staccato, in termini di crescita, occupazione, innovazione, infrastrutture, e così via.

In questo contesto, il Lazio dove si trova e dove può andare? Detto fin troppo brutalmente: va verso il Sud o verso il Nord? O più ambiziosamente: può essere un polo di sviluppo o è un territorio destinato a politiche di recupero? La dimensione economica della regione la pone chiaramente alla testa di qualunque dinamica di sviluppo del Centro-Sud. Ma le domande sul suo contributo all'innovazione devono trovare risposte nella capacità del territorio di definire una sua via evolutiva nel contesto contemporaneo: una capacità destinata a emergere nell'ecosistema dell'innovazione locale dalla collaborazione tra università, centri di ricerca, investimenti pubblici, imprese affermate, startup, autorità di regolamentazione, sistemi fiscali, infrastrutture, istituzioni finanziarie. Ci sono le precondizioni per un'accelerazione adeguata alla sfida contemporanea?

La tecnologia spinge verso un rinnovamento incalzante, delle aziende e di ogni organizzazione economica. Nell'ultimo decennio, nei paesi Ocse, le imprese nate da 5 anni o meno hanno generato quasi la metà dei nuovi posti di lavoro, mentre le imprese nate da 6 anni o più li hanno ridotti. Insomma, ogni giorno crescono le probabilità che una persona che si iscrive all'università andrà a lavorare per un'azienda che, nel momento in cui ha scelto il suo corso di laurea, non esisteva. In questo modo, ciò che sembra acquisito può diventare facilmente superato. E ciò che si impara in una fase dello sviluppo può non essere del tutto adeguato a spiegare ciò che succede nella fase successiva. Le precondizioni favorevoli allo sviluppo di un ecosistema dell'innovazione si trovano nel punto di equilibrio tra l'imitazione dell'esperienza dei poli vincenti e le specificità territoriali locali. Le domande conseguenti non sono banali. Come si può favorire l'accelerazione innovativa in un territorio che è stato lontano dai poli della

consistent with the characteristics of the rest of Europe and a South that is more detached in terms of growth, employment, innovation, infrastructure and so on.

In this context, where is Lazio placed and where can it go? Said in tough terms: is it heading South or North? Or more ambitiously: can it be a centre of development or is it an area for recovery policies? The economic size of the region clearly places it at the top of any development dynamic of the Centre and South of Italy. However, the questions about its contribution to innovation must be answered in the area's ability to define its own development path in a modern context: a capacity that is destined to emerge in the local innovation ecosystem from collaboration between university, research centres, public funding, established companies, startups, regulatory authorities, taxation systems, infrastructures and financial institutions. Do the pre-conditions exist for an adequate acceleration towards modern-day challenges?

Technology is driving towards a persistent renewal of companies and all economic organizations. In the last decade, in OECD countries, companies founded in the previous 5 years or less have generated almost half of all new jobs, while companies founded more than 6 years previously have reduced the number of jobs. Basically, the probability increases each day that a person enrolling at university will go and work for a company that didn't even exist at the time when he/she chose their degree course. In this way, what has been acquired can easily become obsolete. And what is learnt in one phase of development may not be totally suited to explaining what is happening in the subsequent phase. The favourable pre-conditions for development of an ecosystem of innovation are balanced between the imitation of the experience of winning centres and the local territorial specific features. The consequent questions are not banal ones. How can innovative acceleration be encouraged in a territory that was far from centres of technological transformation? How can a territorial vocation emerge

trasformazione tecnologica? Come emerge la vocazione territoriale in un contesto globalizzato? Come si valorizza la tradizione e la si connette all'innovazione?

Il punto è che, nell'economia della conoscenza, il valore si concentra sull'immateriale e si genera con la ricerca, il design, la capacità organizzativa. La cultura, in questo contesto, è un potenziale generatore di ricchezza. Il modo in cui si gestisce e accresce il patrimonio culturale è parte del processo di sviluppo. La destinazione delle risorse all'educazione e alla ricerca è l'investimento fondamentale. Ma il management del valore immateriale, la sapienza digitale, la connessione infrastrutturale, la qualità del contesto legale sono a loro volta precondizioni essenziali per l'attrazione di talenti e capitali verso l'ecosistema dell'innovazione locale. Insomma, assistiamo a una duplice dinamica: da un lato, è sempre più necessaria una standardizzazione e semplificazione delle procedure pratiche per la realizzazione di innovazioni; dall'altro lato, è fondamentale la valorizzazione delle specificità locali, perché, nel contesto della globalizzazione, ciascun territorio connesso compete con ciascun altro sulla scorta di quel qualcosa in più che deriva dall'accumulazione di esperienza e di capacità di adattamento che la storia vi ha depositato. E i risultati dell'equilibrio tra "standardizzazione" e "valorizzazione delle specificità locali" si vedono in termini di esportazioni, di attrazione di capitali e talenti, di qualità della ricerca e della dinamica culturale.

Non c'è dubbio che una regione non possa riuscire in modo drasticamente diverso dal contesto nazionale in cui si trova. E lo sviluppo del Lazio non può essere troppo disconnesso dalla traiettoria percorsa dall'Italia in generale. Ebbene, nel complesso il nostro sistema paese, che pure dall'inizio della crisi ha perso il 25% della produzione industriale, ha tenuto sul piano delle esportazioni, in valore e non in chili, dimostrando che una quota trainante delle sue imprese riesce a competere nel mercato che conta - quello internazionale - e che dunque sa generare nuovo valore immateriale.

in a globalised context? How can tradition be enhanced and then connected to innovation?

The point is that in the economy of knowledge, value is concentrated on the intangible and it is generated through research, design and organisational capacity. In this context, culture is a potential generator of wealth. The way in which cultural heritage is managed and grown is part of the development process. The allocation of resources for education and research is the essential investment. However, management of intangible value, digital knowledge, infrastructural connection, quality of the legal context are also essential pre-conditions for attracting talent and capital to the local innovation ecosystem. We are witnessing a dual dynamic: on the one hand, it is increasingly necessary to standardise and simplify the practical procedures for realising innovations and on the other hand, the enhancement of local specific characteristics is vital, as in the context of globalisation, each connected area competes with the others based on that "something extra" that comes from accumulating experience and the ability to adapt that history has left it with. And the results of a balance between "standardisation" and "enhancement of local specific characteristics" can be seen in terms of exports, attracting capital and talents, quality of research and cultural dynamics.

There is no doubt that a region cannot be drastically different from the national context of which it is a part. The development of Lazio cannot be too detached from the path trodden by Italy in general. However, our country system overall, that has lost 25% of industrial production since the start of the crisis, has held its own in exports, in value rather than in kilos, proving that a driving share of its enterprises can compete in the market that counts - the international one - and that therefore it knows how to generate new intangible value.

The two sides of this coin of great transformation summarised in this data show that Italy entering the global

Le due facce della medaglia della grande trasformazione sintetizzate in questi dati dimostrano che l'entrata dell'Italia nella rete globale scoperchia i difetti e non annulla i pregi della sua economia. Un sistema di imprese poco internazionalizzate si è dissolto, nel contesto di un paese indebitato, troppo tassato, poco infrastrutturato, poco consapevole delle opportunità digitali, poco avvezzo alla certezza del diritto. Intanto, anarchicamente, un valore immateriale immenso ha sostenuto le esportazioni dei migliori nell'agroalimentare, nell'arredamento, nell'abbigliamento, nell'automazione industriale, nella meccanica. Realtà dimostratesi vincenti nel mondo nonostante i limiti del contesto locale, perché capaci di adottare un comportamento adattivo più che programmatico, reattivo più che proattivo, flessibile più che solido: e cioè tali da privilegiare il lato delle specificità culturali locali, ma non necessariamente semplici per chi dovrebbe essere attirato a venirci a lavorare, fare ricerca, investire da fuori.

Sta di fatto che il confronto internazionale al quale l'Italia si è esposta e che ha costituito il principale motivo di tenuta del sistema economico, ha anche mostrato la necessità di accelerare l'innovazione. Di conseguenza, si sono tentati esperimenti diversi, a partire dall'importazione di modelli organizzativi sviluppati in altri paesi per evolvere alla ricerca di modelli adatti alle caratteristiche locali. La logica delle startup nata in Silicon Valley si è dimostrata efficacissima per accelerare la ricerca delle grandi imprese e del sistema economico nel suo complesso: quando l'Italia se n'è accorta ha lavorato per facilitare la vita alle startup, a partire dal 2012, e per introdurre la logica nel sistema locale. Ma la traslazione del modello americano in Italia è stata frenata, oltre che dalle infrastrutture e dalla cultura conservatrice, dalla mancanza dell'elemento chiave del sistema americano: la potenza del venture capital che finanzia la crescita di startup destinate almeno in parte a diventare giganti globali.

In assenza di questo elemento, salvo eccezioni importanti, le startup digitali italiane hanno piegato verso l'autofinanziamento, ottenuto con la generazione di cassa e

network uncovered its faults and did not cancel out the pros of its economy. A system of enterprises with little internationalisation has dissolved, in the context of a country that is in debt, has excessive taxes, too few infrastructures, has too little knowledge of digital opportunities and is not used to the certainty of rights. In the meanwhile, anarchically, an immense intangible value has supported exports of the best in food and agriculture, furniture, clothing, industrial automation and mechanics. Realities that have proven to be successful in the world in spite of the limits of the local context, as they are capable of adopting an adaptive approach rather than a programmed one, a reactive one more than a proactive one, more flexible than solid: which makes it possible to favour the side of local cultural specific characteristics, but that are not simple for those who should be attracted to come and work here, carry out research and invest from elsewhere.

The fact is that the international comparison that Italy is subject to and that has been the main reason that the economic system has survived, has also shown the need to speed up innovation. Consequently, various experiments have been conducted, starting with the importation of organisational models developed in other countries in order to search for models that are suited to local characteristics. The logic of the startups in Silicon Valley was found to be extremely efficient in accelerating research in large companies and the economic system overall: when Italy realised this, it worked to aid the life of startups, starting in 2012, and to introduce the logic into the local system. However, the transfer of the American model to Italy was slowed down by infrastructures, by the conservative culture and by the lack of the key element to the American system: the power of venture capital that funds the growth of startups destined at least in part to become global giants.

Without this element, with only few important exceptions, Italian digital startups moved towards self-funding,

dunque con la scelta di modelli di business più immediatamente orientati al mercato, più facilmente abbordabili e meno ambiziosamente dedicati a scalare conquiste globali. Dall'altro lato, le startup non digitali hanno orientato le loro strategie verso il servizio alle grandi imprese, locali e internazionali, sulla scorta di una produzione di tecnologie innovative e soluzioni facilmente acquisibili da parte delle aziende che possiedono già un rapporto con il mercato globale: si sono insomma orientate verso il terzismo tradizionale delle imprese innovative italiane. Al persistente nanismo delle startup italiane, salvo appunto eccezioni, ha contribuito la piccola scala delle città italiane, oltre che la complessità normativa locale, che rende più difficile fare massa critica e attirare investimenti internazionali.

In tutto questo, in termini di quantità di startup e di successi dell'Open Innovation, la regione leader resta la Lombardia, mentre altre regioni trovano il loro percorso innovativo, come Emilia-Romagna, Veneto, Trentino, Piemonte. Il Lazio è in partita, almeno per quanto riguarda il numero di startup, di imprese culturali e creative, di grandi imprese presenti e attive nel territorio. Ma, se si considerano i parametri internazionali degli ecosistemi dell'innovazione, nessuna di queste regioni italiane riesce a entrare nelle classifiche. La strada è quella di dotarsi delle infrastrutture standard degli ecosistemi dell'innovazione, senza tentare di imitarne le caratteristiche troppo lontane dalla realtà locale. La sfida è chiaramente quella di trovare una strada italiana all'innovazione. Connettendo cultura e tecnologia, gusto e imprenditorialità, tradizione e innovazione. È possibile. Soprattutto, è l'unica strada possibile.

obtained by creating cash and therefore choosing business models that are more immediately directed at the market, more easily affordable and less ambitiously dedicated to conquering global achievements. On the other hand, non-digital startups aimed their strategies at serving large local and international companies, thanks to the production of innovative technologies and solutions that can be easily acquired by companies that already have a relationship with the global market: basically, they aimed at traditional service industries for innovative Italian enterprises. The persistent dwarfism of Italian startups, except for a few cases, is partly due to the small size of Italian cities, and also to the local regulatory complexities that makes it more difficult to form a critical mass and attract international investments.

In all this, in terms of number of startups and success in Open Innovation, the leading region is still Lombardy, while other regions are finding their innovative path, such as Emilia-Romagna, Veneto, Trentino, Piedmont. Lazio is in the running, at least with regard to the number of startups, cultural and creative enterprises, large firms present and active in the region. However, if we consider the international parameters of the innovation ecosystems, none of these Italian regions manages to enter the rankings. The path is to obtain the standard infrastructures of innovation ecosystems, without attempting to imitate characteristics that are too far removed from local reality. The challenge is clearly to find an Italian path to innovation. By connecting culture and technology, taste and entrepreneurship, tradition and innovation. It is possible. And above all, it is the only possible route to take.

---

“S  
come Stakeholder  
”

as in Stakeholder

**A**l centro di tutto, finalmente e forse per la prima volta, ci sono le persone e il loro talento. È da lì che abbiamo scelto di partire per cogliere e condividere il racconto di un ecosistema dell'innovazione, quello di Roma e del Lazio, che seppure non perfetto, esiste e si evolve con rapidità crescente e prospettive incoraggianti.

Le persone hanno competenze e idee, le persone creano relazioni, fanno rete e costruiscono insieme. Parlare con loro, documentarne la visione, le aspettative, le perplessità, quindi accettarne i consigli, significa costruire un racconto corale delle criticità e delle opportunità che definiscono un territorio, il nostro, ma anche piantare il seme della collaborazione. Significa alzarsi in volo e librarsi sopra i singoli interessi e problemi, per cogliere dall'alto lo stato dell'arte, così da avere avere l'opportunità di tracciare insieme un percorso di crescita e di prosperità.

“Insieme” vuol dire tutti, nessuno escluso: la maggior parte delle narrazioni che oggi si allineano per descrivere gli ecosistemi dell'innovazione, solitamente ruotano soprattutto intorno alle startup, alle case history di successo che fanno scuola, che ispirano e affascinano. La nostra narrazione non è da meno in questo senso, perché dà voce a una nutrita schiera di startupper attivi nel Lazio, ma si spinge oltre coinvolgendo gli stakeholder, identificando tra questi imprenditori, professori universitari, uomini d'azienda, rappresentanti delle istituzioni. Nella consapevolezza che ritardi e ostacoli, come l'eccessiva burocrazia, la mancanza di investitori o i particolarismi, si superano solo attraverso la collaborazione e grazie al contributo di tutti.

Molti i temi emersi dal confronto con gli stakeholder ascoltati finora: c'è chi ha chiarito che la vera sfida è mettere insieme incubatori, università, imprese e PA affinché facciano sistema, sottolineando come ciò sia vero tanto nel Lazio quanto nel resto d'Italia. È compito possibile ma non semplice - suggeriscono i nostri interlocutori - che richiede un cambio di mentalità profondo e il più

**A**t the centre of everything at last, and perhaps for the first time, there are people and their talents. This is where we chose to start from to welcome and share the tale of an innovation ecosystem, the one belonging to Rome and Lazio, that may not be perfect, but which exists and evolves at a growing speed and with encouraging prospects.

People have skills and ideas, people create relationships, networks and build together. Speaking to them, documenting their vision, expectations, perplexities, therefore accepting advice, means building a choral tale of the criticalities and opportunities that define a territory, our territory, but also means planting the seed of collaboration. It means rising up and freeing oneself, above and beyond individual interests and problems, to understand the state of the art from on high, in order to have the opportunity to trace a path of growth and prosperity together.

“Together” means everyone, nobody excluded: most narrations that now align to describe innovation ecosystems usually are about startups, successful case histories that set an example, that inspire and attract. Our narration is no less in this sense, as it gives a voice to a healthy group of startupper working in Lazio, but it also goes beyond, involving the stakeholders, including entrepreneurs, university professors, businessmen and representatives of institutions. In the awareness that delays, obstacles such as excessive bureaucracy, the lack of investors or particular features can only be overcome through collaboration and thanks to the contribution of everyone.

Many themes emerged from the discussions with the stakeholders consulted so far: there are those who explained us that the real challenge was putting the incubators, universities, companies and PA together so that they form a system, underlining how this applies to both Lazio and the rest of Italy. It is a possible task, but not an easy one - our interlocutors suggest - that require a thorough and widespread change in mentality, to be started in companies and institutions, but also and above all in

possibile diffuso, da innescare nelle aziende e nelle istituzioni, ma anche e prima di tutto sui banchi delle scuole e delle università, dove oggi si formano gli imprenditori di domani. C'è poi chi ha spiegato come oggi sia ormai irrinunciabile per una grande azienda italiana collaborare con le startup, tanto per aumentare le performance operative, quanto per sviluppare nuovi prodotti o servizi ed entrare in nuovi segmenti di mercato. E poi anche perché sostenere l'imprenditoria giovanile è uno degli obiettivi primari per chi voglia fare CSR di valore.

Altri hanno invece rivelato che anche le aziende di medie e piccole dimensioni finalmente stanno prendendo atto della necessità di innovare prodotti, servizi, processi, e che per riuscirci stanno imparando a fare rete tra loro, creando network collaborativi dove condividere oneri e onori di ricerca e sviluppo altrimenti insostenibili singolarmente. Perché innovare costa, specie quando le nostre imprese scelgono di valorizzare le peculiarità dell'ecosistema laziale, caratterizzato da competenze molto forti in campi come la meccanica, lo studio dei materiali, l'impiantistica, la microelettronica. Settori che hanno forti punti di riferimento nell'eccellenza delle nostre università ma che, necessariamente, implicano costi e tempi di sviluppo maggiori.

Tutti sono d'accordo sul fatto che a Roma e nel Lazio si possa e si debba fare di più, che in molti casi si stia già facendo, ma che ora serva quello scatto in avanti, quel cambio di passo che può fare la differenza e, con il tempo, fare della capitale uno dei principali hub dell'innovazione nel Mediterraneo.

Il tema non è rifare la Silicon Valley qui da noi, ma costruire qualcosa che ruoti intorno a valori tipicamente italiani, che porti innovazione nei settori dove siamo tradizionalmente forti come ad esempio cibo, lusso e design. Che parli italiano e faccia venire voglia di parlarlo anche agli altri protagonisti dell'innovazione a livello globale.

Una missione possibile, da affrontare insieme.

schools and universities, where tomorrow's entrepreneurs will be educated. Other people told us how it is now indispensable for a large Italian company to collaborate with startups, as much to increase their operational performance as to develop new products or services and enter new market segments. Also, supporting young entrepreneurs is one of the main goals for those wishing to have valuable CSR.

Others revealed that small and medium enterprises are also finally acknowledging the need to innovate products, services, processes and that in order to do so, they are learning to form networks with each other, collaborative networks where they can share the burdens and rewards of research and development, which are otherwise impossible to sustain alone. Because innovation costs money, especially when our companies choose to enhance the value of the special characteristics of the Lazio ecosystem, characterized by strong skills in fields such as mechanics, the study of materials, the realisation of systems and microelectronics. Sectors that have good reference points in the excellence of Italian universities but that also imply higher costs and development times.

They all agree on the fact that more must be done in Rome and in Lazio, that in many cases things are already being done, but that now something extra is needed to take that step forward, that change of pace that can make the difference and, in time, can make the capital one of the main hubs of innovation in the Mediterranean area.

The matter is not to recreate Silicon Valley here, but to build something that rotates around typically Italian values, that brings innovation to the sectors where we are traditionally strong, such as, for example, food, luxury and design. That speaks Italian, and makes other protagonists of innovation worldwide want to speak Italian too.

A mission that is possible, to be faced together.

.....

“ Con le startup  
ci giochiamo una parte  
importante del futuro  
di questo paese. ”

.....

“ We are playing  
an important part  
in the future of this country  
with startups. ”

.....



## Intervista con **Massimo Angelini**

*Direttore Public Relations, Wind*

Di fronte al profondo cambiamento che la pervasività del digitale sta determinando nella nostra società, nessuno può sentirsi escluso: quando ci sono trasformazioni come queste in atto, tutti devono impegnarsi per «accompagnarle e stimolarle: se sei un'azienda, costruendo un posizionamento forte; se sei una startup, portando servizi nuovi e a valore aggiunto; se sei la Pubblica Amministrazione, riducendo la burocrazia il più velocemente possibile».

A parlare è Massimo Angelini, Direttore Public Relations di Wind dal 2012, che aggiunge: «Quando vedo che le abitudini di consumo degli utenti virano radicalmente verso l'uso dei dati per accedere alla rete, ai social, per vedere video, di fatto aprendo la strada a tutta una serie di servizi digitali avanzati che possono cambiarci la vita, vedo anche un terreno arato che merita di essere seminato e messo a frutto».

Entrato in azienda nel lontano 1999, Angelini ha sulle sue spalle diverse responsabilità: dal coordinamento dell'ufficio stampa alla cura degli Affari Istituzionali, passando per la gestione delle attività di Corporate Social Responsibility. Queste ultime comprendono iniziative per il sostegno all'imprenditorialità giovanile e quindi anche alle startup: «Secondo noi, sulle startup si gioca una fetta importante del futuro del nostro paese - spiega - ed è per questo che da anni le sosteniamo collaborando con gli incubatori di impresa».

È infatti il 2011 quando Wind lancia Wind Business Factor, una piattaforma digitale che nasce per formare e premiare le migliori startup italiane. Dopo cinque anni di attività, oggi l'iniziativa vanta un network di 32.000 imprenditori e innovatori iscritti alla piattaforma e circa 20.000 tra fan e follower sui principali social media. Un'ampia community dove si offre supporto a quasi 5.000 tra idee e startup iscritte; dove sono resi disponibili circa 700 tra contenuti formativi e interviste realizzati collaborando con imprenditori, investitori ed esperti di settore; e dove ancora il va-

## Interview with **Massimo Angelini**

*Director of Public Relations, Wind*

Faced with the deep change that the pervasive nature of the digital era is causing in our society, nobody can feel excluded: when there are transformations such as these occurring, everyone must work to «accompany them and stimulate them: if you are a company, by building up a strong position; if you are a startup, by bringing new services and added value; if you are the Public Administration, by reducing the bureaucracy as quickly as possible».

This is Massimo Angelini talking, Director of Public Relations at Wind since 2012, who adds: «When I see that users' consumer habits are veering radically towards the use of data to access the internet and social networks, to watch videos, actually opening up the way to a series of advanced digital services that can change our lives, I also see fertile land that deserves to be sown and reaped».

Having entered the company back in 1999, Angelini has many responsibilities from coordination of the press office, to Institutional Affairs and management of Corporate Social Responsibility. The latter include initiatives for the support of young enterprise and therefore also of startups: «We think that an important chunk of our country's future is being played with startups - he explains - and it is for this reason that we have supported them for years, collaborating with the enterprise incubators».

It was in fact 2011 when Wind launched Wind Business Factor, a digital platform that was set up to form and reward the best Italian startups. After 5 years activity, the initiative now boasts a network of 32,000 entrepreneurs and innovators registered on the platform and about 20,000 fans and followers on the most important social media. A large community that offers support to almost 5,000 registered ideas and startups; where there are about 700 training features and interviews created by collaborating with entrepreneurs, investors and sec-

lore è stato premiato con varie edizioni del Wind Startup Award, il premio dedicato alle idee e startup più innovative dell'ecosistema digitale italiano.

«Il mondo dell'innovazione digitale rappresenta per noi un must - spiega Angelini - perché sappiamo bene che in esso risiede una fetta consistente del nostro futuro». Ecco quindi spiegato anche perché nel 2013 Wind inizia a collaborare a Roma con LUISS ENLABS, incubatore nato dalla joint venture tra l'università Luiss Guido Carli e il fondo di venture capital LVenture. Una realtà di successo che oggi sostiene ben 42 startup, alcune delle quali «sono diventate nostri partner commerciali - rivela Angelini - perché quando fai CSR nel modo corretto, questa può diventare anche un ottimo strumento per la costruzione di nuovo business», oltre che per restituire valore alla società e al territorio.

E, a proposito di territorio, per Massimo Angelini Roma e il Lazio «sono sicuramente una piazza fondamentale per l'innovazione. Basti pensare che stiamo parlando della città universitaria più grande d'Europa. La sfida vera - prosegue - è mettere insieme incubatori, università, imprese e PA affinché facciano sistema assieme, assicurandosi al contempo che la PA faccia da volano per i processi di digitalizzazione».

«Siamo in un contesto in cui la digital economy è diventata fenomeno di massa - spiega Angelini - dove tutti ormai sembrano aver capito che essa è una formidabile leva per la crescita. Ora serve creare un'infrastruttura a prova di futuro, con collegamenti ultra-broadband sia per il fisso sia per il mobile». E se poi il sistema ha bisogno di maggiori investimenti, allora la mission è attrarre capitali dall'estero. Come? Facendo "exit" intelligenti ed esportando fuori dell'Italia le migliori startup, suggerisce infine Massimo Angelini, «affinché tutti possano vedere di cosa siamo capaci. I capitali arriveranno - conclude - se le nostre startup andranno sulle piazze europee a farsi vedere».

tor experts; and where value has been rewarded with various editions of the Wind Startup Award, the award dedicated to the most innovative ideas and startups in the Italian digital ecosystem.

«The world of digital innovation is a must for us - says Angelini - as we know full well that a large part of our future lies within it». This also explains why in 2013, Wind began to collaborate with LUISS ENLABS in Rome, an incubator created through a joint venture between Luiss Guido Carli University and the venture capital fund LVenture. A successful reality that now supports 42 startups, some of which «have become our commercial partners - reveals Angelini - as when you carry out CSR correctly, this can also become an excellent tool for building new business», as well as returning value to society and the territory.

On the matter of territory, Massimo Angelini thinks that Rome and Lazio «are a fundamental place for innovation. Just think that we are talking about the largest university city in Europe. The real challenge - he continues - is putting together incubators, universities, businesses and the PA so that they form a system, also making sure that the PA acts as the flywheel for digitalisation processes». «We are in a context where the digital economy has become a mass phenomenon - says Angelini - where everyone seems to have understood that it is a sensational lever for growth. Now an infrastructure is needed that will last in the future, with ultra broadband connections for both mobile and landline networks». If the system needs more investment, then the mission is to attract capital from overseas. How? By creating intelligent "exits" and exporting the best startups outside Italy, suggest Massimo Angelini, «so that everyone can see what we are capable of. Capital will come - he ends - if our startups enter the European markets to get themselves noticed».

.....

“Selezionare i talenti  
con cui costruire  
il business del futuro”

.....

“Selecting the talents  
with which to build  
the business of the future”

.....

## Intervista con **Luca Bertone**

*Responsabile del portafoglio startup,  
TIM #Wcap*

La parola d'ordine è "selezione": delle idee, dei talenti e delle imprese innovative. Luca Bertone, da 20 anni in TIM, e da oltre 3 in TIM #Wcap, l'acceleratore d'impresa fondato nel 2009 e guidato da un commitment chiaro e semplice: «La nostra missione è scegliere con metodo scientifico startup che sviluppino prodotti o servizi affini al nostro settore - spiega Luca Bertone - e che una volta mature possano lavorare con noi, consentendoci di offrire prodotti e servizi innovativi ai nostri clienti».

Un compito non semplice, se si considera che in 7 anni di attività l'acceleratore di TIM ha raccolto ben 9.000 progetti, li ha filtrati attraverso uno stringente processo di selezione per poi arrivare a supportarne direttamente circa 300, per un totale di oltre 6 milioni di euro assegnati. Ma che dà anche buone soddisfazioni, visto che il tasso di sopravvivenza delle startup finora accelerate è pari al 90%. «TIM punta sempre di più su questo settore - conferma Bertone - per questo nel 2016 abbiamo quasi raddoppiato i grant portandoli da 25.000 a 40.000 euro».

4 le sedi di TIM #Wcap in Italia: Milano, Bologna, Catania e ovviamente Roma, dove - secondo Bertone - si opera in un contesto anche più favorevole che altrove. Ciò è dovuto alla presenza di molte strutture pubbliche e private attive sul territorio, all'attenzione che le istituzioni locali dedicano allo sviluppo e al sostegno dell'innovazione oltre alla crescente collaborazione e interazione tra istituzioni e aziende, all'insorgere, insomma, di un vero e proprio ecosistema laziale delle startup.

Guardando avanti, provando a definire quali sono i prossimi passi da intraprendere per sostenere la crescita e il rafforzamento del sistema, Luca Bertone suggerisce che il 2016 sarà un anno di consolidamento per gli sforzi finora fatti a Roma e nel Lazio, quindi pone l'accento sulla

## Intervista a **Luca Bertone**

*Manager of the startup portfolio,  
TIM #Wcap*

The keyword is "selection": of ideas, talents and innovative enterprises. Luca Bertone has worked at TIM for over 20 years, and for 3 years at TIM #Wcap, the enterprise accelerator founded in 2009 and he is led by a clear, simple commitment: «Our mission is to choose startups, using scientific method, that develop products or services that are in line with our sector - explains Luca Bertone - and that once mature can work with us, allowing us to offer innovative products and services to our clients».

No simple task, if one considers that in 7 years of activity, the TIM accelerator has accepted 9,000 projects, has filtered them via a rigorous selection process and then has actually supported about 300 of them, with a total of 6 million Euro allocated. But which also gives satisfaction, seeing as though the survival rate of startups accelerated up to now is 90%. «TIM is focusing more and more on this sector - Bertone confirms - and that is why in 2016 we almost doubled the grants, increasing them from 25,000 to 40,000 Euro».

There are 4 branches of TIM #Wcap in Italy: Milan, Bologna, Catania and of course Rome, where - Bertone says - the context is even more favourable than elsewhere. This is due to the presence of many public and private structures active in the area, the attention that local institutions pay to the development and support of innovation and also the increasing collaboration and interaction between institutions and companies, at the onset of a real Lazio startup ecosystem.

By looking ahead, and trying to set out what the next steps to take are in order to support growth and strengthening of the system, Luca Bertone suggests that 2016 will be a year of consolidation for the efforts made so far

necessità di investire a tutti i livelli nella formazione delle nuove generazioni di imprenditori italiani: «C'è bisogno di un cambio radicale di mentalità - spiega - dobbiamo ispirare i giovani talenti in modo che, alla fine degli studi, sia per loro naturale voler creare lavoro con le proprie mani, invece che aspirare a entrare in una grande azienda alla ricerca del posto fisso. Questo è possibile solo se si lavora sui giovani fin dai banchi di scuola e dell'università, formandoli a ragionare su come un'idea si trasforma in impresa con un possibile futuro sul mercato. A vent'anni ci devono almeno provare».

in Rome and Lazio, and therefore places emphasis on the need to invest in training new generations of Italian entrepreneurs, at all levels: «There is a need for a radical change in mentality - he explains - we must inspire young talent so that, when they finish their studies, it is natural for them to want to create work with their own hands, instead of aspiring to enter a large company and obtain a permanent position. This will only be possible if we work on youths from the time of school and university, training them to reason about how an idea is transformed into a company with a possible future on the market. At twenty years of age, they must try, at the very least».

**Hashtag: #wcap #startup #selezione #formazione #grant #TIM #acceleratore**

.....

“La mission è crescere  
e attrarre startup  
da tutto il mondo”

.....

“The mission is to grow  
and attract startups  
from all over the world”

.....

## Intervista con **Luigi Capello**

*CEO e Co-founder LVenture,  
Founder Luiss Enlabs*

La stazione Termini non è solo passeggeri in movimento, treni che partono e arrivano, storie in viaggio. Ai piani alti della costruzione, inaugurata alla fine del 1950, trova infatti sede LUISS ENLABS, un acceleratore di startup nato nel 2010 e guidato da Luigi Capello, che ne è anche Co-fondatore. «La nostra missione è supportare le aziende innovative in tutte le fasi della loro crescita - spiega Capello - mentre il nostro nome lo dobbiamo alla joint venture con l'Università LUISS, grazie alla quale nel 2013 abbiamo dato vita al primo esempio in questo settore di collaborazione tra università, venture capital e mondo imprenditoriale».

Il venture capital in questione è LVenture Group S.p.A., una holding di partecipazioni quotata sul mercato MTA di Borsa Italiana della quale sempre Capello è Fondatore e Amministratore Delegato. LVenture investe nell'early stage di "fast growing companies" operanti nel campo delle tecnologie digitali, purché queste portino in dote una "tecnologia emergente, dirompente e innovativa", abbiano un "team eterogeneo e completo in termini di competenze", puntino a conquistare un "settore di mercato ampio e in rapida crescita", siano "difendibili sul piano tecnologico, brevettuale e industriale" e, infine, abbiano un "modello di business sostenibile e scalabile".

Dal punto di vista degli investimenti, LVenture opera nei segmenti Micro Seed Financing e Seed Financing: nel primo caso sono previsti investimenti fino a 80.000 euro in startup early stage, mentre nel secondo i finanziamenti possono raggiungere i 250.000 euro per aziende che devono sostenere lo sviluppo di un prodotto e l'ingresso sul mercato (in genere, sono startup accelerate da LUISS ENLABS) e normalmente si aggiungono anche risorse finanziarie di terzi. A fronte dell'investimento, LVenture Group acquisisce una partecipazione di minoranza al capitale della startup.

## Interview with **Luigi Capello**

*CEO and Co-founder of LVenture,  
Founder Luiss Enlabs*

Termini station is not just passengers in motion, trains coming and going and stories on the move. On the top floors of the building, opened at the end of 1950, we in fact find the offices of LUISS ENLABS, a start-up accelerator created in 2010 and led by Luigi Capello, who is also the Co-founder. «Our mission is to support innovative companies in all stages of growth - explains Capello - while our name is taken from the joint venture with LUISS University, thanks to which we gave the first example in this sector in 2013 of collaboration between university, venture capital and the entrepreneurial world».

The venture capital in question is LVenture Group S.p.A., a holding company of shares listed on the MTA market of Borsa Italiana of which Capello is Founder and CEO. LVenture invests in the early stages of "fast growing companies" operating in the field of digital technologies, on the condition that they bring with them an "emerging, innovative and explosive technology", have a "heterogeneous, full team in terms of skills", aim to conquer a "broad, rapidly growing market sector", are "defendable on a technical, patent and industrial level" and, lastly, have "a sustainable and scalable business model".

From the point of view of investments, LVenture operates in the Micro Seed Financing and Seed Financing segments: in the former case, investments up to 80,000 Euro are foreseen in early startups, while in the latter case, funding can be as much as 250,000 Euro for companies that have to sustain the development of a product and entry into the market (generally, they are startups accelerated by LUISS ENLABS) and there is usually financial backing from third parties too. In return for the investment, LVenture Group acquires a minority shareholding in the startup capital.

Each year, a team of experts, supported by an Advisory

Ogni anno un team esperto, con il supporto di un Board of Advisor di oltre 50 membri, seleziona circa 12 startup da accelerare in due batch. I settori di interesse sono ICT, e-Commerce, Online Media, Marketing, Apps. «L'obiettivo è selezionare team, e quindi talenti, cui offrire sostegno sia economico sia in termini di competenze. Le startup escono dal programma fatturando o quantomeno avendo metriche soddisfacenti in termini di utenti», spiega Luigi Capello. Il programma dura 5 mesi, durante i quali le aziende sono seguite e monitorate quotidianamente mentre i loro staff vengono formati dal punto di vista imprenditoriale tramite mentorship. Alla fine del programma di accelerazione, ogni startup ha l'opportunità di fare il proprio pitch di fronte a un pubblico selezionato di potenziali finanziatori.

A oggi, LUISS ENLABS ha accelerato 34 startup: di queste, 4 sono state chiuse, mentre 30 sono in attività e sono nel portfolio di LVenture, che in totale ne ha 40. «Una delle nostre priorità in questo momento è rafforzare i rapporti con istituzioni e finanziatori stranieri, garantendo il respiro internazionale dei nostri progetti». Il risultato è che tra i partner dell'universo LVenture - LUISS ENLABS figurano reti globali di acceleratori come il Global Accelerator Network (GAN) e Startupbootcamp, il coworking berlinese Rainmaking Loft e presto arriverà un accordo con Londra. Di per sé, già un'ottima motivazione per spingere qualsiasi startupper a partecipare alle selezioni dell'acceleratore guidato da Luigi Capello e magari trasferirsi a Roma.

Per trovare quale contesto ad accoglierlo? Secondo il Founder di LUISS ENLABS, quello della capitale e del Lazio è un ecosistema ancora in ritardo ma comunque molto promettente, perché già piuttosto ricco: «Nella città esistono altri acceleratori e spazi dedicati all'innovazione. E poi ci sono alcune grandi corporate disposte a investire, diverse università e un tessuto imprenditoriale di famiglie e piccoli imprenditori che hanno risorse e vogliono metterle in circolo».

Board comprising more than 50 members, selects about 12 startups to be accelerated in two batches. The sectors of interest are ICT, e-Commerce, Online Media, Marketing, Apps. «The aim is to select teams, and thus talents, to offer economic and skills support to. The startups leave the programme already with a turnover or at least with satisfying measures in terms of users», Luigi Capello explained. The programme lasts 5 months, during which companies are followed and monitored daily, while their staff are trained about enterprise through mentorship. At the end of the acceleration programme, each startup has the opportunity to make its own pitch in front of an audience of selected potential financial backers.

To date, LUISS ENLABS has accelerated 34 startups: of these, 4 have been closed, while 30 are operational and are in the LVenture portfolio, which comprises 40 in total. «One of our priorities right now is strengthening relations with overseas institutions and backers, guaranteeing an international air to our projects». The result is that among the partners in the LVenture - LUISS ENLABS universe, there are global networks of accelerators such as Global Accelerator Network (GAN) and Startupbootcamp, The Berlin-based coworking Rainmaking Loft and there will soon be an agreement with London. In itself, already an excellent motivation for encouraging any startupper to take part in the accelerator selections carried out by Luigi Capello and perhaps move to Rome.

To find which context to be welcomed into? According to the Founder of LUISS ENLABS, the context of Rome and Lazio is an ecosystem that is delayed but that still shows promise, as it is already quite rich: «There are other accelerators in the city and also spaces dedicated to innovation. There are also some large corporate that are willing to invest, several universities and an entrepreneurial fabric of families and small entrepreneurs that have resources and want to circulate them».

Capello thinks that what is needed now is to «grow our



Quello che ora serve, secondo Capello, è «far crescere il nostro “hub”, che dà supporto in termini di strategia prima ancora che di fondi e risorse, di cui pure c'è bisogno. Per cominciare, abbiamo appena più che raddoppiato le dimensioni dei nostri spazi: oggi ci troviamo in una sede di circa 5.000 metri quadri e siamo il più grande acceleratore di startup in Europa. Potremo accogliere circa 70 startup ma anche corporate e altri attori del settore, diventando un punto di contatto e di incontro per l'ecosistema dell'innovazione e rendendoci sempre più visibili e attrattivi sul panorama internazionale».

A onor del vero, va detto che LUISS ENLABS è già attrattivo per chi viene da altri paesi, visto che non mancano startup straniere che sono venute fin nella capitale per conquistarsi un posto nel programma di accelerazione. Tuttavia - suggerisce Capello - si può fare meglio: «La rete di supporto si sta creando ma si deve accelerare. Una funzione importantissima di cui c'è bisogno nel Lazio è l'attrazione delle corporate internazionali. - conclude - C'è bisogno di rendere le attività di venture capital una tipologia di investimento alternativo riconosciuto e di supportare, tramite le istituzioni, la crescita della cultura del business e dell'imprenditoria».

“hub”, that provides support in terms of strategy even before funds and resources, which are also needed for for. To start, we have just more than doubled the size of our offices: we now have premises of about 5,000 square metres and we are the largest startup accelerator in Europe. We can accommodate about 70 startups but also corporate and other players in the sectors, becoming a contact and meeting point for the innovation ecosystem and making ourselves even more visible and attractive on the international market».

Actually, it must be said that LUISS ENLABS is already attractive for those from other countries, as there is no lack of foreign startups that have come to the Italian capital to win a place in the acceleration programme. However - Capello suggests - more can be done: «The support network is being established but it must be boosted. One important function that Lazio needs is the attraction of international corporate, - he concludes - there is a need to make venture capital activities a type of recognised alternative investment and to support the growth of business culture and entrepreneurship via institutions».

**Hashtag: #luissenlabs #lventure #vc #startup #selezione #formazione #grant #acceleratore**

.....

“ Fare di Roma  
il più grande hub  
dell'innovazione  
nel Mediterraneo ”

.....

“ Make Rome  
the largest hub  
of innovation  
in the Mediterranean area ”

.....

## Intervista con **Gianmarco Carnovale**

*Imprenditore, Fondatore  
Associazione Roma Startup*

Osservare la realtà, le situazioni, le persone. Mettere insieme talenti, idee e aspirazioni diverse ma complementari. Unire i puntini alla ricerca di una figura che abbia senso, che valorizzi il presente e sappia costruire il futuro. Che si tratti di creare un prodotto, un'azienda o un intero ecosistema delle startup, Gianmarco Carnovale opera sempre allo stesso modo e con la stessa passione, lasciandosi guidare dalla curiosità e dalla voglia di creare cose nuove.

Come imprenditore, oggi è impegnato sul fronte di "Scuter", startup nata con l'obiettivo di creare un veicolo a tre ruote intelligente, progettato appositamente per servizi di sharing e per essere un sistema di monitoraggio in movimento, intorno a cui sviluppare e potenziare servizi di smart city.

In qualità di Fondatore dell'associazione Roma Startup, si è invece scelto un compito anche più impegnativo: «Creare un trait d'union all'interno di un cluster di operatori che lavorino insieme, affinché l'area cittadina sia territorio fertile per startup costruite secondo il modello anglosassone». Vale a dire fortemente innovative, disrupting e veloci, alimentate da capitale di rischio.

«La speranza - o forse dovremmo dire la missione - è che Roma possa diventare il più grande hub per startup del Mediterraneo» riassume Carnovale, rivelando così una visione positiva e ambiziosa del futuro imprenditoriale per la capitale e per il Lazio. Visione che, come spiega lo stesso imprenditore, si basa su più fatti concreti: dalla crescente disponibilità dei player locali a collaborare e a fare insieme ecosistema, al fatto stesso di essere una metropoli, cioè il luogo ideale dove trovare e far incontrare esperienze diverse e di valore, capaci di contaminarsi a vicenda. Dalla presenza di tanti centri di ricerca che «da soli impiegano il doppio degli addetti nella ricerca scien-

## Interview with **Gianmarco Carnovale**

*Entrepreneur, Founder  
of Associazione Roma Startup*

Observing reality, situations and people. Grouping together talents, ideas and different but complementary aspirations. Joining the dots in the search for a figure that makes sense, that enhances the present and also knows how to build the future. Whether it is a matter of creating a product, a company or an entire startup ecosystem, Gianmarco Carnovale always works in the same way and with the same passion, being guided by his curiosity and desire to create new things.

As an entrepreneur, he is currently working on "Scuter", a startup founded with the aim of creating an intelligent three-wheel vehicle that has been specifically designed for sharing services and to be a moving monitoring system, around which smart city services can be developed and expanded.

As a Founder of the association Roma Startup, he has given himself an even more arduous task: «Creating a trait d'union within a group of operators working together so that our city can become fertile soil for startups created according to the Anglo-Saxon model». This means they are highly innovative, disrupting and rapid, powered by risk capital.

«The hope - or perhaps we should say the mission - is that Rome can become the largest hub for startups in the Mediterranean area» says Carnovale, thus revealing his positive, ambitious vision of Rome and Lazio's entrepreneurial future. A vision that, as the businessman himself says, is based on several tangible facts: the increasing willingness of local players to collaborate and create an ecosystem together; the fact that Rome is a metropolis, i.e. the ideal place to find and bring together different, valuable experiences that can "contaminate" each other; the presence of so many research centres, that «alone employ twice the number of scientific re-

tifica che in tutta l’Estonia, considerata da tutti il grande hub delle startup», all’aver sul proprio territorio le sedi delle principali grandi imprese italiane.

Per non parlare del fatto che Roma è anche la più grande città universitaria d’Europa, con 300.000 studenti universitari divisi tra 22 università pubbliche e private: un enorme serbatoio di talenti cui attingere forza lavoro giovane e formata o, meglio ancora, dal quale possono partire e partono iniziative imprenditoriali innovative. «Ci sono ancora dinamiche e meccanismi che devono essere svecchiati all’interno delle università - ricorda Carnovale - ma il potenziale non manca» e deve essere valorizzato al meglio.

Dati questi ingredienti, quello che oggi serve a Roma e al Lazio per far decollare definitivamente l’ecosistema dell’innovazione è il venture capital, italiano ma anche e soprattutto straniero. Al momento i VC italiani operano prevalentemente tra Milano e Torino, e quindi Roma deve sfruttare la propria naturale vocazione internazionale e la propria capacità di accogliere per attirare sul territorio capitali di ventura provenienti da tutto il mondo. Intanto la buona notizia è che la Pubblica Amministrazione regionale insieme con realtà come Lazio Innova e Bic Lazio «si sono dimostrate incredibilmente reattive - sostiene ancora Carnovale - e hanno fatto qualcosa di rivoluzionario come mettersi a servizio del privato con fondi pubblici spogliandosi del diritto di dire a chi dovessero andare questi soldi». Hanno cioè creato automatismi per incrementare i finanziamenti che le startup ricevono dai privati. C’è ancora margine per accorciare i tempi della burocrazia, ma questo è una caratteristica del sistema paese, non del Lazio, che si può risolvere anche diffondendo la cultura dell’innovazione.

«Roma non parla ancora abbastanza di quanto si stia facendo per creare un ecosistema dell’innovazione e dai potenziali investitori internazionali è ancora vista prevalentemente come incantevole luogo di turismo» conclu-

searchers than in the whole of Estonia, considered by everyone to be the startup hub par excellence»; having branches of the largest Italian companies in the area.

There is also the fact that Rome is the largest university city in Europe, with more than 300,000 university students shared between 22 private and public universities: a huge supply of talent that can be “dipped into” for a young, trained workforce, or even better, from where innovative entrepreneurial initiatives can and do start. «There are still dynamics and mechanisms that must be modernised in the universities - says Carnovale - but the potential is all there» and must be take advantage of as much as possible.

Given these ingredients, what Rome and Lazio really need to allow the innovation ecosystem to truly take off is venture capital, both Italian and also (in fact most of all) from abroad. At the current time, the Italian VCs mainly work in Milan and Turin, so Rome must exploit its own natural international vocation and its accommodating capacity to attract venture capital to the area from all over the world. In the meanwhile, the good news is that the regional Public Administration, together with realities such as Lazio Innova and Bic Lazio «have proven to be incredibly reactive - continues Carnovale - and have done something revolutionary by placing themselves at the private sector’s service with public funds, renouncing the right to say who this money should go to». They have created automatic mechanisms to increase the funding the startups receive from private sources. There is still room for speeding up bureaucracy, but this is a characteristic of the country system, not of Lazio’s, which can be solved by spreading an innovation culture.

«Rome is still not talking enough about what is being done to create an innovation ecosystem, and potential international investors still see it mainly as a charming tourist location» concludes Carnovale, who thus is repeating the need to organise an organic, structured sto-

de Carnovale, che per questo ribadisce la necessità di organizzare uno storytelling organico e strutturato con cui raccontare agli operatori internazionali come la capitale italiana stia diventando un hub dell'innovazione sempre più importante e appetibile.

rytelling for informing international operators about how the Italian capital is becoming an increasingly important and attractive innovation hub.

**Hashtag: #storytelling #startup #burocrazia #vc #pa #romastartup #scuter #ecosistema**

.....

“Cambiare mentalità  
e restare con i piedi  
per terra”

.....

“Changing mentality  
and keeping your feet  
on the ground”

.....

## Intervista con **Paolo Cellini**

*Professore di Marketing strategico,  
Marketing dei servizi e Internet Economics  
(LUISS Guido Carli)*

Severo ma giusto: bastano tre parole per definire il giudizio di Paolo Cellini sull'ecosistema dell'innovazione di Roma, del Lazio e, tutto sommato, dell'Italia stessa. Una realtà in fermento, che sta crescendo in fretta e della quale il professore di Marketing strategico, Marketing dei servizi e Internet Economics presso la LUISS Guido Carli, si sofferma a stigmatizzare soprattutto i problemi, senza tuttavia trascurare le opportunità.

«Le cose vanno nella direzione giusta, ci sono miglioramenti e il sistema sta diventando più serio. Serve tuttavia raccontarsi meno storie e vedere come siamo messi nella classifica mondiale», ammonisce Cellini, forte di un'esperienza internazionale nel settore. In carriera ha infatti lavorato in diversi fondi di venture capital italiani e stranieri, a oggi è partner di Innogest e LVenture e conosce da vicino i principali Hub dell'innovazione mondiale: dalla Silicon Valley a Tel Aviv, passando per Londra e Berlino. Contesti che, una volta messi a confronto con il nostro ecosistema, ne evidenziano ritardi, mancanze e margini di miglioramento.

Secondo Cellini, in parte è un problema di mentalità: «L'errore che si fa qui è credere di essere al centro del mondo, mentre siamo su un mercato globale e le sfide sono globali». Sarebbe poi meglio restare maggiormente con i piedi per terra e tenere a mente che «Roma, l'anno scorso, ha avuto investimenti sulle startup per 10-15 milioni di euro mentre, nello stesso periodo, a New York sono stati fatti investimenti per 2 miliardi di dollari, a Londra per 2,2, e a Tel Aviv per oltre un miliardo».

C'è insomma un ampio gap tra noi e il resto del mondo più "virtuoso" in termini di finanziamenti disponibili, che può e deve essere colmato. Le ragioni, sempre secondo il professor Cellini, sono diverse: intanto, l'ecosistema

## Interview with **Paolo Cellini**

*Professor of Strategic Marketing,  
Marketing of Services and Internet Economics  
(LUISS Guido Carli)*

Strict but fair: these three words are enough to describe Paolo Cellini's opinion on Rome and Lazio's innovation ecosystem and, also that of Italy itself. A fervent reality that is rapidly expanding, and about which the professor of strategic marketing, marketing of services and Internet Economics at LUISS Guido Carli university, takes the time to point out the problems most of all, without ignoring the opportunities.

«Things are going in the right direction, there are improvements and the system is becoming more serious. However, we need to spend less time telling stories and see how we are doing in the world ranking», warns Cellini, who has several years' international experience in the sector. During his career, he has in fact worked in several Italian and international venture capital funds. Currently he is a partner in Innogest and LVenture and has close-up knowledge of the main innovation hubs worldwide: from Silicon Valley to Tel Aviv, passing through London and Berlin. Contexts that, when compared to our ecosystem, highlight delays, shortcoming and margins for improvement.

According to Cellini, part of the problem is mentality: «The error that we make here is believing that we are the centre of the world, whereas we are in a global market and the challenges are global». We need to keep our feet firmer on the ground and bear in mind the fact that «last year, Rome received 10-15 million euro for investments in startups while in the same period, 2 billion dollar were invested in New York and 2.2 billion dollar were invested in London. More than one billion was invested in startups in Tel Aviv».

There is therefore a wide gap between us and the rest of the more "virtuous" world in terms of available funding,

delle startup romano e laziale è di piccole dimensioni perché ancora relativamente giovane. Poi non mancano solo i fondi di investimento, ma sono ancora troppo poche le grandi aziende disposte a investire nelle startup o a comprarle.

C'è inoltre il problema, squisitamente italiano, della burocrazia: «Se la Regione Lazio fa grandissimi sforzi per sostenere l'ecosistema dell'innovazione e poi però ci vogliono 8 mesi per dare un finanziamento, allora si arriva tardi e le startup muoiono», commenta Cellini, secondo cui bisognerebbe insomma ridurre l'approccio "iperlegale" tipico del Belpaese. «Gli americani comprano startup tutti i giorni inviando una mail, mentre qui da noi ancora servono bilanci di 3 anni per poter entrare nell'elenco dei fornitori di una grande azienda italiana - continua - per non parlare della Pubblica Amministrazione, che a una startup richiede il certificato antimafia, documento che la prefettura impiega 10 mesi per rilasciare».

Di buono c'è che il sistema ormai è partito, è in movimento. L'idea stessa della startup e dell'imprenditoria innovativa, che «10 anni fa era considerata pura follia qui da noi», oggi è stata completamente sdoganata. Di cosa abbiamo bisogno, dunque, per crescere bene e sempre più rapidamente? Semplice: di investimenti. Sul sito di EVCA, la European Venture Capital Association, l'Italia non appare come nazione a se stante ma come "Rest of Europe", fa notare Cellini. Sempre dallo stesso sito si evince che la Spagna fa 4 volte gli investimenti in venture capital rispetto a noi. La Turchia investe il doppio, la Francia 10 volte tanto, la Germania 15 e la Gran Bretagna tra le 20 e le 30 volte di più. «Questo non significa che a Milano non ci siano VC o che a Roma non ci siano eccellenze come Pi Campus e LVenture - conclude Cellini - ma di certo che da sole non bastano».

a gap that can and must be filled. According to Professor Cellini, there are several reasons for this: in the meanwhile, the Rome and Lazio startup ecosystem is a small one, as it is still relatively young. Not only investment funds are lacking, but there are still too few large companies willing to invest in startups or buy them.

There is also, the exquisitely Italian problem of "red tape": «If the Lazio region makes a huge effort to support the innovation ecosystem, but then it takes 8 months to be granted funding, delays occur and the startups die», says Cellini, who thinks it is necessary to reduce the "hyperlegal" approach so typical of our country. «The Americans buy startups everyday by sending an email, while in Italy we need 3 years of balance sheets to be able to enter the list of suppliers for a large Italian company - he continues - and let's not talk about the Public Administration, which requires the Antimafia certificate from a startup, a document that the Prefecture takes 10 months to issue».

On the positive side, the system is now up and running, it is on the move. The very idea of startups and innovative entrepreneurship that «10 years ago was thought to be pure craziness in Italy» has now been completely accepted. So what do we need to grow well and faster? Simple: investments. On the EVCA - European Venture Capital Association - website, Italy does not even appear as an individual nation, but as the "Rest of Europe", as Cellini points out. The same website shows that Spain has 4 times the investments in venture capital compared to Italy. Turkey invests twice as much, France 10 times as much, Germany 15 times as much, and Great Britain between 20 and 30 times as much. «This doesn't mean that there aren't any VCs in Milan and that excellences such as Pi Campus and LVenture do not exist in Rome - ends Cellini - but they are not enough».



.....

“Crediamo nelle startup  
che nascono  
da brevetti forti”

.....

“We believe in the startups  
that are created  
from strong patents”

.....

## Intervista con **Aleardo Furlani**

*Fondatore e CEO Innova*

La storia di Aleardo Furlani è quella di un giovane laureato in Economia all'Università di Napoli, che consegue un Master in Business Administration presso l'Istituto de Estudios Superiores de la Empresa di Barcellona e che poi si trasferisce a Roma, dove lavora per alcuni anni nella cooperazione internazionale quindi in una multinazionale della consulenza manageriale, la MAC Group. Poi collabora con la Commissione Europea sui Programmi di Ricerca - si occupa della valutazione del potenziale di mercato dei progetti - e fonda la propria azienda assieme a un gruppo di giovani ingegneri.

A prima vista, sembrerebbe la storia di un altro giovane startupper, un'esperienza che richiama molti dei racconti che la narrativa dell'innovazione rintraccia e documenta di questi tempi. Potrebbe esserlo, se non fosse per il fatto che Furlani fonda Innova nel 1993, vale a dire quasi 25 anni fa, dimostrando una notevole capacità di guardare avanti.

Innova nasce per «mettere insieme le leve del marketing e dell'innovazione», leve che per Furlani si concretizzano in diverse attività: la ricerca applicata, la consulenza alle aziende per il marketing, il project financing dell'innovazione, la tutela della proprietà intellettuale sotto forma di brevetti, e poi ancora la creazione (nel 2003) di un fondo di seed. Oggi in Innova operano a vario titolo più di 100 persone, circa la metà delle quali sono impegnate in 18 startup sostenute dal fondo di seed, e ospitate dall'incubatore certificato. L'azienda ha base a Roma (ha costruito un edificio presso il Tecnopolo Tiburtino nel 2006) ma ha anche uffici all'estero dove impiega il 15% del proprio personale e grazie ai quali presidia 5 Paesi oltre l'Italia: Belgio, Polonia, Spagna, Gran Bretagna e Stati Uniti.

## Interview with **Aleardo Furlani**

*Founder and CEO Innova*

Aleardo Furlani's story is one of a young graduate in Economics from the University of Naples, who obtained a Masters in Business Administration at the Instituto de Estudios Superiores de la Empresa in Barcelona and then moved to Rome, where he worked for a few years in international cooperation and then in a managerial consultancy multinational, MAC Group. He then worked with the European Commission on Research programmes - dealing with the assessment of project market potential - and founded his own company together with a group of young engineers.

At first sight, it may well seem the story of just another young startupper, an experience that is reminiscent of many of the tales that innovation stories tell and demonstrate in this age. It may well have been so, except for the fact that Furlani founded Innova in 1993, almost 25 years ago, proving a considerable ability to look ahead.

Innova was founded to «bring together marketing and innovation levers», levers that for Furlani include several activities: applied research, marketing consultancy for companies, innovation project financing, protection of intellectual property in the form of patents, and also the creation of a seed fund (in 2003). More than 100 people work at Innova today, in various roles. Half of these are working in 18 startups supported by the seed fund, and are hosted by the certified incubator. The company is based in Rome (it had a building constructed in the Tecnopolo Tiburtino district in 2006) but also has offices abroad where it employs 15% of its staff, and thanks to which it has a presence in 5 other countries as well as Italy: Belgium, Poland, Spain, Great Britain and the United States.

«Come incubatore, accompagniamo le aziende fornendo assistenza progettuale, finanziaria, di marketing e gestione d'impresa, - spiega Furlani - ma il nostro focus principale è e resta facilitare l'accesso delle startup al mercato globale, aiutarle a trovare partner e clienti che consentano loro di crescere oltre i confini del nostro paese». Un compito non semplice, specie se si considera che Innova "ha un debole" per le aziende che producono hardware e soluzioni tecnologiche solide, perché «noi crediamo nelle startup che nascono da brevetti forti», che creano prodotti tangibili e i casi di successo in forza a Innova sono soprattutto di questo tipo.

«Oggi c'è la moda del digitale e, se si vuole provare a entrare nel mercato in questo settore, le barriere di accesso sono molto basse - chiarisce Furlani - per contro, la vita di molte startup del software si rivela essere breve a causa di una fortissima selezione». Secondo il CEO di Innova sarebbe invece necessario investire anche sui punti di forza dell'ecosistema laziale, dove sono presenti competenze tecnologiche in campi come la meccanica, lo studio dei materiali, l'impiantistica, la microelettronica e che hanno forti punti di riferimento nel sistema di ricerca pubblico e privato e nell'Università. «Sono competenze tipiche di Roma e del Lazio - aggiunge - ma troppo spesso vengono sottovalutate». Un vero peccato, specie considerando che chi fa impresa in questo settore non ha neanche bisogno di partire sempre da un'invenzione rivoluzionaria, perché «innovare significa tanto puntare sull'innovazione dei processi, dei materiali e delle loro applicazioni, quanto fare un uso nuovo di tecnologie esistenti».

Per questo Innova è un incubatore sui generis, dove non ci sono solo scrivanie, computer e server, ma anche e soprattutto laboratori in cui fare ricerca e sviluppo, dove

«As an incubator, we accompany companies by providing project, financial, marketing and company management assistance, - Furlani explains - but our main focus is and remains to help startups access the global market, help them find partners and clients that allow them to grow, beyond the borders of our country». Not a simple task, especially if one considers the fact that Innova "has a weakness" for companies that produce hardware and solid technological solutions, as «we believe in startups that are born from strong patents», that create tangible products and successful cases are mainly of this type at Innova.

«Today, digital is fashionable, and if one wishes to try and enter the market in this sector, the access barriers are very low - explains Furlani - on the down side, the life of many software startups has been short due to such a strong selection». According to the Innova CEO, it is necessary to also invest on the Lazio ecosystem strengths, where there are technological skills in fields such as mechanics, the study of materials, system realisation, microelectronics and that have strong reference points in the public and private research system and in university. «These are typical skills in Rome and Lazio - he adds - but they are too often underestimated». A real shame, especially considering the fact that who creates an enterprise in this sector does not always need to start with a revolutionary invention, as «innovating means focusing on the innovation of processes, materials and their applications as much as using existing technologies in a new way».

This is why Innova is a sui generis incubator, where there aren't just desks, computers and servers, but also and above all laboratories where research and development can be carried out, where prototypes can

creare prototipi da toccare con mano. E che possano trasformarsi in brevetti perché, sottolinea più volte Alearo Furlani durante l'intervista, proprio quest'ultimi sono la base su cui edificare un ecosistema forte. I brevetti sono lo strumento con cui valorizzare talento e competenze. «La proprietà intellettuale è un tema fondamentale per la crescita del sistema paese - conclude infatti Furlani - occorre quindi puntare alla sua protezione e alla difesa come leva competitiva».

be created and touched with your hands. That can be transformed into patents, because - as Alearo Furlani points out several times in the interview - the latter are the basis on which to build a strong ecosystem. Patents are the tool with which to lend value to talent and skills. «Intellectual property is an essential topic for the growth of the national system - concludes Furlani - it is therefore necessary to focus on its protection and defence as the competitive lever».

**Hashtag: #innova #brevetti #hardware #mercatoglobale #TecnopoloTiburtino**

.....

“Gala Smile, l’ecosistema  
per sostenere  
insieme l’innovazione”

.....

“Gala Smile, the ecosystem  
for supporting  
innovation together.”

.....

## Intervista con **Roberto Guida**

*Amministratore Delegato GALA Lab*

Innovare in azienda costa, e costa parecchio. Una divisione Ricerca e Sviluppo può fare miracoli, ma presenta 3 principali controindicazioni: richiede risorse umane altamente qualificate e finanziamenti ingenti; è più o meno isolata dal resto del mondo, perché lavora necessariamente in un contesto chiuso e protetto; può sbagliare, nel senso che un prodotto buono sulla carta o come prototipo, può tranquillamente essere respinto dal mercato, generando perdite che spesso sono difficili da ammortizzare.

«Se sei una media impresa, è qualcosa che non ti puoi permettere», spiega Roberto Guida, professore di Economia dell'Innovazione e Amministratore Delegato di GALA Lab, che però ha in serbo una soluzione al problema: «Serve creare un originale e complesso ecosistema innovativo, orientato alla generazione, allo sviluppo e alla sperimentazione di idee imprenditoriali, di tecnologie e modelli gestionali integrati per le Smart Cities e Factories. Noi lo stiamo già creando con il programma SMILE».

SMILE è acronimo per Smart Ideas for Life Enhancement, ed è un'iniziativa promossa dal Gruppo GALA in collaborazione con Lazio Innova, Società per il Polo Tecnologico Industriale Romano e altri investitori tra cui la Famiglia Marzotto. Al centro del programma concepito da Guida c'è il GALA Lab, un corporate venture accelerator che «si pone come "hub" del GALA SMARTNET, un qualificato network di istituzioni, università, centri di ricerca e imprese che opera secondo l'approccio tipico della Open Innovation». La mission è sostenere e sviluppare progetti d'impresa ad alto contenuto tecnologico negli ambiti Smart Cities & Factories, Clean-Tech, Green Energy e Industria 4.0.

## Interview with **Roberto Guida**

*CEO of GALA Lab*

Innovation in the company costs, a lot. A Research and Development division can create miracles, but has 3 main counter-indications: it requires highly qualified human resources and considerable funding; it is more or less isolated from the rest of the world, as it has to work in a closed, protected context; it can make mistakes, in the sense that a good product on paper or as a prototype can easily be rejected by the market, generating losses that are often difficult to amortize.

«If you are a medium-sized enterprise, it is something that you cannot afford», explains Roberto Guida, professor of Innovation Economics and CEO of GALA Lab, who, however, also has a solution to the problem in mind: «It is necessary to create an original, complex innovative ecosystem, aimed at creating, developing and experimenting entrepreneurial, technological and integrated management model ideas for Smart Cities and Factories. We are all creating it with the SMILE programme».

SMILE is an acronym for Smart Ideas for Life Enhancement, and is an initiative promoted by the GALA Group in collaboration with Lazio Innova, Società per il Polo Tecnologico Industriale Romano and other Investors, among which the Marzotto family. At the centre of the programme conceived by Guida, there is GALA Lab, a corporate venture accelerator that «proposes itself to be the "hub" of GALA SMARTNET, a qualified network of institutions, universities, research centres and companies that operate through the typical approach of Open Innovation». The mission is to support and develop enterprise projects with a high technological content in the areas of Smart Cities & Factories, Clean-Tech, Green Energy and Industry 4.0.

Il ragionamento fatto da Guida fila semplice e chiaro: «Se si esternalizza il costo della ricerca creando network collaborativi - spiega - si esternalizza anche il costo del fallimento, che così diventa accettabile. Cosa ancora più importante - continua - in questo modo la ricerca diventa più efficiente, perché proprio in quanto aperta e condivisa, intercetta traiettorie tecnologiche di sviluppo dalle quali altrimenti resterebbe esclusa».

I soggetti membri del GALA SMARTNET concorrono nel promuovere i progetti imprenditoriali innovativi, nel selezionarli e nel testarli. La singola impresa parte del network può decidere se supportare un progetto dall'esterno (che quindi si sviluppa come startup), oppure se internalizzarlo dal principio, co-creando il prodotto o il servizio.

Altro aspetto interessante è che il focus del progetto SMILE non è solo individuare e sostenere idee innovative, ma anche sperimentare utilizzi nuovi di tecnologie mature al fine di rinnovare vecchi processi e modelli: «È quello che succede con l'IoT, l'Internet of Things, altro settore di grande interesse per noi - spiega il professor Guida - dove la combinazione di sensori, attuatori, processori e software avanzati consente di informatizzare processi che prima digitali non erano, di fatto permettendo di automatizzare e rivoluzionare i settori più diversi».

Il GALA Lab ha sede a Roma. Quando parliamo di contesto, Roberto Guida sottolinea come il Lazio abbia innanzitutto un problema di comunicazione: «Roma viene vissuta nell'immaginario collettivo come una città orientata soprattutto alla politica e alla rendita - spiega - ma è un problema di reputazione, visto che qui da noi abbiamo tante realtà che fanno innovazione e investono. Purtroppo comunicano poco». Detto questo, il professore regi-

Guida's reasoning is simple and clear: «If the costs of research is outsourced by creating collaborative networks - explains - the cost of failure is also outsourced, which thus becomes acceptable. Something even more important - he continues - is that in this way, research becomes more efficient, as because it is open and shared, it intercepts technological trajectories of development from which one would otherwise be excluded».

The subjects that are members of GALA SMARTNET contributed to promoting innovative entrepreneurial projects, to selecting them and testing them. Each company that is part of the network can decide whether to support a project from the outside (therefore develop it as a startup) or whether to internalise it from the start, co-creating the product or the service.

Another interesting aspect is that the focus of the SMILE project is not just to identify and support innovative ideas, but also to experiment new uses of mature technologies in order to renew old processes and models: «That is what happens with the IoT, the Internet of Things, another sector of great interest for us - Professor Guida explains - where the combination of sensors, actuators, processors and advanced software allows us to digitize processes that were not digital before, thus allowing the most diverse sectors to be automated and revolutionised».

GALA Lab is based in Rome. When we talk about context, Roberto Guida emphasises how Lazio has above all a communication problem: «In the public imagination, Rome is seen as a city that is mainly focused on politics and revenue - he explains - but it is a problem of reputation, as here there are many realities that create innovation and invest. Unfortunately, they do not communicate

stra quella che a suo avviso è una mancanza di indirizzo strategico. Così come di obiettivi intermedi e di lungo periodo, «di cui invece c'è grande bisogno», per attirare non solo investitori, ma anche startup straniere che scelgano Roma e il Lazio come luogo in cui crescere.

Per risolvere il problema, il professore propone una serie di azioni puntuali, una sorta di piano strutturato per il rilancio dell'ecosistema dell'innovazione laziale che parte con la ricognizione approfondita dell'esistente, procede con l'individuazione degli obiettivi intermedi per colmare il gap, possibilmente identificando un modello che faccia da benchmark (Guida propone Tel Aviv), continua con la verifica delle risorse pubbliche e private e, infine, culmina con un piano che per essere attuato richiede la collaborazione di tutti, oltre che una precisa volontà politica.

«Il modello c'è ed è Tel Aviv», precisa Roberto Guida, che parlando del contesto Roma e Lazio rileva anche una forte "positività" derivante dal fermento di idee e talenti, dalla sensibilizzazione delle autorità pubbliche e delle università, dall'interesse dei privati. «C'è la volontà condivisa e diffusa di raggiungere obiettivi che però vanno declinati in maniera strutturata» conclude, con l'auspicio che questo accada il prima possibile.

much». Having said this, the professor states what in his opinion is a lack of strategic direction. And also of mid and long term objectives, «which there is a great need of», not only to attract investors, but also foreign startups that will choose Rome and Lazio as the place to grow in.

To solve the problem, the professor offers a number of precise actions, a kind of structured plan to relaunch the Lazio innovation ecosystem that starts with the thorough recognition of what already exists, proceeds with identification of midterm goals to fill the gap, possibly identifying a model that is a benchmark (Guida suggests Tel Aviv), continues by verifying public and private resources and finally culminates with a plan that requires everyone's collaboration to be implemented, in addition to a precise political desire.

«The model exists and it is Tel-Aviv», says Roberto Guida, who also shows a high degree of positivity when speaking about the context of Rome and Lazio, which comes from the ferment of ideas and talent, from the increase in awareness among public authorities and universities, from the interest of private subjects. «There is a shared, widespread desire to achieve goals that must be organised in a structured manner» he concludes, with the hope that this happens as soon as possible.



.....

“Food Tech, il futuro  
del cibo passa  
anche per Roma”

.....

“Food Tech,  
the future of food  
lies in Rome too”

.....

## Intervista con **Peter Kruger**

*CEO eZecute e Co-fondatore  
Startupbootcamp Foodtech*

Una tavola imbandita che vale miliardi di euro. Potremmo definire così il settore del Food Tech, della tecnologia applicata alla produzione, trasformazione, distribuzione e persino al consumo stesso del cibo, che tanto interesse sta destando tra i venture capitalist e gli startupper di tutto il mondo.

«È un settore caldo per chi vuole investire, perché anche qui stanno prendendo forma innovazioni realmente disruptive», spiega Peter Kruger, CEO di eZecute e Fondatore a Roma, insieme con Paolo Cuccia, dell'acceleratore Startupbootcamp Foodtech. «Nel Food come in ogni altro settore industriale - continua Kruger - sono oggi disponibili tecnologie abilitanti a basso costo. Grazie ad esse, team con la giusta competenza e motivazione hanno la possibilità di sviluppare servizi innovativi e irrealizzabili solo pochi anni fa». Un contesto fertile per quella trasformazione digitale che abbiamo già visto in altre industrie e che ora si appresta a cambiare anche il nostro modo di mangiare.

Peter Kruger, 47 anni, laureato in fisica, nasce a Milano da padre sudafricano e madre polacca, ma vive a Roma da quando aveva 3 anni. Cosmopolita per cultura e formazione, si innamora della rete quando questa in Italia era ancora agli albori, e non si tratta di un'infatuazione temporanea: negli anni matura esperienza nel campo come imprenditore, manager e consulente per arrivare, oggi, a cimentarsi con il lancio del primo acceleratore di startup indipendente interamente dedicato al FoodTech.

Una scommessa non da poco, figlia di ponderata riflessione: «Abbiamo identificato quali settori si distinguevano meglio per potenziale di innovazione - spiega - e l'elenco includeva eCommerce, Fintech, Leisure Tech, Big Data, Smartcities, solo per nominarne alcuni. Restrin-

## Interview with **Peter Kruger**

*CEO of eZecute and Co-founder  
of Startupbootcamp Foodtech*

A lavishly decked table, that is worth billions of Euros. We could thus define the Food Tech sector, the area of technology applied to the production, processing, distribution and even the actual consumption of food, which is arousing so much interest among venture capitalists and startupper worldwide.

«It is a fervent sector for those who want to invest, because truly disruptive innovations are forming here too», explains Peter Kruger, CEO of eZecute and Founder in Rome, together with Paolo Cuccia, of the accelerator Startupbootcamp Foodtech. «In Food as in any other industrial sector - continues Kruger - There are low-cost enabling technologies. Thanks to these, teams with the right competence and motivation have the possibility of developing innovative services that couldn't have been realised until a few years ago». A fertile context for digital transformation that has already been seen in other industries and that now is about to change our way of eating.

Peter Kruger, 47 years old, a Physics graduate, was born in Milan, with a South African father and Polish mother. He has lived in Rome since he was 3. He is cosmopolitan by culture and training and fell in love with internet when it was still at the outset in Italy, and it proved not just to be a temporary infatuation: over the years, he gained experience in the field as an entrepreneur, a manager and a consultant, then going on to test himself by launching the first independent startup accelerator entirely dedicated to FoodTech.

A considerable gamble, which was the result of careful consideration: «We have identified the sectors that distinguish themselves best by innovation potential - he explains - and the list included eCommerce, Fintech,

gendo il focus alle industrie che sono tradizionalmente forti in Italia, dove vantiamo già una forte competenza, ci siamo ritrovati sul tavolo Fashion, Design, Turismo, e Food». Proprio quest'ultimo è il settore investito più di recente dalla trasformazione digitale, e dove quindi ci sono grandi margini di crescita. Ma non solo: «Il Food è uno dei settori in cui il brand italiano è global leader», chiarisce Kruger, quindi decidere di “verticalizzare” un acceleratore di startup su di esso è stata quasi una scelta naturale.

Del resto, proprio il lavorare focalizzando tutti gli sforzi su un singolo settore industriale è uno degli ingredienti del successo di Startupbootcamp (SBC), network globale di acceleratori nato in Danimarca nel 2010, che ha accelerato finora 355 startup e che oggi è presente sul campo con 15 sedi in città come Amsterdam, Berlino, Copenhagen, Eindhoven, Istanbul, Londra, Barcellona, Singapore e ora, appunto, anche Roma. «SBC nasce a Copenhagen con lo scopo di importare in Europa meccanismi e buone pratiche proprie della Silicon Valley - racconta Peter Kruger - ma presto i suoi Fondatori comprendono che quell'esperienza non poteva essere replicata pedissequamente qui da noi». Meglio invece puntare sulle eccellenze verticali, diverse a seconda del territorio e del background culturale che vi insiste sopra, assecondando così la crescente domanda qualificata di innovazione, quella sì comune a tutti i paesi.

Kruger crede nella filosofia di SBC e si rivolge a loro per creare in Italia, a Roma, una realtà dove incubare i talenti imprenditoriali che contribuiranno a cambiare ogni aspetto del nostro modo di nutrirci. Il risultato è sotto gli occhi di tutti: presentato a maggio, Startupbootcamp FoodTech ha tra i suoi partner LVenture Group, Gambero Rosso, Monini, Cisco e M3 Investimenti e ha chiuso la

Leisure Tech, Big Data, Smartcities, to name but a few. By narrowing the focus to industries that are traditionally strong in Italy, where we can boast high levels of skills, we found ourselves with Fashion, Design, Tourism and Food on the table». It is the latter that is the sector most recently hit by digital transformation, and where therefore there are large margins for growth. And not just that: «Food is one of the sectors in which the Italian brand is the global leader», states Kruger, therefore deciding to “verticalise” a startup accelerator on it was almost a natural choice.

Also, the very fact of focusing all efforts into a single industrial sector is one of the ingredients for the success of Startupbootcamp (SBC), a global network of accelerators founded in Denmark in 2010, that has so far accelerated 355 startups and that is now present, with 15 branches, in cities such as Amsterdam, Berlin, Copenhagen, Eindhoven, Istanbul, London, Barcelona, Singapore and now also Rome. «SBC was founded in Copenhagen with the aim of importing mechanisms and good practices native of Silicon Valley into Europe - Peter Kruger tells us - but the Founders soon realised that that experience could not be repeated blindly in Europe». It was a better idea to focus on vertical excellences, that differ depending on territory and cultural background that already exist there, thus supporting the growing qualified demand for innovation, which is indeed common to all countries.

Kruger believes in the SBC philosophy and contacted them to create a reality in Rome where entrepreneurial talent could be incubated, that will contribute to changing every aspect of our way of eating. The result is there for everyone to see: Startupbootcamp FoodTech was presented in May and counts LVenture Group, Gambero Rosso, Monini, Cisco and M3 Investments among its

prima call for application con 452 candidature (un record per il network di acceleratori), delle quali solo il 28% proveniente dall'Italia.

La selezione, spietata, ha ridotto il numero di aziende "papabili" a 21. Queste sono state invitate a Roma per incontrarsi con gli organizzatori e circa un centinaio di mentor durante i "selection days": «Sono venuti tutti a loro spese, alcuni anche dalla Colombia e persino dall'Indonesia», sottolinea Kruger. Poi spiega: «Alla fine abbiamo selezionato 10 team, di cui solo 3 italiani. Per loro ci sono 10 settimane di confronto con i nostri mentor. Non siamo qui per fare corsi, ma si lavora insieme per aiutare le startup a validare il proprio modello, a consolidarlo fino al punto di generare interesse per clienti, partner, investitori».

Tutto questo succede a Roma, in Italia. Parlando della città, Peter Kruger evidenzia un notevole paradosso: «Le molte università presenti sul territorio sfornano grandi quantità di laureati che poi la città non è in grado di assorbire nel mondo del lavoro. Questa condizione di fatto "spinge" più giovani che altrove a fondare startup e a "giocarsela", a voler creare lavoro laddove non ce n'è. Non è un caso se Roma è la quinta città al mondo per numero di application arrivate a tutto il network di Startupbootcamp».

Insomma, non tutto il male viene per nuocere. L'importante è "stare sul pezzo" e non perdere il treno del Food Tech, un convoglio dove deve salire in tempo non solo Roma, ma tutta l'Italia: «È una grande opportunità che dobbiamo cogliere - conclude Peter Kruger - avendo l'umiltà di guardare cosa già si fa di buono dentro l'Italia, per esempio in Sardegna, e fuori, in città come Lisbona. Ci vuole visione, le istituzioni devono dare segnali forti, e dobbiamo essere capaci di andare oltre le dinamiche dei piccoli interessi particolari».

partners. It closed its first call for application with 452 candidates (a record for the accelerator network), only 28% of which from Italy.

The ruthless selection reduced the number of "possible" companies to 21. These were then invited to Rome to meet with the organisers and about one hundred mentors during the "selection days". «They all came, paying their own expenses, some even from as far away as Colombia and Indonesia», underlines Kruger. He then explains: «At the end, we chose 10 teams, only 3 of which were Italian. For them there are 10 weeks of match up with our mentors. We are not here to run courses, but to work together to help startups to validate their own model, to consolidate it to the point of generating interest for clients, partners and investors».

All this is happening in Rome, in Italy. When speaking about the city, Peter Kruger highlights a considerable paradox: «The large amount of universities in the city produce numbers of graduates that the city cannot absorb in the world of employment. This actual condition "drives" more young graduate here than anywhere else to found startups and "take a chance", wanting to create work where work just does not exist. It is no coincidence if Rome is the fifth city in the world by number of applications that arrived at the entire Startupbootcamp network».

All in all, every cloud has a silver lining. The important thing is to be on the alert and not miss the Food Tech train, a train that not just Rome, but the entire nation has to catch in time: «It is a huge opportunity that we have to make the most of - concludes Peter Kruger - with the deference to look at what we already do well in Italy, for example in Sardinia, and outside, in cities such as Lisbon. It takes vision, the institutions must send out strong signals, and we must be able to go beyond the dynamics of small particular interests».

.....

“ La vera scommessa  
è reinventare  
l'industria del cibo ”

.....

“ The real gamble  
is reinventing  
the food industry ”

.....

## Intervista con **Nicola Mattina**

*Imprenditore e business angel*

La buona notizia è che «l'argomento startup è stato finalmente sdoganato, specie tra i più giovani, e con esso l'idea stessa di fare impresa innovativa invece che cercare lavoro da dipendente». C'è tuttavia anche una cattiva notizia, ed è che «l'ecosistema dell'innovazione italiano è ancora caratterizzato da una scarsa maturità ed è troppo poco connesso con il resto del mondo». A parlare è Nicola Mattina, imprenditore romano con una lunga storia professionale alle spalle, che analizza con severità un contesto in cui si muove ormai da anni, mettendone in risalto pregi e difetti.

Impegnato su più fronti, oggi Nicola Mattina è partner a Roma dell'incubatore milanese Digital Magics, da poco sbarcato nella città eterna. Inoltre, è Co-founder della sede capitolina del network europeo di co-working Talent Garden. Infine, è anche uno startupper, in quanto Co-fondatore di Stamplay, piattaforma che semplifica lo sviluppo di software e applicazioni web.

«Gli ecosistemi che funzionano sono quelli connessi a livello internazionale», dichiara senza troppi giri di parole. Quelli dove gli attori si confrontano regolarmente con il resto del mondo «senza rimanere arroccati», e dove si lavora per creare startup che fin da subito si aprano al mercato globale, invece di rimanere chiuse entro i confini nazionali. Proprio come avviene in Israele, che secondo Mattina è un modello funzionante non solo per i notevoli investimenti di cui dispone, ma anche e soprattutto perché «è l'ecosistema più connesso con la Silicon Valley fuori dalla Silicon Valley, come prova anche il fatto che le grandi aziende hi-tech hanno aperto lì i loro centri di ricerca, invece che per esempio qui da noi».

Se invece si coltiva un ecosistema troppo autoreferenziale - continua Nicola Mattina - la prima conseguenza è

## Interview with **Nicola Mattina**

*Entrepreneur and business angel*

The good news is that the «topic of startups has finally been legitimised, especially among young people, and with that, the very idea of creating an innovative enterprise instead of looking for work as an employee». There is some bad news too, however, and it is that «the Italian innovation ecosystem is still characterised by a low level of maturity, and is not connected enough with the rest of the world». The person speaking is Nicola Mattina, a Roman entrepreneur with a long professional history behind him, who is severe in his analysis of the context in which he has worked for years, and of which he highlights both the virtues and vices.

Working on many fronts, Nicola Mattina is today a partner in Rome of the Milan-based incubator Digital Magics, which has just opened its doors in the Eternal City too. He is also Co-founder of the capital city's branch of the European co-working network Talent Garden. Lastly, it is also a startupper, as it is the Co-founder of Stamplay, a platform that simplifies the development of software and web applications.

«The ecosystems that work are the ones connected on an international scale», he says, without mincing his words. The ones where the players regularly talk with the rest of the world «without isolating themselves», and where all work to create startups that can open up to the global market immediately, instead of remaining closed within their own national borders. Just like in Israel, that Mattina considers to be a working model, not just due to its considerable investments, but also and especially because «it is the ecosystem most connected with Silicon Valley outside Silicon Valley, as the very fact that the large hi-tech companies have opened research centres there, rather than here in Rome, for example, has proven».

«che alcuni imprenditori scappano e vanno all'estero per non tornare più, quando invece dovrebbero partire alla ricerca di investimenti creando un'azienda che comunque resti almeno in parte italiana», una specie di micro multinazionale con cuore e produzione in Italia e cervello ad esempio in Silicon Valley.

Una visione disincantata, quella di Nicola Mattina, che oltre ai difetti sa però riconoscere anche i pregi dell'ecosistema italiano e laziale e che, quindi, identifica alcuni validi motivi per restare dentro i confini del Belpaese: la prima, ottima ragione per rimanere o addirittura per venire a lavorare in Italia è che «il nostro paese è il posto ideale dove reinventare l'industria del cibo». Che gli italiani abbiano una passione e una tradizione fuori dal comune per questo settore è in effetti cosa universalmente nota. Ma c'è anche molto altro: «Dobbiamo smettere di occuparci di cibo solo quando il tema è la tutela delle eccellenze - suggerisce l'imprenditore - e dobbiamo dedicarci alla vera sfida del futuro, cioè come sfamare una popolazione globale in continua crescita. Credo che questo sia un tema su cui abbiamo sicuramente qualcosa da dire».

E forse anche quella marcia in più che può piacere agli investitori internazionali, sempre più a caccia di startup innovative nel settore del Food: «La cosa può funzionare purché sia chiaro l'obiettivo», conclude Nicola Mattina, che riassume così il proprio focus imprenditoriale per i prossimi 5 anni: «Dobbiamo capire come faremo nel prossimo futuro a far mangiare 8 miliardi di persone in modo sostenibile, riuscendo comunque a dare loro cibo che sia ancora degno di questo nome». Una posta in gioco altissima, e una grande opportunità di crescita per tutti.

If instead we encouraged an ecosystem to be too much self-referential - he goes on - the first consequence is «that some entrepreneurs will run away and go abroad, never coming back, when they should go off in search of investments, creating a company that stays at least partly in Italy», a kind of micro-multinational with its heart and production in Italy and its brain, for example, in Silicon Valley.

Nicola Mattina's is a disenchanted vision, one which sees the faults but also the virtues of the Italian and Lazio ecosystem, and also therefore identifies some strong reasons for staying in Italy. The first, excellent reason for remaining or even coming to work in Italy is that «our country is the ideal place for reinventing the food industry». Italians are extraordinarily passionate and traditional about this sector, and it is what is noticed worldwide. There is much more too: «We have to stop dealing with food only when the matter is safeguarding excellences - the entrepreneur suggests - and must dedicate ourselves to the real challenge of the future, i.e. feeding a continuously increasing global population. I believe this is a topic about which we most definitely have a lot to say».

It is perhaps that extra edge that we have that international investors will like, who are increasingly looking for innovative startups in the Food sector: «It can work, as the goal is clear», says Nicola Mattina, who thus summarises his own entrepreneurial focus for the next 5 years: «We must understand how we will manage to feed 8 billion in the near future in a sustainable way, managing to give them food that is still worthy of that very name». A high wager, with great opportunities for growth for everyone.

Poi c'è anche un'altra ragione per scegliere il Lazio come sede delle proprie attività: «La qualità della vita, che qui da noi è molto più alta che altrove a fronte di costi tutto sommato contenuti», fa notare Mattina. «E poi non mancano le cose da fare nel tempo libero», aggiunge, ricordando come anche l'aspetto ludico abbia un ruolo fondamentale nella giornata tipo di uno startupper. In fondo - conclude Nicola Mattina - qui si parla di una figura professionale che lavora 12 o 14 ore al giorno, e che quindi deve anche potersi distrarre e rilassare per restare produttivo.

There is also another reason for choosing Lazio as the site of his own business: «The quality of life, that is much higher in Lazio than elsewhere, with comparably limited costs», notes Mattina. «There is also no shortage of things to do in one's free time», he adds, remembering how the leisure aspect plays an essential role in the typical day of a startupper. Basically - Nicola Mattina concludes - this is a professional figure who works 12 or 14 hours a day, and who therefore must also be able to enjoy himself and relax in order to stay productive.

**Hashtag: #digitalmagics #talentgarden #stamplay #siliconvalley #telaviv #food**



.....

“ Cisco in prima linea  
per portare la “Digitization”  
nelle aziende italiane ”

.....

“ Cisco in the front line  
for bringing “Digitization”  
to Italian companies ”

.....

## Intervista con **Enrico Mercadante**

*Responsabile del team di prevendita e dello sviluppo del mercato Cloud Sud Europa, Cisco*

Cisco crede nell'Italia, nel potenziale che il nostro paese può esprimere a livello di innovazione tecnologica e imprenditoriale, a patto che il sistema venga opportunamente stimolato e aiutato a crescere. Lo dimostrano i fatti: nello specifico, l'annuncio a gennaio del programma chiamato #digitaliani, in virtù del quale la multinazionale americana si impegna per la trasformazione digitale dell'Italia. Sul piatto ci sono 100 milioni dollari da investire in 3 anni per favorire la creazione di un ecosistema dell'innovazione, collaborando con le imprese, le università e ogni altro stakeholder del settore.

«Il nostro primo obiettivo è lavorare per colmare lo skill gap che ancora esiste in Italia, cosa che già stiamo facendo attraverso le attività della Cisco Networking Academy, programma che solo nel nostro paese già forma 20.000 studenti all'anno». A parlare è Enrico Mercadante, responsabile del team di prevendita e dello sviluppo del mercato Cloud nell'area del Sud Europa. Laureato in Ingegneria delle Telecomunicazioni, in Cisco da almeno 15 anni, Mercadante è anche colui che in azienda si occupa delle iniziative per creare l'ecosistema dell'innovazione: «L'Academy è un pezzo fondamentale del programma - spiega - e una parte significativa dei 100 milioni di dollari stanziati serviranno a potenziarla, aggiungendo moduli come "Imprenditorialità" e "Cyber Security", o ancora dedicati a Internet of Things e tecnologie per le fabbriche e per l'agricoltura digitali. Inoltre, sarà nostra priorità ampliare la collaborazione con università, scuole, istituzioni e con tutti coloro che hanno nelle loro corde l'insegnamento. Includere le carceri».

Un altro pezzo importante del programma #digitaliani di Cisco riguarda la strategia per portare innovazione nelle imprese italiane: «La nostra forza è seguire i talenti dove sono - rivela Enrico Mercadante - individuare le realtà con

## Interview with **Enrico Mercadante**

*Pre-sales and Cloud Market Development Team Manager, South Europe, Cisco*

Cisco believes in Italy, in the potential that our country can express in the realm of technological and entrepreneurial innovation on the condition that the system is suitably stimulated and helped to grow. Facts are proof of this: specifically, the announcement in January of the programme called #digitaliani, thanks to which the American multinational undertakes to digitally transform Italy. There are 100 million dollars in the purse, to be invested in 3 years, to help create an innovation ecosystem, collaborating with companies, universities and any other stakeholder in the sector.

«The first goal is to work to fill the skills gap that still exists in Italy, something we are already doing via the work of Cisco Networking Academy, a programme that already trains 20,000 students a year in our country». The person speaking is Enrico Mercadante, the pre-sales and cloud market team manager for South Europe at Cisco. Mercadante has a degree in Telecommunications Engineering, has worked at Cisco for at least 15 years, and is the person in the company that deals with initiatives for creating the innovation ecosystem: «The Academy is an essential part of the programme - he explains - and a significant part of the 100 million dollars allocated will be used to expand it, adding modules such as "Entrepreneurship" and "Cyber Security", or dedicated to the Internet of Things and technologies for digital factories and agriculture. It will also be our priority to extend our collaboration with universities, schools, institutions and with everyone who has teaching at heart. Including prisons».

Another important piece of the Cisco #digitaliani programme concerns the strategy for bringing innovation to Italian companies: «Our force is to follow talents wherever they are - says Enrico Mercadante - to identify the

cui abbia senso collaborare, e andare direttamente da loro per aiutarli a innovare». Niente centri di innovazione dove attrarre talenti e idee, insomma, ma innovazione distribuita sul territorio, realizzata lungo le filiere produttive, che si concretizza a casa di chi già produce.

Gli ambiti di intervento più cari a Cisco in Italia, quelli dove l'azienda appare più interessata a realizzare la digitalizzazione e dai quali si attende un ritorno maggiore in termini di sviluppo, sono il settore manifatturiero e agro-alimentare, cui poi si aggiungono le infrastrutture critiche come i trasporti e le smart grid, fino ai servizi digitali al cittadino e la cyber security.

I 5 pilastri su cui si basa la strategia globale della multinazionale statunitense per l'innovazione sono ricerca e sviluppo, le acquisizioni (con cui si portano in azienda soluzioni e prodotti innovativi), gli investimenti (attualmente Cisco vanta 2 miliardi di dollari investiti in startup e venture capital a livello globale), l'innovazione attraverso partnership (cioè collaborando con altre aziende di settore) e il co-sviluppo, ovvero la collaborazione diretta con il singolo cliente. Roma e il Lazio sono terreno fertile per ognuna di queste azioni perché - sempre secondo Mercadante - il modello italiano della piccola e media impresa distribuita sul territorio e innovativa, che collabora come un ecosistema efficace, «è senz'altro il modello del futuro».

realities with which it makes sense to collaborate and to go to them directly to help them innovate». No innovation centres where to attract talents and ideas, but innovation distributed around the territory, realised along production paths, that are tangible where production already takes place.

The realms of intervention that Cisco cares about most in Italy, the ones where the company appears to be more interested in realising digitalisation and from which they expect a greater return in terms of development, are the manufacturing and agricultural-food sector, to which critical infrastructures such as transport and smart grids, digital services for the citizen and cyber security can be added.

The 5 pillars on which the American multinational's global strategy for innovation is based are research and development, acquisitions (which bring innovative solutions and products to the company), investments (Cisco currently has 2 billion dollars invested in startups and venture capital globally), innovation through partnerships (i.e. collaborating with other companies in the sector) and co-development, i.e. direct collaboration with the single client. Rome and Lazio are fertile ground for each of these actions as - again according to Mercadante - the innovative Italian SME model distributed around the area, that collaborates as an efficient ecosystem, «is without a doubt the model of the future».

.....

“Diffondere la cultura  
dell'innovazione  
per formare gli imprenditori  
di domani”

.....

“Spreading the culture  
of innovation for training  
the entrepreneurs  
of tomorrow”

.....

## Intervista con **Mirta Michilli**

*Direttore Generale Fondazione Mondo Digitale*

Nessuno deve restare escluso. Nessuno deve rimanere indietro. La Fondazione Mondo Digitale (FMD), organizzazione no profit che nasce nel 2001 come Consorzio Gioventù Digitale, nel tempo ha cambiato nome ma non la propria, fondamentale missione: contribuire alla creazione di una società democratica della conoscenza che abbia come valori fondanti innovazione, istruzione e inclusione. Perché la trasformazione digitale, in atto in ogni settore della nostra esistenza sia pubblica sia privata, ha davvero senso solo se i benefici che porta in dote vanno a vantaggio di tutti, senza alcun tipo di discriminazione.

«Da 15 anni ci occupiamo di diffondere la cultura dell'innovazione nella società e, insieme con essa, le opportunità legate all'economia della conoscenza e alle nuove tecnologie. La nostra azione è indirizzata in particolare modo ai giovani, per i quali lavoriamo dentro e fuori le scuole, e verso tutti coloro che restano esclusi». A parlare è Mirta Michilli, direttore generale di FMD, che per esclusi intende le categorie a rischio più diverse, dagli immigrati ai rifugiati, dagli anziani ai disoccupati, passando persino per bambini lungodegenti e quindi impossibilitati a seguire le lezioni, solo per fare alcuni esempi.

La sede di FMD si trova presso la Città Educativa, il «centro delle buone pratiche e dell'innovazione», a Roma in via del Quadraro, e opera a livello locale, nazionale e internazionale, perché procede creando modelli e processi educativi pensati per essere esportati e replicati ovunque. Per farlo, l'organizzazione focalizza gli sforzi su diverse aree, individuate come critiche per il Paese: dalla robotica alla smart specialization, dall'imprenditoria giovanile alla solidarietà intergenerazionale, fino ad arrivare all'inclusione di immigrati e rifugiati.

## Interview with **Mirta Michilli**

*Director General of Fondazione Mondo Digitale*

Nobody must be excluded. Nobody must be left behind. Fondazione Mondo Digitale (FMD), a non-profit organisation that was founded in 2001 as Consorzio Gioventù Digitale, has over the years changed its name but not its fundamental mission: contributing to the creation of a democratic society of knowledge that has innovation, education and inclusion as its founding values. Because digital transformation, which is ongoing in every sector of our public and private existence, really only makes sense if the benefits that it brings are to everyone's advantage, without any type of discrimination.

«We have been spreading the culture of innovation in society for 15 years and with it, the opportunities connected with the economy of knowledge and new technologies. Our action is in particular addressed to young people, for whom we work both inside and outside schools and to all those who are excluded». The person speaking is Mirta Michilli, director general of FMD, who, when she says "excluded", means the most varied categories at risk, from immigrants to refugees, the elderly, the unemployed, and even children spending long periods in hospital and who therefore cannot follow their school lessons, just to provide a few examples.

FMD's offices are located at Città Educativa, the «centre of good practices and innovation», in Via del Quadraro, in Rome. The foundation works locally, nationally and internationally, so that it can proceed creating models and educational processes that have been designed to be exported and repeated everywhere. To do this, the organisation focuses its efforts on different areas, identified as critical for the country: robotics, smart specialization, young enterprise, intergenerational solidarity, and the inclusion of immigrants and refugees.

Centrale al processo formativo messo a punto dalla Fondazione è il modello “Educazione per la Vita”, elaborato da Alfonso Molina e che si basa su 3 pilastri: la conoscenza standardizzata, ovvero quella ben nota codificata nei programmi e nei singoli curricula scolastici; le competenze per la vita, che da 7 (pensiero critico, pensiero creativo, collaborazione, capacità di relazioni in chiave interculturale, comunicazione efficace, competenze digitali e autoconsapevolezza) diventano 8 con l’aggiunta della “firtualità”, cioè della capacità di integrare dimensione fisica (territoriale) e virtuale (on line) in un solo approccio di pensiero e azioni strategiche. E infine, gli aspetti caratteriali, di fatto ignorati nell’attuale modello scolastico.

«Per sostenere l’innovazione nella Regione Lazio, abbiamo creato un modello educativo nuovo - spiega Michilli - che funziona integrando ambienti di apprendimento diversi e si articola tra scuola, casa e quella che chiamiamo “Palestra dell’innovazione”». Già, perché, secondo i responsabili di FMD, per fare innovazione sistemica è necessario partire da un ambiente fisico, reale, attrezzato e accessibile a tutti. E che nel popolare quartiere del Quadraro, si concretizza in uno spazio che ospita ben 8 laboratori, realizzati grazie a un grant da 500.000 dollari elargito nientemeno che dal gigante americano Google. Il nome ufficiale della palestra creata da FMD è “Phyrtual InnovationGym” ed è un luogo aperto al territorio, al mondo della scuola, alle imprese, alle università, dove vecchie e nuove professioni si incontrano, e dove si parla il linguaggio della fabbricazione (tradizionale e digitale) per stimolare una nuova imprenditoria giovanile.

«La mattina è aperto per le scuole, con le classi che si prenotano e vengono a seguire i nostri corsi distribuiti nei diversi laboratori - racconta ancora Mirta Michilli - dal Fablab al Codelab passando per l’Immersivelab, dove si usano tecnologia all’avanguardia come la realtà virtuale per lo studio dell’immersione sensoriale ed emozionale». Nel pomeriggio gli spazi sono accessibili ai singoli giovani interessati a imparare e infine la sera c’è posto anche

The model “Educazione per la Vita” (“Education for Life”), designed by Alfonso Molina, is central to the training process fine-tuned by the Foundation. It is based on 3 pillars: standardised knowledge, i.e. the knowledge that is codified in programmes and in individual school curricula; life skills, that from 7 (critical thought, creative thought, collaboration, relational skills in an intercultural context, efficient communication, digital skills and self-awareness) have now become 8, with the addition of “firtuality”, i.e. the capacity to integrate the physical (territorial) dimension and virtual (online) dimension into a single school of thought and strategic actions. And lastly, the character aspects, something ignored in the current school model.

«To support innovation in the Lazio Region, we have created a new education model - explains Michilli - that works by integrating different learning environments and is divided between school, home and what we call “the innovation gym”». This is because, according to the FMD managers, systemic innovation is possible only by starting from a real, physical environment that can be accessed by everyone. Which in the working-class quarter of Quadraro in Rome is actually a space that houses 8 laboratories, created thanks to a 500,000 dollar grant awarded by the great American giant Google. The official name of the gym created by FMD is “Phyrtual InnovationGym” and is a space open to the territory, the world of schools, companies and universities where old and new professions meet, and where the language of manufacturing is spoken (traditional and digital) to stimulate new young entrepreneurship.

«In the morning it is open for schools, with classes that can book activities and follow our courses held in the various laboratories - says Mirta Michilli - from Fablab to Codelab and Immersivelab, where state of the art technology such as virtual reality is used to study sensorial and emotional immersion». In the afternoon, the spaces are open to youths interested in learning, and in the

per ricercatori, imprenditori e professionisti che hanno bisogno dei laboratori per sperimentare o sviluppare prototipi. Come se non bastasse, il fine settimana c'è poi spazio anche per attività mirate, come quelle indirizzate a far conoscere il coding ai più piccoli. E ci sono persino le attività della Phyrtual Factory, il primo pre-acceleratore giovanile dedicato ai giovani ancora in fase di formazione, a scuola o all'università.

«Da noi vengono giovani talenti che vogliono mettere alla prova le loro idee, oppure ragazzi che non hanno un'istruzione universitaria ma vogliono formare competenze specifiche. E che altrimenti non saprebbero dove andare, come crescere», rivela il direttore di Fondazione Mondo Digitale. Che in conclusione sottolinea anche la necessità di una maggiore collaborazione da parte delle istituzioni: «Il contesto laziale è ricco di belle iniziative e di imprenditori che hanno voglia di fare - conclude infatti Mirta Michilli - ma manca ancora la capacità del Pubblico di fare sistema, così come manca una vera visione strategica», requisito indispensabile per creare un vero ecosistema dell'innovazione.

evening there is room for researchers, entrepreneurs and professionals who need the laboratories to experiment or develop prototypes. As if that wasn't enough, at the weekend, there is also space for targeted activities, such as the ones aimed at teaching code to children. There are even the Phyrtual Factory activities, the first young pre-accelerator dedicated to the young people still in education, at school or university.

«Young talents come to us when they want to try out their ideas, or they are youths that have no university education but want to form specific skills. And who otherwise would not know where to go, how to grow», says the director of Fondazione Mondo Digitale. Who in conclusion underlines the need for more collaboration from the institutions: «The Lazio context is rich in good initiatives and enterprises that want to get things done - says Mirta Michilli - but the Public's ability to form a network is still lacking and so is a true strategic vision», which is an essential requisite for creating a true innovation ecosystem.

**Hashtag: #fmdigitale #cittaeducativa #youngentrepreneurship #robotics #phyrtual #innovationgym  
#fablab #innovationinschool #inclusion #coding**

.....

“ Peekaboo,  
la community  
degli abilitatori  
di idee ”

.....

“ Peekaboo,  
the idea enablers'  
community ”

.....



## Intervista con **Paolo Napolitano**

*Fondatore e CEO Peekaboo*

Un'idea imprenditoriale, per quanto buona possa essere, resta solo un'idea se mancano gli strumenti per trasformarla in realtà. La collaborazione tra aziende e startup innovative può svecchiare il paese e rilanciare l'economia, ma richiede mediazione, contaminazione, apertura mentale. Perché la "magia" accada serve insomma un terreno fertile, uno spazio aperto dove co-abitano competenze diverse e complementari, dove i membri di una community dinamica e diversificata lavorino spalla a spalla nel nome della interdisciplinarietà. Riassumendo in due parole, dove si faccia davvero Open Innovation.

Peekaboo (espressione inglese per il nostro "bubusetete") nasce per questo o, per usare le parole del suo Fondatore Paolo Napolitano, per essere «una Open Innovation community che riunisce startupper, freelance e manager e li fa collaborare alla realizzazione di idee innovative che sappiano cambiare il mondo». Paolo ha 29 anni, una laurea in ingegneria gestionale a Tor Vergata, 4 anni di impiego in una società di consulenza strategica specializzata in innovation management, e 2 come startupper Fondatore di easydinner, oggi diventata spotyfood.

«I nostri uffici sono un open space nel Campus X di Tor Vergata - racconta Napolitano - un posto incredibile, realizzato sul modello americano dove studiano circa 2.000 studenti. La nostra semplice presenza lì e sui social ha attirato su di noi l'attenzione di molti studenti, che venivano a chiederci aiuto per realizzare i loro progetti». Così Paolo Napolitano e i suoi diventano quasi senza volerlo "abilitatori di idee" e presto decidono di strutturare questa attività in un progetto concreto. Prende così forma Peekaboo, «una community che riunisce persone con competenze diverse, che mettono a disposizione il proprio know-how per chi vuole fare impresa». Il risultato non è solo la creazione di un ambiente fertile alla

## Interview with **Paolo Napolitano**

*Founder and CEO Peekaboo*

An entrepreneurial idea, as good as it may be is still only an idea without the tools to turn it into a reality. Collaboration between companies and innovative startups can modernise a country and relaunch the economy, but requires mediation, contamination, and open-mindedness. For the "magic" to happen, fertile ground is needed, an open space where different and complementary skills cohabit, where members of a dynamic and diversified community work side by side in the name of inter-disciplinarity. In a few words, where Open Innovation really takes place.

Peekaboo (an English expression that is a translation of the Italian "bubusetete") was created for this reason, or to use the words of its Founder Paolo Napolitano, to be «an Open Innovation community that brings together startupper, freelance professionals and managers and makes them collaborate on realising innovative ideas that know how to change the world». Paolo is 29 years old, has a degree in management engineering from Tor Vergata University, 4 years of work in a strategic consultancy company specialised in innovation management, and 2 years as a startupper, the Founder of easydinner, which has now become spotyfood.

«Our offices are an open space in Campus X at Tor Vergata - says Napolitano - which is an incredible place, built on the American model where about 2,000 students study. Simply by being there and on social networks, has attracted the attention of many students, who came to ask us for help with their projects». In this way, Paolo Napolitano and his people have become, almost without intending to, "idea enablers", and soon decided to structure this activity into a tangible project. This is how Peekaboo was created, «a community that brings together people with different skills, who make their own expertise available to those who want to create enterprise».

collaborazione, ma anche un'offerta ampia di strumenti tanto per imprenditori in erba, quanto per manager d'esperienza che vogliono aggiornare le proprie conoscenze. Un'offerta che sfocia prima di tutto nella formazione: «Il primo corso che abbiamo realizzato si chiama Lean Startup Program; dura 2 mesi, si articola in 4 moduli e guida le persone nella creazione di una startup fino al momento della sua presentazione davanti agli investitori». Per inciso, l'iniziativa è andata così bene che c'è già una seconda edizione, il Lean Startup Program 2, attivo tra ottobre e dicembre 2016.

Oltre la formazione, Peekaboo offre supporto imprenditoriale alle startup con servizi come mentoring, redazione del business plan, recruiting. E poi ancora ci sono le attività dedicate all'Open Innovation vera e propria, che nel caso di Peekaboo si concretizza nel ruolo di mediazione tra aziende tradizionali e startup, tra giovani imprenditori creativi e manager navigati. Infine, c'è l'organizzazione di eventi come hackathon, meetup e tutto quello che serve per fare crescere l'ecosistema delle startup.

Ora il progetto è espandere Peekaboo aprendo nuove sedi nelle grandi città italiane, meglio se universitarie, per diffondere la visione imprenditoriale legata all'Open Innovation. Per replicare, insomma, la prima e fondamentale esperienza romana. Quando gli chiediamo cosa pensa del contesto in cui ha operato finora, Paolo Napolitano è ottimista: «A Roma c'è grande fermento - spiega - anche perché si è intrapreso il percorso giusto per esempio applicando la logica del co-investimento pubblico-privato». Sempre secondo Paolo, ora è importante lavorare sullo snellimento delle pratiche burocratiche, sulla defiscalizzazione degli investimenti nelle startup, sull'attrazione dei capitali esteri. E soprattutto sulla diffusione di una cultura imprenditoriale che sappia contemplare il fallimento come valore e non come marchio d'infamia. Insomma, bisogna imparare anche a guardarsi intorno e prendere esempio da quanto accade all'estero.

The result is not just the creation of a fertile environment for collaboration, but also a wide offer of tools for aspiring entrepreneurs, and for experienced managers who want to update their own knowledge. An offer that becomes tangible above all as training: «The first course that we conducted is called Lean Startup Program; it lasted 2 months, was split into 4 modules and guides people in the creation of a startup up to the moment when it is presented to investors». To be precise, the initiative was so successful that there is already a second edition, the Lean Startup Program 2, which was live from October to December 2016.

In addition to training, Peekaboo offers entrepreneurial support for startups with services such as mentoring, the drawing up of business plans, recruiting. There are also dedicated activities for real Open Innovation, which in Peekaboo's case is its role as mediator between traditional companies and startups, between creative young entrepreneurs and experienced managers. Lastly, the organisation of events such as hackathons, meetups, and everything that is needed to grow the startup ecosystem.

The project is now to expand Peekaboo by opening new branches in the larger Italian cities, better still if they are university towns, to spread the entrepreneurial vision linked to Open Innovation. In order to repeat the first, essential Roman experience. When we ask him what he thinks of the context he has worked in up to now, Paolo Napolitano is an optimist: «There is great ferment in Rome - he explains - because we are now on the right path for example, applying the logic of public-private co-investment». Again according to Paolo, it is now paramount to work on streamlining red tape, defiscalising investments in startups, on attracting foreign capital. And above all on spreading an entrepreneurial culture that knows how to consider failure as a value and not as a sign of disgrace. It is also necessary to learn to look around and learn from what is happening abroad.

.....

“Roma e Lazio,  
tra ritardi cronici  
e grandi opportunità”

.....

“Rome and Lazio,  
chronic delays  
and great opportunities”

.....

## Intervista con **Alessandro Nasini**

*Fondatore e CEO Maple e Startalia*

«Fare startup significa soprattutto fare finalmente impresa in modo sano e intelligente, ottimizzando le risorse». Romano, classe 1962, Alessandro Nasini è convinto che sostenere un ecosistema delle startup sia prima di tutto l'occasione per fare meglio di quanto non abbia fatto l'imprenditoria tradizionale fino a oggi. Certo, le imprese innovative funzionano chiaramente «secondo logiche diverse, e hanno bisogno di un supporto di diversa natura», ma una volta compreso come muoversi, possono essere la leva per cambiare e rilanciare la nostra economia.

Nella sua biografia, Nasini si presenta come "design thinker, designer, maker e digital publisher": da sempre nel settore dell'hi-tech, vanta collaborazioni con molte grandi aziende dell'Internet Communication Technology nel ruolo di evangelist, system engineer e formatore. Nel 1992 ha fondato Maple, azienda con la quale ha passato oltre 2 decenni a progettare processi, servizi e prodotti per aziende e istituzioni di vario tipo, dalle piccole case editrici alla pubblica amministrazione centrale.

Un'attività, quella svolta con Maple, che nel 2012 si evolve naturalmente nella creazione dello spin-off Startalia, una startup foundry e un acceleratore che consente a Nasini di fare anche con le startup quello che da quasi 25 anni ha fatto e fa per i suoi clienti: «Così come aiutiamo le aziende tradizionali a sviluppare progetti quasi a 360 gradi, lo stesso facciamo con le startup. Mettiamo a disposizione competenze nella progettazione, nel design, nell'ICT, nella comunicazione, nella gestione d'impresa. Il cliente paga in denaro, le startup in equity».

Al momento Startalia conta in-house 8 startup: oltre ad assisterle nel loro percorso di crescita, si occupa anche di mediare con i piccoli e medi investitori privati che vogliono diversificare i propri investimenti. La sede è a

## Interview with **Alessandro Nasini**

*Founder and CEO of Maple and Startalia*

«Startup means above all creating enterprise in a healthy, intelligent manner, optimizing resources». Roman by birth, born in 1962, Alessandro Nasini is convinced that supporting a startups ecosystem is, above all, the opportunity to do better than traditional entrepreneurship has done to date. Of course, innovative companies clearly function «according to different logic and need a different kind of support», but once it is clear how to act, they may be the lever for changing and relaunching our economy.

In his biography, Nasini introduces himself as a "design thinker, designer, maker and digital publisher": he has always worked in the hi-tech sector, boasts collaboration with many large companies in the Internet Communication Technology sector in his role as an evangelist, system engineer and trainer. In 1992 he founded Maple, a company with which he has spent two decades designing processes, services and products for companies and institutions of various types, from small publishing companies to central public administration.

Maple's business evolved naturally in 2012 into the creation of the spin-off Startalia, a startup foundry and an accelerator that allows Nasini to do the same thing he has done for almost 25 years for his clients for startups: «As we help traditional companies to develop projects almost at 360 degrees, we do the same with startups. We provide the skills in design, planning, ICT, communication and enterprise management. The client pays cash, the startups pay in equity».

At the moment, Startalia has 8 startups in-house: as well as helping them to grow, it also mediates with small and medium private investors that wish to diversify their own investments. The offices are in Rome, just outside the

Roma, poco fuori dal raccordo anulare, quasi all'incrocio tra la via Cassia e la via Trionfale, dove l'acceleratore condivide gli uffici immersi nel verde con Maple.

Osservatore attento, commentatore dalla penna affilata, Alessandro Nasini giudica lo stato dell'arte dell'ecosistema laziale delle startup senza troppi giri di parole: «Oggi Roma e il Lazio sono sostanzialmente come erano dieci anni fa, con tutti i loro pregi e difetti - afferma - con tanta capacità di arrangiarsi e tanta voglia di fare, ma dove ancora mancano organizzazione, buone pratiche, gestione delle risorse».

Insomma, secondo Alessandro Nasini l'ecosistema dell'innovazione a Roma esiste ma deve ancora crescere: per quanto riguarda i privati, la buona notizia è che finalmente i diversi operatori hanno iniziato a parlarsi tra loro, a dialogare. Si può comunque fare di più: «Ancora non collaboriamo come potremmo e dovremmo - precisa infatti Nasini - e poi ci sono molte risorse sotto sfruttate».

Per quanto invece riguarda la Pubblica Amministrazione, secondo il CEO di Maple questa fa molto di più rispetto a prima, ma deve aggiustare meglio il tiro, perché, per esempio, applica al mondo delle startup delle logiche che sono più appropriate per altri modelli imprenditoriali o perché dovrebbe applicare modelli di valutazione nuovi e diversi da quelli utilizzati finora.

Riassumendo, quella descritta da Nasini nel Lazio è una situazione in divenire, dove non mancano capacità e buona volontà, ma dove c'è ancora da crescere. E allora perché fare Startalia proprio qui, invece che altrove? «Perché vedo potenzialità enormi sul nostro territorio», risponde. E poi perché non si vive di solo lavoro: «Essere imprenditore per me significa anche avere una vita priva-

city's GRA ring road, almost at the crossroads between Via Cassia and Via Trionfale, where the accelerator shares its offices amidst green vegetation with Maple.

A careful observer and a sharp commentator, Alessandro Nasini judges the state of the art of the Lazio startup ecosystem without mincing his words: «Today Rome and Lazio are basically the same as they were 10 years ago, with all their virtues and vices - he says - with the ability to "make do" and a great desire to do things, but where this is still a lack of organisation, good practice and resource management».

So, according to Alessandro Nasini, the innovation ecosystem in Rome exists but must still grow: for individuals, the good news is that the various operators have finally begun to speak to each other, to communicate. However, more can still be done: «We still don't collaborate the way we could and should - says Nasini - and many resources are under-used».

With regard to the Public administration, the CEO at Maple thinks they do much more than before, but must fine-tune its shot even more, because, for example, it applies logic to the world of startups that are more appropriate to other entrepreneurial models, or because it should apply new evaluation models that differ from currently used ones.

In brief, what Nasini describes in Lazio is an evolving situation, where there is no lack of ability and willingness, but where there is still room for growth. So why is Startalia based here, rather than elsewhere? «Because I can see enormous potential in our territory», he answers. And because life is not just about work: «Being an entrepreneur for me also means having a private life - Nasini

ta - spiega Nasini - e io non ho trovato altri luoghi dove si possa fare impresa e allo stesso vivere bene come a Roma e dintorni».

Ovviamente non è solo questione di cibo, clima o bellezze naturali: per Alessandro Nasini una delle grandi qualità di chi vive a Roma e nel Lazio è l'eccezionale capacità di fare "le nozze con i fichi secchi", per usare le sue precise parole. «Quello che noi riusciamo a fare qui tra mille difficoltà logistiche, di contesto, economiche, e finanziarie - chiarisce - non trova riscontro da alcuna altra parte. Abbiamo ottimi cervelli tra programmatori, imprenditori, manager e in alcuni casi anche tra amministratori pubblici; si tratta di prendere coscienza e lavorare insieme su obiettivi di medio periodo, che vadano oltre l'orizzonte elettorale». Perché se davvero esistono posti migliori di altri per lavorare bene e fare buone startup - conclude Alessandro Nasini - allora Roma è sicuramente uno di questi.

explains - and I have not found any other place where it is possible to do business and live well at the same time as we can in Rome and the surrounding area».

Of course, it is not just a matter of food, climate or natural beauty: for Alessandro Nasini one of the great qualities of those living in Rome and Lazio is the exceptional ability to "do things on a shoestring", as he says himself. «What we manage to do here amidst a thousand logistical, context, economic and financial difficulties - he explains - doesn't happen anywhere else. We have excellent brains: programmers, entrepreneurs, managers and in some cases also public administrators; it is a question of realising things and working together on mid-term goals, that go beyond the electoral horizon». Because if there are truly some places better than others for working well and creating good startups - Alessandro Nasini concludes - then Rome is most certainly one of them.

Hashtag: #maple #startalia #opportunità #startup #incubatore

.....

“Insegnare ai giovani  
la progettualità d'impresa,  
sostenere le startup  
finché non siano solide”

.....

“Teaching young people  
about enterprise planning,  
supporting startups  
until they are solid”

.....

## Intervista con **Clara Pelaez**

*Head of Strategy, Marketing  
e Communications di Ericsson  
Mediterranean Region*

Riconoscere il talento, selezionare le migliori startup nel settore dell'Information & Communication Technology, sostenerne crescita e consolidamento, favorirne l'inserimento nel mercato globale. Per molte aziende e operatori di settore, tutto questo è vitale soprattutto per rafforzare e rilanciare il proprio business e l'economia del nostro paese. Per Ericsson, multinazionale svedese attiva nella fornitura di tecnologie e servizi di comunicazione, è anche e soprattutto questione di Corporate Social Responsibility.

«Il programma EGO (Ericsson Go) nasce nel 2004 da un'idea dell'allora Amministratore delegato Cesare Avenia e si basa su un principio cardine: consentire di mettere il nostro know-how a disposizione dei giovani, dare loro la possibilità di rispondere con nuove idee e innovazione. Una situazione win-win», spiega Clara Pelaez, Head of Strategy, Marketing and Communications di Ericsson Regione Mediterranea.

Ingegnere elettronico, nata in Colombia da madre italiana e padre spagnolo, Clara Pelaez vive in Italia da quando aveva 17 anni e si sente "romana a tutti gli effetti". In Ericsson dal '99, oggi svolge il proprio ruolo con responsabilità su ben 24 nazioni, tra cui oltre all'Italia figurano ad esempio Spagna, Francia, Grecia, Israele o paesi del Maghreb come Marocco, Algeria, Libia e Tunisia. Come se non bastasse, Clara Pelaez è anche il direttore dell'Advisory Board della Fondazione Lars Magnus Ericsson, che nel nostro Paese si occupa di Corporate e Social Responsibility e che promuove proprio il programma a favore delle startup chiamato EGO, giunto l'anno scorso alla sua settima edizione. La persona giusta con cui parlare di imprenditoria e innovazione.

«I giovani non hanno solo bisogno di fare concorsi, di

## Interview with **Clara Pelaez**

*Head of Strategy, Marketing  
and Communications at Ericsson  
Mediterranean Region*

Recognising talent, selecting the best startups in the Information & Communication Technology sector, supporting their growth and consolidation and aiding their introduction in the global market. For many companies and operators in the sector, this is all essential, especially in order to strengthen and relaunch their own businesses and our country's economy. For Ericsson, a Swedish multinational operational in the supply of technologies and communication services, it is also and above all a matter of Corporate Social Responsibility.

«The EGO (Ericsson Go) programme was set up in 2004 thanks to an idea of the CEO of the time, Cesare Avenia. It is based on a central principle: allowing our expertise to be made available to young people, giving them the possibility to respond with new ideas and innovation. A win-win situation», says Clara Pelaez, Head of Strategy, Marketing and Communications at Ericsson Mediterranean Region.

An electronics engineer who was born in Colombia with an Italian mother and Spanish father, Clara Pelaez has lived in Italy since she was 17 and feels "100% Roman". She has worked at Ericsson since 1999, and her role now means she has responsibility for 24 countries, including Italy, Spain, France, Greece, Israel and also Maghreb countries such as Morocco, Algeria, Libya and Tunisia. In addition, Clara Pelaez is also the Advisory Board Director at the Lars Magnus Ericsson Foundation, that deals with Corporate and Social Responsibility in Italy and that promotes the EGO startup programme, which last year reached its seventh edition. She is the right person with whom to talk about entrepreneurship and innovation.

«Young people need more than just taking part in public examinations, money and visibility on media - she



soldi, o di visibilità sui media - spiega - Certo, sono cose che servono, ma ancora più importante per loro è entrare in un meccanismo dove possano comprendere cosa sia la progettualità di un'impresa», come funzionano i piani di marketing e le procedure legali. «Nel 2006 ci siamo chiesti quale fosse il modo migliore per raggiungere lo scopo, ed è stato allora che abbiamo pensato di portarli nel nostro Campus di Roma» aggiunge Clara Pelaez. Di includerli, insomma, in una realtà multinazionale dove gli startupper di talento potessero entrare in contatto con il management per apprendere, ma anche relazionarsi con la rete di vendita attiva in 180 Paesi e capire come integrare i propri prodotti e servizi con l'offerta di Ericsson.

Finora il programma EGO ha ricevuto 300 progetti e accelerato 25 startup con un incoraggiante tasso di sopravvivenza pari al 70%. Per candidarsi, le aziende devono operare nel settore dell'ICT e sviluppare tecnologia in linea con i principi della sostenibilità. C'è tuttavia da sottolineare che il successo dell'iniziativa non si deve solo alla capacità di selezionare i talenti, per la quale Azienda e Fondazione si avvalgono dell'aiuto di importanti università italiane come Luiss Guido Carli, La Sapienza, Roma Tor Vergata o ancora la Scuola Superiore Sant'Anna di Pisa, l'Università di Siena e quella di Trento. C'è anche altro: incubazione e accelerazione del programma EGO si rivelano più efficaci - secondo Clara Pelaez - perché durano più a lungo della media, e più precisamente 2 anni. «Bisogna dare il tempo alle startup di consolidarsi - spiega - e bisogna accompagnarle finché non siano abbastanza forti da poter proseguire da sole. Invece di solito si segue il modello americano, che punta a realizzare guadagni in fretta e che, per questo, concede pochi mesi di tempo alle aziende per dimostrare la propria profittabilità oppure venire scartate».

explains - Of course, they are also necessary, but it is even more important for them to become a part of a mechanism where they can understand what enterprise planning is», how marketing plans and legal procedures work. «In 2006, we asked ourselves what the best way was to achieve our aim, and it was then that we thought about bringing them to our Rome Campus» adds Clara Pelaez. To include them in a multinational reality where the talented startuppers could come into contact with the management to learn and also to create a relationship with the sales force working in 180 countries and understand how to integrate their own products and services with Ericsson's offer.

So far, the EGO programme has received 300 projects and accelerated 25 startups with an encouraging 70% survival rate. To be eligible, the companies must operate in the ICT sector and develop technologies in line with the principles of sustainability. However, it must be underlined that the initiative's success is not solely due to the ability to select talent, which the company and foundation achieve by making use of help from important Italian universities such as Luiss Guido Carli, La Sapienza, Roma Tor Vergata or the Scuola Superiore Sant'Anna di Pisa, the University of Siena and the University of Trento. They do more too: incubation and acceleration in the EGO programme are more efficient - according to Clara Pelaez - because they last longer than average, being 2 years. «A startup needs time to consolidate - she says - and it must be accompanied until it is strong enough to be able to carry on alone. The American model, instead, is the one normally followed, that wants quick returns and thus only grants a few months to the companies to prove their profitability, otherwise they are rejected».

Secondo la Head of Strategy, Marketing and Communications di Ericsson, quest'ultimo è un punto cardine intorno al quale ruota la differenza tra Stati Uniti ed Europa nel gestire il commercio delle idee: se infatti i primi sono sicuramente più rapidi e orientati al guadagno, i player europei dovrebbero invece rifarsi ad altri e più stratificati valori, perseguendo non solo il guadagno, ma anche la missione di creare un nuovo tessuto industriale a partire da piccole startup. Di fatto contribuendo a costruire un futuro florido per tutti.

Questa visione spiega anche perché il programma EGO sia un'iniziativa di Corporate e Social Responsibility. L'ultima edizione si è conclusa nel 2015: «Ora stiamo lavorando per il 2017 - rivela Clara Pelaez - e il prossimo passo sarà offrire ai giovani imprenditori non solo strumenti lavorativi e competenze, ma anche contatti diretti e costruttivi con potenziali investitori». Quest'ultimi però dovranno condividere la filosofia e l'impegno di Ericsson per un sostegno più "responsabile" delle startup, prolungato nel tempo e capace di rilanciare sul mercato internazionale i talenti che sono presenti sul nostro territorio. Talenti che oggi raccolgono una possente eredità culturale grazie alla quale possono differenziarsi dal resto del mondo - conclude Clara Pelaez - ma che troppo spesso ancora mancano di una visione globale del mercato e del loro futuro. Ragion per cui hanno ancora bisogno di essere inclusi in un contesto maturo dove fare esperienza, per essere guidati e sostenuti lungo la strada per il successo.

In the opinion of the Head of Strategy, Marketing and Communications at Ericsson, The latter is the hinge point of the main difference between the United States and Europe in managing the commerce of ideas: the former are faster and return-focused, the European players should adhere to other, more stratified values, not just earnings, but also the mission to create a new industrial fabric, starting with small startups. And thus contributing to the construction of a flourishing future for everyone.

This vision also explains why the EGO programme is a Corporate and Social Responsibility initiative. The last edition ended in 2015: «We are now working for 2017 - Clara Pelaez tells us - and the next step will be to offer young entrepreneurs working tools and skills, but also direct and constructive contacts with potential investors». The latter must share Ericsson's philosophy and commitment to a more "responsible" support for startups, over a prolonged period of time and that are able to relaunch talents in our area on the international market. Talents that today will be the benefactors of a large cultural inheritance thanks to which they can differentiate themselves from the rest of the world - concludes Clara Pelaez - but which all too often still lack a global vision of the market and their own future. A reason why they still need to be included in a mature context where they can gain experience, be guided and supported along the road to success.

**Hashtag: #ericsson #csr #startup #ego #incubatore**

.....

“ Condividere idee,  
contaminare competenze  
per innovare in modo  
sostenibile ”

.....

“ Sharing ideas,  
contaminating competences  
in order to innovate  
sustainably ”

.....

## Intervista con **Carlo Alberto Pratesi**

*Professore Ordinario di Economia e gestione delle imprese, all'Università Roma Tre*

«Senza innovazione non si sopravvive, ma l'innovazione deve essere anche sostenibile». Carlo Alberto Pratesi, professore Ordinario di Economia e gestione delle imprese che insegna Marketing, innovazione e sostenibilità all'Università Roma Tre, riassume con semplicità la missione che pervade tutte le sue attività. La sintesi grazie alla quale riunisce e armonizza l'eredità familiare (suo padre è quel Fulco Fondatore del WWF) e il sincero interesse per il complesso mondo delle startup. Mondo con cui entra per la prima volta in contatto nel 2007 accompagnando studenti italiani al Silicon Valley Study Tour.

«È a partire da allora che ho iniziato a domandarmi se in Italia l'università facesse abbastanza per stimolare gli studenti a fare impresa - spiega - ma anche a interrogarmi sul perché qui da noi si pensi ancora che se devi andare a lavorare in azienda devi studiare, mentre, se vuoi fare l'imprenditore, non ne hai bisogno». Una mentalità superata, stigmatizzata dalla Commissione europea prima ancora che da Pratesi stesso, e che secondo il professore sta cambiando da quando alle due missioni tradizionali dell'università - didattica e ricerca - è stata aggiunta la terza, ossia il compito di creare un impatto economico sul territorio.

«Capire come accompagnare i giovani verso la creazione d'impresa innovativa è diventata la mia ossessione», racconta Pratesi, che presto ha un'idea: portare studenti di discipline diverse a ragionare insieme, nel caso specifico collaborando con il professor Paolo Merialdo (del Dipartimento di Ingegneria della sua stessa Università) per mettere a confronto studenti di marketing e informatica. «Nel 2009 lo abbiamo sperimentato a Roma Tre e abbiamo subito visto come gli studenti ne traessero giovamento in termini di motivazione, idee, progettuali-

## Interview with **Carlo Alberto Pratesi**

*Tenured Professor of Economics and Business Management at Roma Tre University*

«Without innovation it is impossible to survive, but innovation must also be sustainable». Carlo Alberto Pratesi, tenured Professor of Economics and Business Management who teaches marketing, innovation and sustainability at Roma Tre University, summarises simply the mission that pervades all its activities. The summary thanks to which he unites and harmonises family inheritance (his father is Fulco, the Founder of the WWF) and his sincere interest in the complex world of startups. A world that he entered for the first time in 2007 accompanying Italian students to the Silicon Valley Study Tour.

«It was then I began to wonder whether universities in Italy were doing enough to stimulate students to create enterprise - he explains - but also to ask myself why we in Italy still think that in order to work in a company, you must study, but if you want to be a business owner, you don't have to». A passé mentality, that is stigmatised by the European Commission even before Pratesi did so and that according to the professor is changing since the traditional university mission - education and research - has been enriched with the task of creating an economical impact on the area.

«Understanding how to accompany young people towards the creation of innovative enterprise has become my obsession», says Pratesi, who soon has an idea: bringing students from various subject areas to reason together, in this specific case by collaborating with Professor Paolo Merialdo (belonging to the Engineering Department of his same university) to bring together marketing and IT students. «In 2009 we experimented it at Roma Tre and we saw immediately how the students benefitted in terms of motivation, ideas, planning - he explains - and from here, in 2011, the idea was devised

tà - spiega - da qui è venuta nel 2011 l'idea di creare con Paolo Merialdo e Augusto Coppola InnovAction Lab, associazione no-profit nata con lo scopo di mettere insieme giovani talenti universitari, imprenditori innovativi e investitori».

Il progetto nasce come un programma di incontri tra studenti prima di facoltà e poi di atenei diversi che, lavorando assieme, venivano guidati nella costruzione di prototipi di nuovi business. Durante la sua attività, InnovAction Lab ha prodotto oltre 50 startup raccogliendo diversi milioni di euro in finanziamenti da privati perché «quando i ragazzi mettono insieme buone idee, competenze complementari ed entusiasmo, trovare i soldi non è poi così difficile».

Carlo Alberto Pratesi è un abilitatore, o come egli stesso si definisce «uno che lavora per creare entusiasmo, per portare insieme attori che non si parlano» e che ha dichiarato guerra a quella che definisce la "Sindrome del Palio di Siena", del voler vincere da soli. Una "patologia" tipicamente italiana che, sempre secondo il professore, si "cura" partendo dai banchi di scuola, formando fin da subito le nuove generazioni all'etica della collaborazione e della condivisione. A vincere insieme.

E comunque le cose stanno già cambiando: guardando al futuro, Pratesi è ottimista perché vede già in corso un cambio di mentalità significativo, quello che, ad esempio, porta finalmente non solo i giovani, ma anche le loro famiglie e vedere nell'imprenditorialità innovativa uno sbocco qualificante e valido per i propri figli.

Ora è necessario che cresca l'interesse a investire nelle startup anche da parte delle aziende, specie quelle più grandi. Perché un ecosistema delle startup funzioni -

to create InnovAction Lab with Paolo Merialdo and Augusto Coppola, which is a non-profit association founded with the aim of bringing together young university talents, innovative enterprises and investors».

The project was created as a programme of student meetings firstly between different faculties and then between different universities, that were guided in their construction of new business prototypes by working together. During its work, InnovAction Lab has produced more than 50 startups, obtaining several million Euro of private funding because «when young people put together good ideas, complementary competences and enthusiasm, finding money is actually not so difficult».

Carlo Alberto Pratesi is an enabler, or, as he defines himself «one who works to create enthusiasm, to bring together players who don't talk to each other» and has also declared war on what he defines as the "Siena Palio Syndrome", wanting to win alone. A characteristically Italian "pathology" that he thinks can be "cured" starting at school, teaching new generations about the ethics of collaboration and sharing. Winning together.

Things are however already changing: looking to the future, Pratesi is an optimist as he already sees a significant change in mentality occurring, one that now brings not just young people but also their families to see a real, valid opportunity for their children in innovative entrepreneurship.

It is now necessary that the companies, especially large ones, increase their interest to invest in startups. In order for a startup ecosystem to work - Pratesi concludes - it takes 4 pillars: entrepreneurial mindsets (that is rapidly evolving), services for the ones who have a business

conclude Pratesi - servono quattro pilastri: la mentalità imprenditoriale (che si sta rapidamente evolvendo); i servizi per chi ha un'idea di business da sviluppare (forniti da incubatori e acceleratori, sia pubblici che privati); le risorse finanziarie dei fondi di venture capital (che sono ancora troppo pochi e bisogna creare i presupposti per attrarre) e un mercato di sbocco, costituito da quelle grandi imprese che potrebbero trovare nelle startup validi fornitori da coinvolgere nei loro processi produttivi, attuando quella che viene comunemente chiamata "Open Innovation".

idea to develop (provided by private and public incubators and accelerators), venture capital funds (that are still too few and we must create the conditions to attract them) and a target market, made of large companies that could see startups as valuable suppliers to involve in their production processes, realising what is commonly called "Open Innovation".

**Hashtag: #università #contaminazione #startup #innovaction #formazione**

.....

“Collaborare con le startup  
per rinnovare i processi  
ed entrare in nuovi  
segmenti di mercato”

.....

“Collaborating with startups  
to renew processes  
and enter new  
market segments”

.....

## Intervista con **Luciano Tommasi**

*Head of New Ventures Initiatives per Enel*

La ricetta di Enel per fare innovazione si basa su 3 ingredienti principali: un forte commitment dall'alto, che investe e coinvolge ogni risorsa dell'azienda a tutti i livelli; la ricerca e la valorizzazione di idee e talenti presenti sul mercato delle startup innovative; l'alleanza strategica con partner complementari, con cui fare rete e crescere insieme.

Quando, nel 2014, Francesco Starace è diventato amministratore delegato Enel, uno dei suoi primi provvedimenti è stato creare la funzione di Chief Innovation Officer, oggi ricoperta da Ernesto Ciorra: «Un gesto che ha sottolineato da subito l'intenzione di puntare fortemente sull'innovazione - spiega Luciano Tommasi, Head of New Ventures Initiatives - e che ci ha consentito di avviare un meccanismo virtuoso grazie al quale oggi siamo in grado di accogliere e mettere a frutto l'innovazione in azienda».

Luciano Tommasi è colui che in Enel si occupa di startup e business incubator: «Il nostro approccio - spiega - è creare solidi rapporti con fondi di venture capital, università, acceleratori e startup, sviluppando al contempo partnership con altri grandi player a noi complementari». Un modello che viene replicato ovunque l'azienda sia presente nel mondo: anche nel Lazio, dove «per migliorare l'ecosistema serve fare rete tutti insieme e lavorare per diffondere la giusta mentalità imprenditoriale tra i più giovani».

Non solo: la strategia di Enel è anche coinvolgere nel processo di innovazione la customer base, i fornitori e poi ancora tutta la forza lavoro della multinazionale, che conta 70.000 dipendenti nel mondo. La mission non è solo portare in azienda ciò che di nuovo e disrupting il mondo ha da offrire, ma anche creare una piattaforma di Open Innovation dove gli attori possano lavorare insie-

## Interview with **Luciano Tommasi**

*Head of New Ventures Initiatives for Enel*

Enel's recipe for creating innovation is based on 3 main ingredients: a strong commitment from the top levels that invests and involves all company resources at all levels, research and optimisation of ideas and talents on the innovative startup market; strategic alliance with complementary partners, with whom to form networks and grow together.

When Francesco Starace became CEO of ENEL in 2014, one of his first provisions was to create the role of Chief Innovation Officer, a position currently held by Ernesto Ciorra: «A move that immediately underlined the intention to focus heavily on innovation - explains Luciano Tommasi, Head of New Ventures Initiatives - and that allowed us to start up a virtuous mechanism thanks to which today we are able to welcome and use innovation in the company».

Luciano Tommasi is the person in Enel who deals with startups and business incubators: «Our approach - he says - is to create solid relationships with venture capital funds, universities, accelerators and startups, developing partnerships with other large complementary companies at the same time». A model that is repeated wherever the company is present in the world: also in Lazio, where «it is necessary to form a network all together to improve the ecosystem and also to work together to spread the right entrepreneurial mentality among young people».

Not just that: Enel's strategy is also to involve the customer base, suppliers and the multinational's entire workforce - which numbers about 70,000 employees around the world - in the innovation process. The mission is not just bring new and disrupting ideas into the company, but also to create an Open Innovation platform



me, mettere a fattore comune risorse complementari e creare valore per tutti.

Dato questo contesto, Enel lavora con le startup con 2 principali obiettivi: «Il primo è aumentare le nostre performance operative, ad esempio migliorando produttività e manutenzione dei nostri impianti - spiega Tommasi - Il secondo obiettivo è entrare in nuovi segmenti di mercato come smarthome, smartcity, mobilità e infrastrutture e generare nuove revenue». La cosa interessante è che, per entrare in questi nuovi settori, Enel ritiene di avere bisogno delle startup perché - continua Tommasi - «sono più veloci e più agili, hanno una visione fresca e non influenzata da decenni di storia aziendale, non sono condizionate da vecchie abitudini e sono pronte e prendersi dei rischi».

Per quanto riguarda il primo obiettivo, vale a dire il miglioramento delle performance, Enel cerca ovviamente startup compatibili con il proprio core business e quindi impegnate, per esempio, nel campo della distribuzione e generazione dell'energia, specie da fonti rinnovabili. In più deve trattarsi di realtà abbastanza mature da avere già prodotto «qualcosa che possiamo testare e del quale diventare nel caso off-taker».

Quando invece si tratta di scovare e selezionare startup con cui fare nuovo business, Enel punta a realtà più "giovani", magari ancora in fase seed, cui offre strumenti che consentiranno loro di andare sul mercato in un periodo che va da 4 a 6 mesi.

Il sostegno diretto che Enel offre alle startup si manifesta in vari modi: per esempio con i 42 grant (finanziamenti a fondo perduto) distribuiti lo scorso anno tramite il programma INCENSE. Oppure definendo con le singole re-

where the actors can work together, make complementary resources common to everyone and create value for everyone.

Given this context, Enel works with startups with 2 main goals: «The first is to increase our operational performance, for example improving productivity and maintenance of our systems - explains Tommasi - The second goal is to enter new market segments such as smarthomes, smartcities, mobility and infrastructures and to generate new revenue». The interesting thing is that, to enter these new sectors, Enel believes it needs startups as - Tommasi explains - «They are faster and more agile, they have a fresh vision and are not influenced by decades of company history, they are not affected by old habits and are ready to take risks».

With regard to the first goal, improving performance, Enel of course looks for startups that are compatible with their own core business and therefore are working, for example, in the field of distribution and generation of energy, especially from renewable sources. They also have to be rather mature realities that have already produced «something we can test and that we can perhaps become the off-takers of».

Instead, when it is time to root out and select startups for new business, Enel aims at "younger" realities, perhaps still in the seed phase, offering tools that will allow them to go on the market in a period of 4-6 months.

Enel's direct support for startups manifests itself in various ways: for example, with the 42 grants (non-repayable fundings) given out last year through the INCENSE programme. Or by drawing up co-development programmes with individual realities: «When there is

altà programmi di co-sviluppo: «Quando c'è un prodotto che ci interessa - chiarisce Luciano Tommasi - definiamo con l'azienda i costi di sviluppo, di cui ci facciamo carico, e le milestone per arrivare al suo lancio». In cambio Enel chiede il diritto prelazione per essere l'off-taker, oppure royalties sulle vendite.

Per trovare le startup con cui collaborare, Enel ha «“antenne” in tutte le 40 nazioni dove siamo presenti. In più abbiamo programmi di accelerazione in Europa, Cile, Brasile e presto in Israele, dove creeremo un nostro innovation hub».

Nel caso poi che tali “antenne” da sole non bastino a intercettare tutto il valore presente sul mercato, l'azienda collabora con fondi di venture capital internazionali, con gli acceleratori di università italiane ma anche estere, come il MIT di Boston o l'università della California, Berkeley. «Siamo anche membri di Startup Europe Partnership, che si occupa di fare matching tra aziende e startup e favorisce la condivisione di best practice tra le diverse corporate».

L'idea è semplice: più ampia e internazionale è la rete di relazioni, più è facile vedersi segnalare startup che meritano di essere valorizzate. Una volta individuate, la loro validazione avviene sia grazie all'investitore, che valuta la bontà del progetto, sia grazie all'azienda, che ne testa il prodotto e si pone come potenziale acquirente, aumentando così le probabilità di una exit.

a product that we are interested in - explains Luciano Tommasi - we draw up the development costs with the company, which we bear, and also define the milestones to reach launch». In exchange, Enel asks for pre-emption rights to be the off-taker, or royalties on sales.

Enel has “antennae” in all 40 countries that it is present in, in order to find startups with which to work. It also has acceleration programmes in Europe, Chile, Brazil and soon in Israel too, where we will create one of our innovation hubs».

In the event that these “antennae” are not enough to intercept all the value present on the market, the company collaborates with international venture capital funds, with Italian and foreign university accelerators, such as the Boston MIT or the University of California, Berkeley. «we are also members of Startup Europe Partnership, that deals with matching companies and startups and favours best practice sharing among corporates».

The idea is simple: the broader and more international the network of relations, the easier it is to flag startups that deserve to be optimised. Once identified, they are validated thanks to the investor, who evaluates the good idea of the project and thanks to the company that tests the product and offers itself as a potential purchaser, thus increasing the probabilities of an exit.

.....

“Il valore di una startup risiede nelle persone che l’hanno fondata”

.....

“The value of a startup lies in the people that founded it”

.....

## Intervista con **Marco Trombetti**

*CEO di Translated e Co-founder di Pi Campus*

«Il valore di una startup non risiede nell'idea intorno a cui è costruita, ma nelle persone che l'hanno fondata. Con Pi Campus abbiamo creato un luogo dove coltivare talenti, non aziende, e questo perché il nuovo business è fatto soprattutto di capitale umano, senza il quale le infrastrutture contano veramente poco». Marco Trombetti, imprenditore seriale nel campo della tecnologia, CEO di Translated, parla con voce ferma e decisa mentre trasmette un entusiasmo contagioso.

Oggi quarantenne, ha iniziato la sua carriera quando di anni ne aveva 22 ed era ancora uno studente universitario. Fondata nel lontano '99, Translated è solo una delle sue avventure di successo, ma di certo è quella che gli ha consentito 2 anni e mezzo fa di creare a Roma, insieme con Isabelle Andrieu e Gianluca Granero, «il miglior ambiente di lavoro per le persone di talento». Quel Pi Campus che è sia un luogo di lavoro, sia un fondo nato per investire 5 milioni di euro in 4 anni, che ne ha già investiti 1,7 e che sostiene 16 startup locali più 4 all'estero, una delle quali è quella stessa Boom che si appresta a rivoluzionare il trasporto aereo passeggeri con il volo supersonico.

Pi Campus, con la sua sede all'Eur, non è solo l'esperimento con cui Marco Trombetti vuole importare in Italia le dinamiche imprenditoriali apprese in 10 anni di collaborazione con aziende della Silicon Valley, ma anche e soprattutto il frutto di una visione proiettata in avanti. Molto in avanti: «A me piace fare grandi progetti d'impatto - spiega - e, per riuscirci, è necessario fare programmi non a 1 ma a 5 anni. Molti di questi primi investimenti potrebbero non portare guadagni stratosferici, ma serviranno comunque a costruire relazioni e trust con questa nuova generazione di imprenditori».

## Interview with **Marco Trombetti**

*CEO of Translated and Co-founder of Pi Campus*

«The value of a startup does not lie in the idea around which it is built, but in the people that founded it. With Pi Campus we have created a place where talent, not companies, can be cultivated, and this is because new business is mainly made of human capital, without which the infrastructures count for very little». Marco Trombetti, a serial entrepreneur in the field of technology, CEO of Translated, speaks firmly and in a decisive manner while also transmitting a contagious enthusiasm.

Trombetti is now 40, but began his career at 22 when he was still a university student. Translated, founded in 1999, is only one of his successful adventures, but is most definitely the one that allowed him to create, 2 and a half years ago, "the best work environment for talented people" in Rome, together with Isabelle Andrieu and Gianluca Granero. That Pi Campus that is both a workplace, and a fund created to invest 5 million Euro in 4 years, that has already invested 1.7 and that supports 16 local startups plus 4 abroad, one of which is the same Boom that will soon revolutionise passenger air transport with supersonic flights.

Pi Campus, based in Eur, is not just the experiment with which Marco Trombetti wants to import the entrepreneurial dynamics that he has learnt in 10 years collaboration with Silicon Valley companies into Italy, but is also and above all the result of a vision projected into the future. Far into the future: «I like creating large-scale impactful projects - he explains - and to succeed it is necessary to make not one but five-year programmes. Many of these initial investments may not bring about sensational returns, but are needed to build relations and trust with this new generation of entrepreneurs».

Imprenditori che Pi Campus seleziona su “raccomandazione”, secondo un processo che restituisce finalmente dignità a questa parola: Trombetti chiede infatti ai suoi startupper di indicare quali siano i loro colleghi di maggior talento; una volta ottenuti alcuni nomi, verifica poi quanti altri nel settore ne parlino bene, quindi si confronta con gli investitori, soprattutto internazionali, per ricostruire la reputation delle realtà più interessanti e, infine, scegliere chi “corteggiare” affinché entri nel progetto. Già, perché secondo il Fondatore di Pi Campus, non sono gli startupper che devono corteggiare gli investitori, ma gli investitori che devono stanare e rincorrere gli imprenditori di talento.

Il resto viene da sé: oggi gli startupper si fanno le ossa sul campo con il sostegno di Pi Campus; domani, quelli di loro che avranno superato la selezione naturale del mercato, magari resteranno con Pi Campus e restituiranno il favore reimmettendo la propria esperienza e il proprio talento nel sistema. Del resto, è così che si crea un ecosistema dell’innovazione basato su fiducia, condivisione e collaborazione.

Certo, ci vuole tempo. Trombetti però non ha fretta: «Guardando ancora più avanti, il mio progetto non è rifare la Silicon Valley qui da noi - chiarisce - ma costruire qualcosa che ruoti intorno a valori tipicamente italiani, che porti innovazione nei settori dove siamo tradizionalmente forti, come ad esempio cibo, lusso e design, e per i quali in Italia ci sono aziende disposte a investire per entrare nell’innovazione».

E tutto questo succederà a Roma, che Marco Trombetti ha scelto come sede di Pi Campus «ascoltando la pancia», per usare le sue parole. E che oggi finalmente si rivela essere un contesto in grande fermento dove sì, c’è

Entrepreneurs that Pi Campus selects on “recommendation”, following a process that restore dignity to this word at last: Trombetti in fact asks his startupper to indicate who their most talented colleagues are; once names have been obtained, he then checks how many other people in the sector speak well of them, then he talks to investors, especially international ones to reconstruct the reputation of the most interesting realities and finally to choose who to “court” so that they enter the project. Because according to the Founder of Pi Campus, it isn’t the startupper who have to court investors, but investors who must uncover and chase the talented entrepreneurs.

The rest just happens: today, the startupper gain experience in the field with the support of Pi Campus; tomorrow, the ones who will succeed in the natural selection of the market, will perhaps stay with Pi Campus and return the favour by re-entering their own experience and talent into the system. After all, that is how an innovation ecosystem is created, based on trust, sharing and collaboration.

It will take time, for sure. Trombetti is not in a hurry, however: «Looking ahead, my project is not to recreate Silicon Valley here in Italy - but to build something that orbits around typically Italian values, that brings innovation to the sectors where we are traditionally strong, such as food, luxury and design, and for which in Italy there are companies willing to invest to enter innovation».

And all this will happen in Rome, that Marco Trombetti has chosen as the base for Pi Campus “listening to his gut feeling”, to use his words. And that is now finally revealing itself to be a context in great ferment, with so much to do, but where there are also many opportuni-

«molto da fare», ma dove, di conseguenza, ci sono anche tante opportunità da cogliere: «Quando voglio convincere la gente a tornare dalla Silicon Valley - conclude - dico sempre loro che quel luogo è come la grande enterprise dove è già stato fatto tutto, tutto è già stato visto, mentre Roma è la startup dove ancora tutto è possibile. E in genere funziona»

ties to grasp: «When I want to convince people to return from Silicon Valley - he concludes - I always tell them that that place is like the large company where everything has already been done, everything has already been seen, while Rome is the startup where everything is still possible. And it generally works»

**Hashtag: #picampus #translated #startup #campus #siliconvalley**

.....

“ Un interlocutore unico  
per gli stakeholder  
dell’ecosistema  
dell’innovazione laziale ”

.....

“ A single interlocutor  
for the Lazio innovation  
ecosystem stakeholders ”

.....

## Intervista con **Andrea Ciampalini**

*Direttore Generale di Lazio Innova*

«L'obiettivo è dare un unico interlocutore ai diversi attori che sul territorio di Roma e del Lazio si occupano di innovazione, crescita, credito e finanza». Andrea Ciampalini, Direttore Generale di Lazio Innova, va dritto al punto, mentre definisce la sua strategia d'azione nel prossimo futuro. E quando parla della realtà che è stato chiamato a guidare, la parola che ripete più spesso è "sintesi": «Dobbiamo essere bravi a fare sintesi delle molte e diverse risorse che abbiamo in pancia - spiega - così da poter offrire misure e interventi chiari a sostegno dell'innovazione e della crescita economica del territorio».

Cresciuto professionalmente nella Pubblica Amministrazione, Ciampalini ha svolto incarichi manageriali al Comune e alla Provincia di Roma, ha fatto parte della struttura per la gestione dell'emergenza rifiuti in Campania, quindi è approdato alla Regione Lazio. Dapprima Presidente di Sviluppo Lazio, poi Direttore Generale di Lazio Innova, ha trascorso i primi 2 anni e mezzo del suo mandato a riorganizzare la complessa "galassia" delle società regionali per lo sviluppo economico: «Abbiamo assorbito attività e competenze che già erano di Asclepion, Banca Impresa Lazio, Filas e Unionfidi - spiega infatti Ciampalini - abbiamo ridotto del 50% il numero dei dirigenti, riaccorpato presso edifici pubblici le precedenti 6 sedi societarie e quindi ancora realizzato risparmi per 7 milioni e mezzo di euro su 40 milioni di fatturato».

Una fase lunga e impegnativa rivelatasi «non priva di ostacoli», che ora si completa con l'ultimo passo: l'inclusione di BIC Lazio e quindi di tutti gli Spazi Attivi sul territorio regionale. Quest'ultimi sono già affermati luoghi di incubazione e incontro tra startup, imprese e cittadini, e presto diventeranno anche quelle che Ciampalini chiama «le "antenne" di Lazio Innova sul territorio»: fonti di informazioni puntuali e dettagliate, distribuite nella regione,

## Interview with **Andrea Ciampalini**

*Director General of Lazio Innova*

«The goal is to provide a single interlocutor for the various players who deal with innovation, growth, credit and funding in Rome and Lazio». Andrea Ciampalini, Director General of Lazio Innova, goes straight to the point while he defines the strategy for the near future. When he speaks of the reality that he was called upon to lead, the word he repeats most often is "synthesis": «We must be good at making a synthesis of the many, varied resources that we have - he explains - in order to offer measures and interventions that support innovation and economic growth in our area».

With a professional career in Public Administration, Ciampalini has carried out managerial roles in the City and Province of Rome, was a part of the structure managing the Campania waste emergency and then worked at Lazio Regional Administration. First as President of Sviluppo Lazio, then as Director General of Lazio Innova, where he spent the first 2 and a half years of his mandate reorganising the complex "galaxy" of regional companies for economic development: «We have absorbed activities and responsibilities that formerly were those of Asclepion, Banca Impresa Lazio, Filas and Unionfidi - Ciampalini explains - we reduced the number of executive managers by 50%, grouped together previous company offices in public buildings and thus saved 7 and a half million Euro out of a 40 million Euro turnover».

A long, difficult phase that was «not without obstacles», that is now being completed with the last step: the inclusion of BIC Lazio and therefore of all "Spazi Attivi" in the region. The latter are already established incubation and meeting places for startups, enterprises and citizens, and will soon be also what Ciampalini calls «the "antennae" of Lazio Innova in the territory»: sources of precise, detailed information, distributed throughout the region



grazie alle quali sarà ad esempio possibile indirizzare al meglio le decine di milioni di euro in risorse pubbliche regionali ed europee che Lazio Innova gestisce e gestirà nei prossimi anni per sostenere la crescita del sistema economico e imprenditoriale del Lazio.

Finalmente a regime, Lazio Innova si propone ora come quel punto di riferimento istituzionale chiaro e univoco che tutti gli stakeholder dell'ecosistema dell'innovazione nel Lazio invocano ormai da tempo a gran voce: un attore che sappia intercettare la forza creativa presente nella regione; che svolga un ruolo di intermediazione tra mondi diversi ma complementari; che sappia accogliere e indirizzare l'interesse di imprenditori, di fondi e di istituzioni straniere; che sia insomma capace di mettere in contatto le persone favorendo la libera circolazione delle idee e, più in generale, l'innovazione stessa.

Affinché ciò sia possibile, servono l'aiuto e la partecipazione di tutti: «Tutti i player presenti sul territorio, dalle grandi imprese agli startupper, sono invitati a comunicare con noi il più possibile - spiega infatti Andrea Ciampalini - a condividere informazioni e manifestare esigenze con continuità. Abbiamo bisogno del loro aiuto - conclude - perché sono i primi ad intercettare il cambiamento e le opportunità e insieme possiamo contribuire a definire interventi della Regione Lazio che siano più mirati ed efficienti. C'è ancora un percorso da fare e dobbiamo farlo insieme».

thanks to which it will be possible to direct the tens of millions of Euro in public regional and European resources that Lazio Innova manages and will manage in future years to support the growth of the Lazio economic and entrepreneurial system.

Finally working at full regime, Lazio Innova now proposes to be the clear, unmistakable reference point that all Lazio innovation ecosystem stakeholders have been calling for for some time now: an actor that knows how to intercept the creative force present in the region; that plays an intermediary role between the different but complementary worlds; that knows how to accept and guide the interest of entrepreneurs, funds and overseas institutions; that can put people in contact, aiding the free circulation of ideas and innovation in general.

In order for this to be possible, we need everyone's help and participation: «All the players in the region, from large companies to startuppers, are invited to communicate with us as much as possible - says Andrea Ciampalini - to share information and continuously express their needs - he concludes - as they are the first to intercept change and opportunities, and together we can contribute to defining Lazio Regional Administration interventions that are more targeted and efficient. There is still some headway to be made, and we must do it together».



## 3.1

### Il contesto nazionale in cui operano le startup: i numeri del fenomeno e gli strumenti in campo

### The national context in which startups operate: the numbers of the phenomenon and the implemented tools

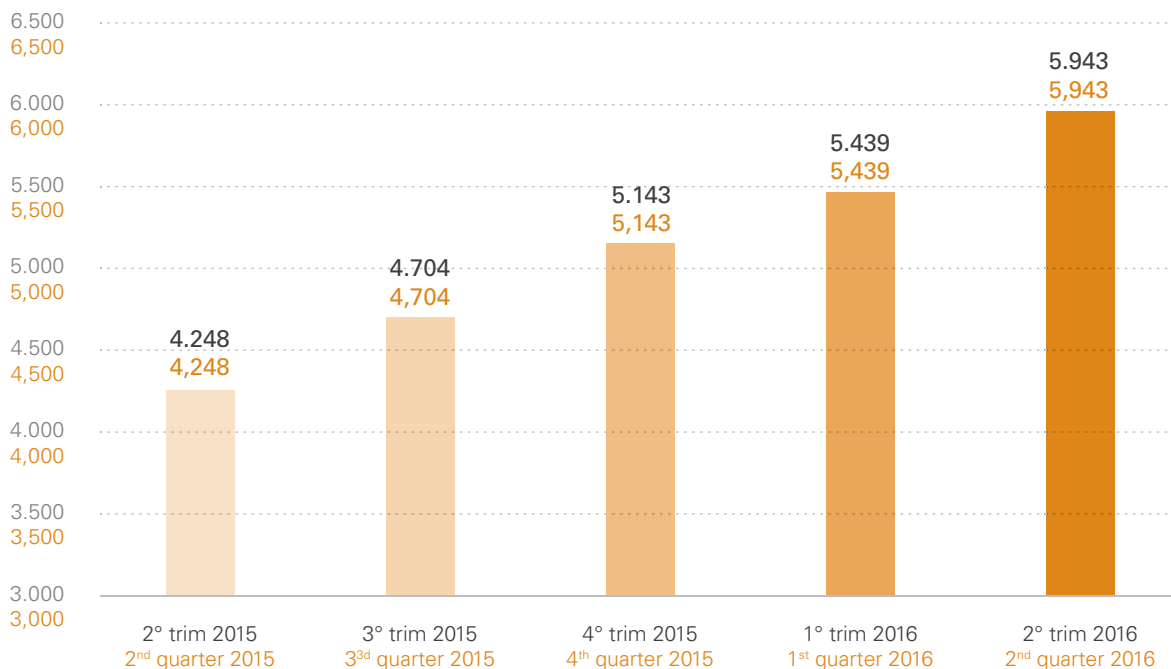
#### 3.1.1 | I numeri del fenomeno<sup>1</sup>

A fine giugno 2016, il numero di startup innovative iscritte alla sezione speciale del Registro delle Imprese è pari a 5.943, in aumento di 504 unità rispetto alla fine di marzo dello stesso anno e di 1.695 unità rispetto a giugno 2015: in termini percentuali, si tratta di una crescita trimestrale del 9% e, addirittura, del 40% a livello annuale.

#### 3.1.1 - The numbers of the phenomenon<sup>1</sup>

At the end of June 2016, the number of innovative startups registered in the special section of the Register of Companies totalled 5,943, 504 units more compared to the end of March of the same year and 1,695 units more compared to June 2015: in percentages, this was a quarterly growth of 9% and a 40% annual growth.

**Start up innovative - Italia - Giu 2015 - Giu 2016**  
**Innovative Startups - Italy - June 2015 - June 2016**



<sup>1</sup> In questo paragrafo si parla in maniera dettagliata della realtà delle startup innovative, fenomeno monitorato già da alcuni anni e per cui è a disposizione un quadro conoscitivo e descrittivo abbastanza completo. Quanto riportato per le startup vale, tuttavia, anche per le PMI innovative, oggetto di interesse analogo da parte dei policy maker ma alimentato più di recente.

<sup>1</sup>This section contains a detailed description of the reality of innovative startups, a phenomenon monitored for a few years already and for which quite a complete descriptive and knowledge-gathering picture is available. What is reported for startups also applies to innovative SMEs, the subject of similar interest from policy makers but only more recently powered.

Queste cifre, più di ogni altra considerazione, mettono in evidenza l'interesse da parte del sistema produttivo per un'iniziativa partita con un carattere "amministrativo," ma che nel corso di un biennio sta fornendo un contributo rilevante per la costruzione di un ecosistema italiano dell'innovazione. Sotto il profilo settoriale, circa il 71,3% delle startup innovative fornisce servizi alle imprese (in particolare, prevalgono la produzione software e la consulenza informatica, le attività di R&S, le attività dei servizi d'informazione), il 18,9% opera nei settori dell'industria in senso stretto (su tutti: fabbricazione di pc e prodotti elettronici e ottici, fabbricazione di macchinari e fabbricazione di apparecchiature elettriche) e il restante 10% delle startup opera nel commercio e negli altri servizi.

Le startup innovative a guida femminile sono 813, il 13,7% del totale, contro un rapporto del 16,8% se si prendono in esame le società di capitali a prevalenza femminile sul totale delle società di capitali. Le società con almeno una donna presente nella compagine societaria sono 2.634, il 44,3% del totale delle startup.

Se, dopo quanto appena evidenziato, la questione di genere non rappresenta una qualità del sistema delle startup innovative italiane, è sulla questione generazionale che invece le cifre assumono un valore molto significativo: oltre 1.300 startup (il 22% del totale) sono, infatti, a prevalenza giovanile (under 35), una quota pari a più di 3 volte quella delle società di capitali con prevalenza giovanile (appena il 7% del totale): a ciò va aggiunto che le società con almeno un giovane nella compagine societaria sono circa 2.300 (38,5% del totale startup, valore che scende al 13,2% se si considerano le società di capitali con presenza giovanile).

L'elemento generazionale, sicuramente atteso in un contesto come quello del mondo delle startup innovative fatto di dinamismo, innovazione tecnologica ed elevato grado di istruzione dei protagonisti, rappresenta tuttavia un punto centrale nella più ampia sfida della ripresa economica del sistema produttivo italiano, fiaccato da un

These figures, more than any other consideration, highlight the interest by the production system in an initiative that started up with an "administrative" character, but that which, over a period of two years, is providing an important contribution for the construction of an Italian innovation ecosystem.

From a sector point of view, about 71.3% of innovative startups provide services to companies (in particular, software and IT consultancy, R&D activities and information services are the main ones), 18.9% operate in the industry sector in the strict sense of the term (manufacture of PCs and electronic and optical products, manufacture of machinery and manufacture of electrical equipment) and the remaining 10% of startups operates in commerce and other services.

There are 813 female-led innovative startups, 13.7% of the total, compared with a ratio of 16.8% if we take account companies with mainly female capital out of the total of corporates. There are 2634 companies with at least one woman present in the shareholders' structure, 44.3% of the total of startups.

If after what is stated above, gender is not a quality of the Italian innovative startups system, it is generation where the numbers become particularly significant: more than 1300 startups (22% of the total) are in fact mainly "young" (under 35 years of age), a share equal to more than 3 times that of corporates with mainly young components (just 7% of the total): to this it must also be added that the companies with at least one young shareholder total about 2,300 (38.5% of the startups total, a value that decreases to 13.2% in stock companies).

The generational element, which is expected in a context such as that of the world of innovative startups which is dynamic, hi-tech, innovative and highly educated, is however a central point in the broader challenge of economic recovery for the Italian production system, weakened by 5 years of deep economic crisis: the growth in the number of innovative startups and especially of startups led

lungo quinquennio di profonda crisi economica: la crescita del numero delle startup innovative e soprattutto delle startup guidate da giovani rappresenta, infatti, un'importante risposta alla mancanza di opportunità economiche venutasi a creare per colpa della crisi economica.

### 3.1.2 - Gli strumenti in campo

Negli ultimi anni, la sensibilità dei policy maker al fenomeno delle startup è cresciuta in modo esponenziale, generando una serie di interventi di carattere normativo<sup>2</sup> volti "a promuovere la crescita sostenibile, lo sviluppo tecnologico e l'occupazione - in particolare giovanile - l'aggregazione di un ecosistema animato da una nuova cultura imprenditoriale votata all'innovazione, così come a favorire una maggiore mobilità sociale, il rafforzamento dei legami tra università e imprese, nonché una più forte capacità di attrazione di talenti e capitali esteri nel nostro Paese"<sup>3</sup>.

Le agevolazioni messe in campo coprono tutti gli aspetti della vita di una startup, dalla costituzione alla gestione ordinaria, dall'accesso ai finanziamenti a quello relativo ai servizi di internazionalizzazione: si tratta di un bouquet di interventi ben sintetizzati dalla figura seguente, dove vengono descritte anche le caratteristiche e i requisiti che l'impresa deve possedere per poter ottenere la qualifica di startup innovativa.

Le misure si applicano in favore delle startup innovative per 5 anni dalla loro data di costituzione: di seguito, tralasciando gli interventi relativi all'atto costitutivo e quelli di carattere amministrativo e fiscale, è interessante fornire qualche informazione di dettaglio sulle iniziative che costituiscono un vero e proprio "facilitatore" dell'iniziativa economica e su quelle che rappresentano un elemento innovativo a favore dell'intero ecosistema.

by young people is in fact an important response to the lack of economic opportunities that has come about due to the economic recession.

### 3.1.2 - The implemented tools

In recent years, policymakers sensitivity to the startup phenomenon has grown exponentially, generating a series of regulatory interventions<sup>2</sup> aimed "at promoting sustainable growth, technological development and employment - in particular for young people - the grouping together of an ecosystem animated by a new entrepreneurial culture devoted to innovation, and also to favour a greater social mobility, the strengthening of ties between universities and enterprise, and a strong capacity for attracting talents and foreign capitals to our country"<sup>3</sup>.

The available subsidies cover all aspects of a startup's life, from its establishment to ordinary management, from access to funding to access to internationalisation services: there is a bouquet of interventions that are summarised in the diagram below, where the characteristics and requisites that the enterprise must possess to obtain innovative startup status are also described.

Measures are applied for innovative startups for 5 years from their date of establishment: thereafter, leaving aside the interventions for the articles of association and the ones of an administrative and fiscal nature, it is interesting to provide some detailed information about initiatives that are a real "facilitator" of economic initiatives and those that are a innovative element for the entire ecosystem.

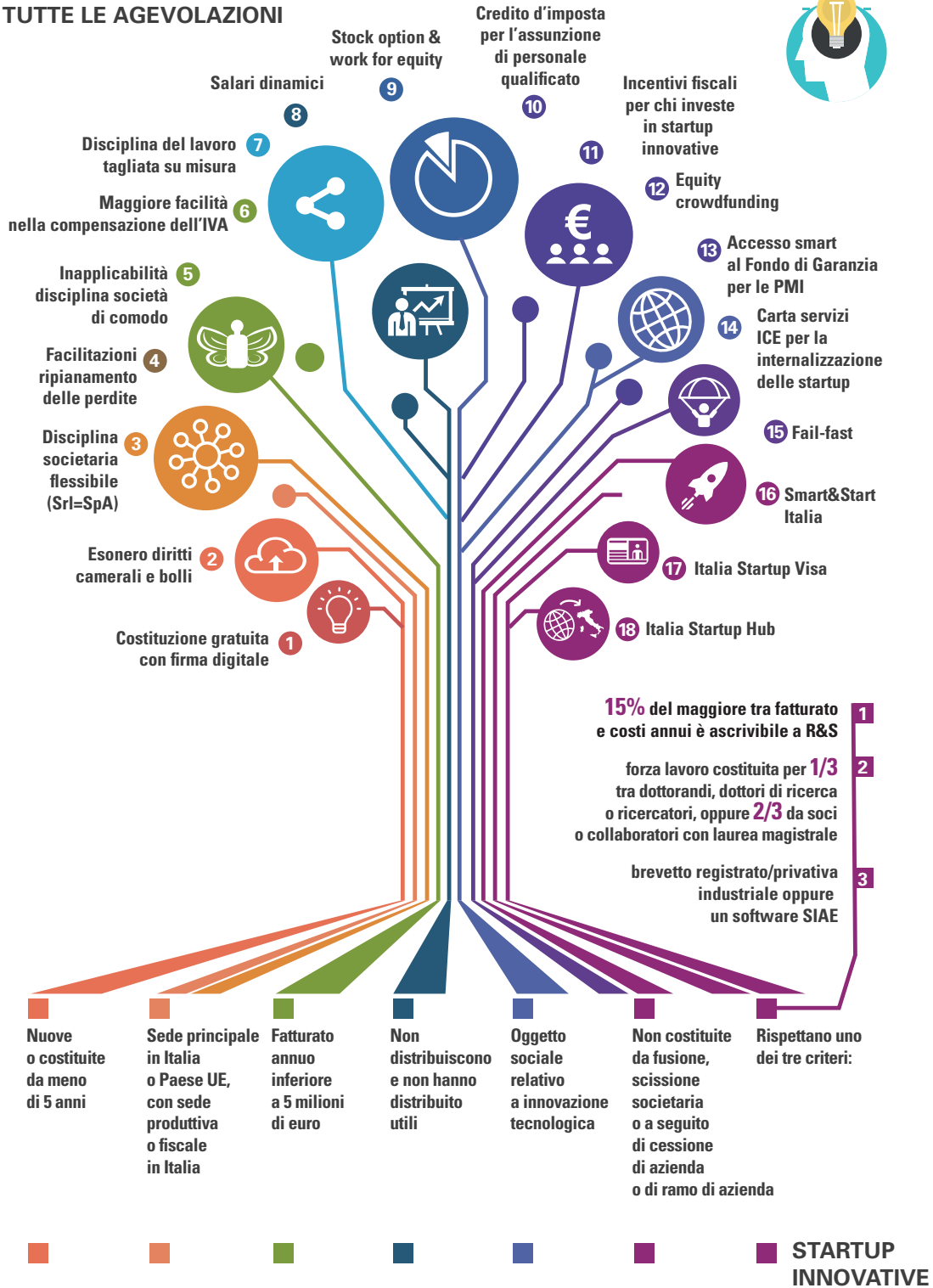
<sup>2</sup> Punto di partenza di questa serie di interventi è stato il Decreto Legge 179/2012, noto anche come "Decreto Crescita 2.0", convertito dalla Legge 221/2012

<sup>3</sup> Guida alle agevolazioni per le startup e le PMI innovative – Ministero dello sviluppo economico e Invitalia – Maggio 2016

<sup>2</sup> Starting point for this series of interventions was the Decree Law 179/2012, also known as "Growth Decree 2.0", converted by Law 221/2012

<sup>3</sup> Guide to the subsidies for innovative startups and SMEs - Ministry of economic development and Invitalia – May 2016

## TUTTE LE AGEVOLAZIONI



Nuove o costituite da meno di 5 anni

Sede principale in Italia o Paese UE, con sede produttiva o fiscale in Italia

Fatturato annuo inferiore a 5 milioni di euro

Non distribuiscono e non hanno distribuito utili

Oggetto sociale relativo a innovazione tecnologica

Non costituite da fusione, scissione societaria o a seguito di cessione di azienda o di ramo di azienda

Rispettano uno dei tre criteri:

**ALL FACILITATIONS**



1 **15% of the higher between turnover and annual costs can be attributed to R&D**

2 **1/3 of workforce is PhD students, PhD graduates or researchers, or 2/3 of workforce are partners or collaborators with a specialist degree**

3 **Registered patent/industrial property or SIAE software**

- New or established less than 5 years ago
- Main offices in Italy or EU country, with production site or fiscal branch in Italy
- Annual turnover less than 5 million Euro
- Do not distribute and have not distributed profits
- Corporate purpose related to technological innovation
- Not established by merger, corporate spin-off or further to sale of company or company division
- They observe one of three criteria

■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ **INNOVATIVE STARTUPS**

### Misure di agevolazione

- **Disciplina del lavoro tagliata su misura:** estrema flessibilità nell'assunzione del personale con nessun vincolo dato dal rapporto tra numero di contratti a tempo determinato e a tempo indeterminato; possibilità di determinare la retribuzione dei dipendenti in modo flessibile lasciando alle parti facoltà di stabilire quale parte della remunerazione sia fissa e quale variabile, con l'ulteriore facoltà di utilizzare come parte dell'emolumento strumenti di partecipazione al capitale (come le *stock option*) e, per i fornitori di servizi esterni, attivare schemi di *work for equity*.
- **Investimenti nelle startup innovative:** sono previsti rilevanti incentivi sia per gli investimenti provenienti da persone fisiche sia giuridiche e tali contributi possono pervenire sia sotto forma di investimenti diretti in startup, sia sotto forma di investimenti indiretti per il tramite di OICR<sup>4</sup> e altre società; il beneficio fiscale è maggiore se l'investimento riguarda le startup a vocazione sociale e quelle che sviluppano e commercializzano prodotti o servizi innovativi ad alto valore tecnologico in ambito energetico.
- **Raccolta di capitali:** è prevista la possibilità di raccogliere capitali tramite campagne di *equity crowdfunding* su portali online autorizzati. Si è inoltre provveduto a rafforzare lo strumento attraverso nuove normative e regolamenti<sup>5</sup> che prevedono l'utilizzo dell'*equity crowdfunding* anche per le PMI innovative, il coinvolgimento di OICR e altre società di capitali, il trasferimento delle quote di startup innovative e PMI innovative in modo dematerializzato, con conseguente riduzione degli oneri connessi. Sono state inoltre

### Subsidies/facilitations

- **Made-to-measure Employment law:** extreme flexibility in hiring staff with no restrictions on the ratio of number of permanent and temporary contracts; possibility of deciding the salaries of employees in flexible manner, leaving the parties to establish which part of the salary is fixed and which is variable, with a further possibility of using capital participation tools as part of salaries (such as *stock option*) and for providers of external services, to set up *work for equity* schemes.
- **Investments in innovative startups:** large incentives are provided for both investments coming from individuals and entities and these contributions can come under the form of direct investments in startups and indirect investments via UCIS<sup>4</sup> and other companies; tax benefits are higher if the investment is for startups with a social vocation and the ones that develop and commercialize innovative products or services with a high technological value in the energy field.
- **Collection of capital:** the possibility is foreseen to collect capital through *equity crowdfunding* campaigns on authorised online portals. The tool has also been strengthened with new legislation and regulations<sup>5</sup> that foresee the use of *equity crowdfunding* for innovative SMEs too, the involvement of UCIS and other corporates, the transfer of shares in innovative startups and innovative SMEs in a dematerialized way, with a consequent reduction of connected costs. Two new categories among authorised professional investors were also defined: "professional investors on request" identified by the European Mifid laws on

<sup>4</sup> Organismi di Investimento Collettivo del Risparmio

<sup>5</sup> Legge n. 35/2015 - <http://www.gazzettaufficiale.it/eli/id/2015/03/25/15G00048/sg> e Delibera su aggiornamento Regolamento sulla raccolta di capitali di rischio da parte di startup innovative tramite portali on-line <http://www.consob.it/documents/46180/46181/d19520.pdf/33819fc1-4338-450e-b055-183f089111cc>

<sup>4</sup> Undertakings for Collective Investments

<sup>5</sup> Law n. 35/2015 - <http://www.gazzettaufficiale.it/eli/id/2015/03/25/15G00048/sg> and Resolution on update of Regulations on the collection of risk capital by innovative startups through online portals <http://www.consob.it/documents/46180/46181/d19520.pdf/33819fc1-4338-450e-b055-183f089111cc>



definite 2 nuove categorie tra gli investitori professionali autorizzati: gli “investitori professionali su richiesta”, individuati secondo la disciplina europea Mifid sulla prestazione dei servizi di investimento, e gli “investitori a supporto dell’innovazione”, nozione che include attori come i *business angel*.

- **Sostegno all’internazionalizzazione:** l’Agenzia ICE offre assistenza in materia normativa, societaria, fiscale, immobiliare, contrattualistica e creditizia; inoltre garantisce l’ospitalità a titolo gratuito alle principali fiere e manifestazioni internazionali, in modo da favorire l’incontro tra startup innovative e investitori potenziali per le fasi di *early stage capital* ed *expansion*.

#### Misure a favore dell’ecosistema dell’innovazione

- **Smart&Start Italia:** con il DM 24 settembre 2014<sup>6</sup> è stato introdotto uno schema di finanziamento agevolato per le startup innovative localizzate su tutto il territorio nazionale; la dotazione finanziaria è stata determinata in 200 milioni di euro, che saranno concessi a favore di progetti che prevedono programmi di spesa (sia investimenti, sia costi di gestione) di importo compreso tra 100.000 e 1,5 milioni di euro. Sono valutate in via preferenziale le richieste provenienti da startup innovative che si impegnino a finanziare almeno il 30% del piano di investimento con capitale proveniente da investitori istituzionali.
- **Italia Startup Visa:** iniziativa nata dalla collaborazione tra Ministero dello Sviluppo Economico, Ministero degli Affari Esteri, Ministero dell’Interno e Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali, rivolta agli imprenditori innovativi non Ue, quale leva strategica per at-

the provision of service by investment services, and the “investors supporting innovation”, a notion that includes players such as *business angels*.

- **Support for internationalisation:** The Italian Trade Agency - ITA offers regulatory, corporate, fiscal, real estate, contractual and credit assistance; it also guarantees free hospitality at the main trade fairs and international events, to favour the meeting between innovative startups and potential investor for the *early stage capital* and *expansion phases*.

#### Measures for the innovation ecosystem

- **Smart&Start Italia:** by the Min. Decree dated 24 September 2014<sup>6</sup> a subsidised funding scheme was introduced for innovative startups located throughout Italy; funding was set at 200 million Euro, that will be granted to projects that have expense programmes (investments, management costs) between 100,000 and 1.5 million Euro. Requests from innovative startups who commit to funding at least 30% of the investment plan with capital coming from institutional investors are assessed preferentially.
- **Italy Startup Visa:** initiative born from the collaboration between the Ministry of Economic Development, the Ministry of Foreign Affairs, the Ministry of Home Affairs and the Ministry of Employment and Social Policies, aimed at non-EU innovative entrepreneurs, as a strategic lever for attracting and maintaining highly qualified human capital in our country; the programme has a rapid centralised mechanism (max 30 days), (committee with representatives from national innovation ecosystem representatives) and little red

<sup>6</sup> <http://www.sviluppoeconomico.gov.it/index.php/it/normativa/decreti-ministeriali/2031778-decreto-ministeriale-24-settembre-2014-riordino-smart-start>

<sup>6</sup> <http://www.sviluppoeconomico.gov.it/index.php/it/normativa/decreti-ministeriali/2031778-decreto-ministeriale-24-settembre-2014-riordino-smart-start>

trarre e trattenere nel nostro Paese capitale umano altamente qualificato; il programma ha introdotto un meccanismo rapido (massimo 30 giorni), centralizzato (comitato composto da rappresentanti di associazioni dell'ecosistema nazionale dell'innovazione) e leggero sul piano burocratico (interamente online) per la concessione dei visti di ingresso per lavoro autonomo a richiedenti che intendono avviare una startup innovativa in Italia.

- **Italia Startup Hub:** estensione del modello di Italia Startup Visa, il programma è rivolto ai cittadini non Ue che già sono in Italia; sono in possesso di un regolare permesso di soggiorno e intendono permanere anche dopo la scadenza per avviare una startup innovativa: il loro permesso di soggiorno viene convertito in un "permesso per lavoro autonomo startup" senza dover uscire dal territorio italiano e godono delle stesse modalità semplificate previste per la concessione dei visti startup.
- **Contamination Lab:** progetto pilota nato dalla collaborazione tra Ministero dello Sviluppo Economico e Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca, prevede la costituzione all'interno delle università situate nelle cosiddette regioni "convergenza"<sup>7</sup>, di luoghi di contaminazione interdisciplinare che promuovano la cultura dell'imprenditorialità, dell'innovazione e nuovi modelli di apprendimento.

<sup>7</sup> Riguarda tutte le regioni dell'Unione Europea con un prodotto interno lordo (PIL) pro capite inferiore al 75% della media comunitaria. In Italia rientrano in questo obiettivo le Regioni Basilicata (a titolo transitorio), Calabria, Campania, Puglia e Sicilia.

tape (entirely online) for granting entry self employment visas to applicants who intend to set up an innovative startup in Italy.

- **Italy Startup Hub:** extension of the Italy Startup Visa model, the programme is aimed at non-EU citizens who are already in Italy, have a regular permit of stay, and who intend to remain even after it expires to set up an innovative startup: their permit of stay is converted into a "permit for startup self-employment" without having to leave Italy and enjoy the same simplified procedures for the granting of startup visas.
- **Contamination Lab:** a pilot project born from collaboration between the Ministry of Economic Development and the Ministry of Education, University and Research foresees the establishment of places of interdisciplinary contamination that promote the culture of entrepreneurship, innovation and new learning models in the so-called "convergence"<sup>7</sup> regions.

<sup>7</sup> It concerns all regions of the European Union with a gross national product GNP per capita of less than 75% of the EU average. The regions of Basilicata (temporarily), Calabria, Campania, Puglia and Sicily come under this objective in Italy.

## IL FONDO ITALIANO DI INVESTIMENTO<sup>8</sup>

Il Fondo Italiano di Investimento, nato su iniziativa del Ministero dell'Economia e delle Finanze nel 2010, ha avuto l'adesione delle più importanti istituzioni finanziarie e imprenditoriali del Paese e nasce con l'obiettivo di supportare le PMI innovative nel loro processo di sviluppo. Lo fa operando attraverso interventi di capitalizzazione in funzione della loro crescita, sia nazionale che internazionale.

Il Fondo opera sia attraverso l'assunzione di partecipazioni dirette, prevalentemente di minoranza, nel capitale di imprese italiane, sia come fondo di fondi, investendo in altri fondi la cui operatività è in linea con quella del Fondo Italiano.

L'attività di investimento diretto si rivolge alle imprese italiane in fase di sviluppo con fatturato indicativamente compreso tra 10 e 250 milioni di euro, con l'obiettivo di creare una fascia più ampia di aziende di medie dimensioni che, pur mantenendo la flessibilità e l'innovazione tipica delle PMI, possano disporre di una struttura patrimoniale e manageriale adeguata e di una governance funzionale per competere a livello internazionale.

Il Fondo si propone, pertanto, come partner in grado di supportare le aziende nell'affrontare processi di sviluppo, aggregazione, internazionalizzazione, ricambio generazionale e riorganizzazione societaria. La sua durata è di 12 anni a decorrere dalla chiusura parziale delle sottoscrizioni (avvenuta il 9 novembre 2010), con scadenza il 31 dicembre 2022, oltre al periodo di grazia.

Gli investimenti diretti finora deliberati e perfezionati sono pari a 39 (inclusi gli add-on<sup>9</sup>), per un ammontare di

<sup>8</sup> Estrazione e rielaborazione dei contenuti della "Relazione annuale del Fondo Italiano di Investimento al 31 dicembre 2015" – Febbraio 2016.

<sup>9</sup> Si tratta di operazioni di acquisizione condotte da società partecipate su altre società per aumentare la propria quota di mercato o ampliare la gamma dei prodotti offerti.

## THE ITALIAN INVESTMENT FUND<sup>8</sup>

The Italian Investment Fund, born from the initiative of the Ministry of Economics and Finance in 2010, has been adhered to by the most important financial and entrepreneurial institutions in the country and aims to support innovative SMEs in their development process. It does this by operating in capitalisation interventions depending on their growth, both national and international.

The Fund operates both via taking on direct shareholdings, mainly minority ones, in the capital of Italian businesses, both as a fund of funds, investing in other funds where operations are in line with that of the Italian Fund.

Direct investments are aimed at Italian enterprises in the development phase with a turnover of about 10-250 million Euro, with the aim of creating a wider band of medium-sized companies that, while maintaining the flexibility and innovation so typical of SMEs, can also have an adequate assets and managerial structure and functional governance structure for competing internationally.

The Fund therefore proposes itself as a partner that can support companies in addressing development processes, aggregation, internationalisation, generational changeover and corporate restructuring. It will last for 12 years starting from the part closure of the subscriptions (which took place on 9<sup>th</sup> November 2010), with expiry on 31<sup>st</sup> December 2022, in addition to the period of grace.

<sup>8</sup> Extraction and redrafting of the contents of the "Annual report by the Italian Investment Fund at 31st December 2015" – February 2016.

circa 400 milioni di euro (di cui circa 366 milioni di euro effettivamente investiti), mentre il totale degli impegni deliberati per i fondi ammonta a circa 440 milioni di Euro, distribuiti su 21 veicoli di investimento; il totale complessivamente deliberato è pari, quindi, a oltre 840 milioni di euro, corrispondente a circa l'80% del capitale gestito dal Fondo, disponibile per investimenti.

L'intervento del Fondo Italiano ha attratto risorse finanziarie per oltre 2 miliardi di euro, di cui circa 500 milioni provenienti da primari investitori istituzionali esteri, aventi come focus investimenti in PMI italiane. Al 31 dicembre 2015, il numero complessivo delle aziende oggetto di investimento, anche tramite l'attività di fondo di fondi, è di oltre 150 (di cui 60 le startup collegate all'attività di venture capital) con un fatturato di circa 5 miliardi di euro e con circa 27.000 dipendenti (di cui oltre 1.200 riconducibili al venture capital).

39 direct investments have been decided and completed so far (including the add-ons<sup>9</sup>), for a total of approximately 400 million Euro (of which about 366 million Euro is actually invested), while the total of commitments decided for the funds amounts to approximately 440 million Euro, spread over 21 investment vehicles; the total amount deliberated was therefore more than 840 million Euro, corresponding to about 80% of the capital managed by the Fund, available for investments.

The Italian Fund's Intervention has attracted financial resources totalling more than 2 billion Euro, of which about 500 million comes from primary foreign institutional investors, with investments in Italian SMEs as their focus. At 31<sup>st</sup> December 2015, the total number of companies that were the subject of investment, also via the fund of funds' activity, amounted to 150 (60 of which were startups linked to venture capital) with a turnover of about 5 billion Euro and with about 27,000 employees (of which more than 1,200 can be traced to venture capital).

<sup>9</sup> Add-ons are acquisition transaction by investee companies on other companies to increase their market share and/or broaden the product range.

## INVITALIA VENTURE<sup>10</sup>

Nel settembre 2015 è stato costituito "Italia Venture I", il Fondo comune di investimento di tipo chiuso e riservato, gestito dalla SGR Invitalia Ventures S.p.A.

Il Fondo costituisce un patrimonio autonomo, con un capitale di 50 milioni di euro provenienti dal Ministero dello Sviluppo Economico e sottoscritti interamente da Invitalia: a questo capitale, si sono aggiunti quelli sottoscritti a inizio 2016 dalla multinazionale americana Cisco e da Metec (Gruppo Ginatta) e, più di recente, un'ulteriore quota messa a disposizione da Fondazione di Sardegna, che hanno fatto salire l'ammontare del Fondo a 65 milioni di euro.

Il Fondo opera solo in co-investimento con operatori privati, fino a un massimo del 70% di ogni singolo round di investimento, con un taglio compreso tra 0,5 milioni e 1,5 milioni di euro. I settori d'investimento sono: Internet & ICT, Logistica & Meccatronica, Biotech & Health, Clean Energy & Green Tech, Governo e PA, Social Impact & Sostenibilità, Food Fashion e Life Style, Fintech.

<sup>10</sup> Informazioni tratte dal sito: <http://www.invitaliaventures.it/>

## INVITALIA VENTURE<sup>10</sup>

In September 2015 "Italia Venture I" was set up. It is a closed, reserved common investment fund, managed by SGR Invitalia Ventures S.p.A.

The fund has autonomous assets with capital of 50 million Euro coming from the Ministry of Economic Development and entirely subscribed by Invitalia: in addition to this capital, there is also capital subscribed at the start of 2016 by the American multinational Cisco and by Metec (Ginatta Group), while more recently a further amount was made available by Fondazione di Sardegna, thus bringing the Fund to a total of 65 million Euro.

The Fund operates solely in co-investment with private operators, up to a maximum of 70% of each round of investment, with a share of 0.5 – 1.5 million Euro. The investment sectors are: Internet & ICT, Logistics & Meccatronics, Biotech & Health, Clean Energy & Green Tech, Government and PA, Social Impact & Sustainability, Food Fashion and Life Style, Fintech.

<sup>10</sup> Information taken from the website: <http://www.invitaliaventures.it/>

## 3.2

### Le startup innovative laziali

Un po' di numeri sulla realtà regionale e sulle strategie messe in campo dalla Regione Lazio per rafforzare l'ecosistema dell'innovazione.

#### 3.2.1 - Numeri e peculiarità della realtà laziale

Al secondo trimestre 2016, il numero di startup innovative iscritte alla sezione speciale del Registro delle imprese del Lazio è pari a 610, circa il 10% del totale nazionale: rispetto allo stesso periodo del 2015, si è avuto un incremento molto considerevole (+44%), con una crescita continua lungo tutto il periodo esaminato.

Per quanto riguarda le attività prevalenti tra le imprese, oltre l'80% (506 su 601) è impegnata nei servizi, poco meno del 10% nell'industria e nell'artigianato, mentre le

### The Lazio innovative startups

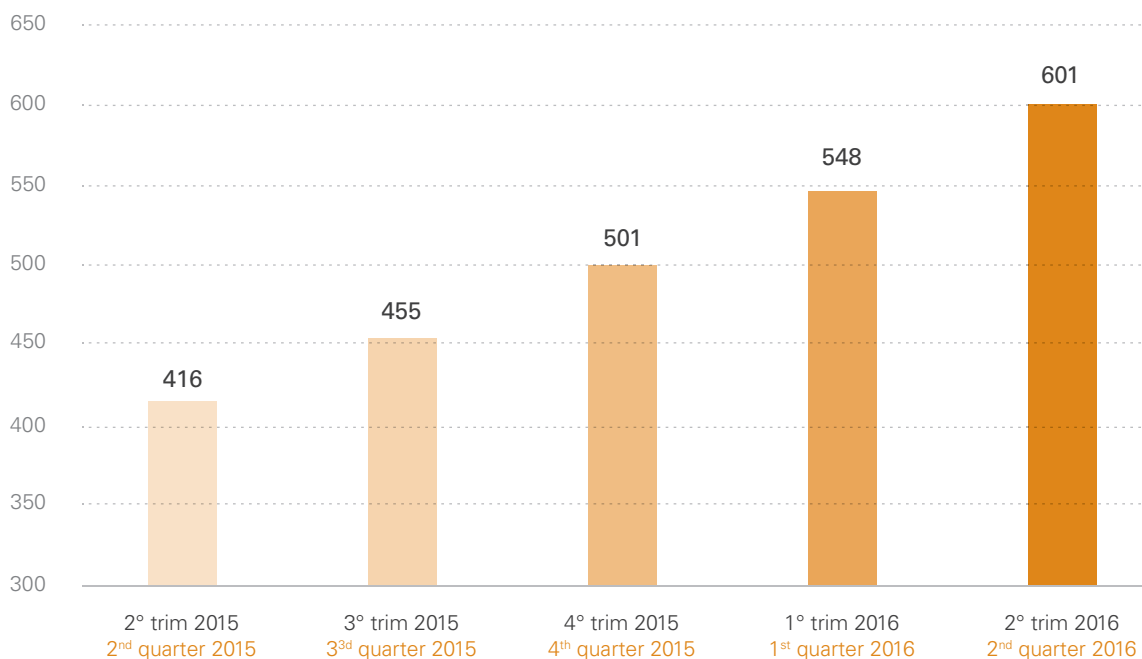
A few numbers concerning the regional situation and strategies enacted by the Lazio Regional Council to strengthen the innovation ecosystem.

#### 3.2.1 - Numbers and features of the Lazio reality

In Q2 of 2016 the number of innovative startups registered in the special section of the Lazio Register of Companies amounted to 610, about 10% of the total registered nationally: compared to the same period in 2015, there has been a considerable (+44%) increase, with continuous growth throughout the period examined.

With regard to the main activities of the enterprises, more than 80% (506 out of 601) works in services, a little under 10% in industry and handicrafts, while the

**Start up innovative - Lazio - Giu 2015 - Giu 2016**  
**Innovative Startups - Lazio - June 2015 - June 2016**



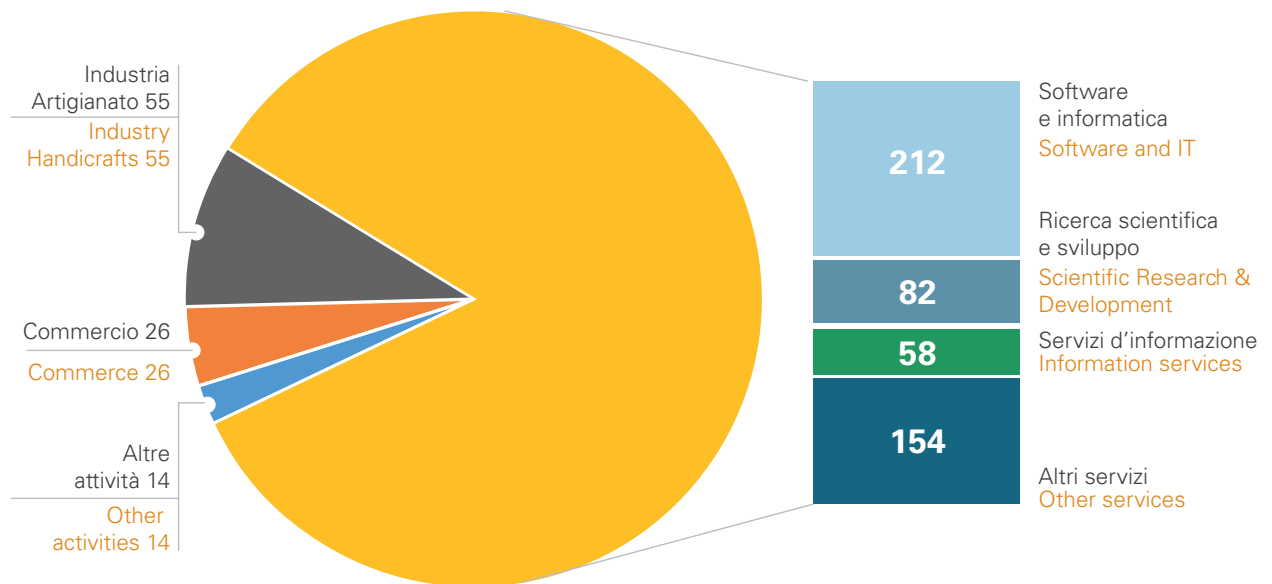
rimanenti si dividono tra il commercio e le altre attività (turismo, agricoltura ecc.). Da evidenziare, all'interno dei servizi, una forte prevalenza di attività a elevato valore aggiunto e con rilevante contenuto innovativo come la produzione di software e i servizi informatici (212 imprese), la ricerca scientifica e lo sviluppo (82) e i servizi di informazione (58). Queste 3 attività, insieme, rappresentano circa il 60% di tutte le startup innovative laziali.

Altro elemento da rilevare sulle caratteristiche delle startup laziali, è la buona presenza di imprese ad alto valore tecnologico in ambito energetico<sup>11</sup> (83 su 601) e l'importante apporto dei giovani nella gestione dell'impresa (127 su 601), con 54 esperienze a esclusiva partecipazione giovanile<sup>12</sup>.

rest are divided between commerce and other activities (tourism, agriculture, etc). Within the services, there is a high prevalence of high added value activities, and considerable innovative content, such as the production of software and IT services (212 enterprises), scientific research and development (82) and information services (58). These 3 activities together represent about 60% of all Lazio innovative startups.

Another element to be pointed out on Lazio startup characteristics, is the good presence of high technological value in the energy field<sup>11</sup> (83 out of 601) and the important presence of young people in enterprise management (127 out of 601), with 54 startups with exclusively young participants<sup>12</sup>.

### Start up innovative per settore - Lazio - Giu 2016 Innovative Startups - Sectors of activity - Lazio - June 2016



11 Una startup possiede tale caratteristica se sviluppa e commercializza esclusivamente prodotti o servizi innovativi ad alto valore tecnologico in ambito energetico.

12 Il 100% del capitale sociale e il ruolo di amministratori in mano a giovani di età non superiore a 35 anni.

11 A startup has this characteristic if it only develops and commercialises high technological value products or services for the energy sector.

12 100% of share capital and the role of directors in the hands of young people under the age of 35.

Infine, nel Lazio circa il 71% delle startup impegna oltre il 15% del valore della produzione (o dei costi, se superiori) in attività di ricerca e sviluppo; il 27% delle startup ha un team formato per 2/3 da personale in possesso di laurea magistrale (oppure per 1/3 da dottorandi o dottori di ricerca o laureati con 3 anni di esperienza in attività di ricerca certificata); il 18% delle startup è depositario di brevetti (oppure titolare di software registrato).

Lastly, in Lazio approximately 71% of startups uses more than 15% of production value (or costs, if higher) in research and development; 27% of startups has 2/3 of personnel with a specialisation degree (or 1/3 who are studying for PhDs or who have PhDs, or are graduates with 3 years' experience in certified research activities); 18% of startups have deposited patents (or own registered software).

startup innovative nel Lazio	601	innovative startups in Lazio
impegnate in servizi ad elevata innovazione	352	working in high innovation services
in mano a under 35	127	in the hands of under 35s
con oltre il 15% di spese per R&S	427	spending more than 15% for R&D
con oltre 2/3 di laureati	161	with more than 2/3 graduates
in possesso di brevetti o software registrato	107	with registered patents or software



### 3.2.2 - Gli interventi messi in campo dalla Regione Lazio e le strategie per rafforzare l'ecosistema delle startup

Il sostegno alla creazione di nuove imprese innovative e creative è parte integrante della strategia della Regione Lazio per sostenere lo sviluppo, e questo per 2 ragioni: in parte perché c'è a riguardo un'indicazione precisa da parte dell'Unione Europea, evidenziata nella Strategia 2020; e in parte per valorizzare le specifiche caratteristiche industriali e culturali della nostra regione, che ha nell'innovazione e nelle industrie creative un ruolo di leadership a livello nazionale.

La Regione sta lavorando per creare un ecosistema favorevole alla nascita di imprese innovative e creative, intervenendo lungo tutta la filiera che consente a un'idea imprenditoriale di nascere, svilupparsi e affermarsi sui mercati.

Il contesto laziale vanta una serie di fattori positivi: la presenza delle università e di un elevato numero di laureati, le imprese a elevato contenuto tecnologico, i capitali e le professionalità, una vita culturale dinamica e un settore delle industrie creative tra i più forti in Italia. Dato questo contesto, il compito della Pubblica Amministrazione è abilitare l'innovazione con strumenti mirati e misure dedicate, agendo di concerto con tutti gli attori presenti sul territorio.

Per questo, negli ultimi 3 anni, gli interventi della Regione Lazio si sono concretizzati nella creazione dei seguenti strumenti a favore dell'ecosistema delle startup.

### 3.2.2 - Interventions enacted by Lazio Regional Administration and the strategies to strengthen the startup ecosystem

The support for creating new innovative enterprises is an integral part of the Lazio Regional Administration's strategy to support development. This is for 2 reasons: partly because there is a precise indication by the European Union about it, highlighted in the 2020 Strategy and partly to enhance the specific industrial and cultural characteristics of our region, that holds a national leadership role in innovation and in creative industries.

The Region is working to create an ecosystem that favours the founding of innovative, creative enterprises, intervening along the entire process that allows an entrepreneurial idea to be conceived, developed and established on the market.

The Lazio context boasts a series of positive factors: the presence of universities and a high number of graduates, companies with a high technological content, capital and professionals, a dynamic cultural life and a creative industries sector that is one of the best in Italy. Given this context, the Public Administration's task is to enable innovation with targeted tools and dedicated measures, acting together with all the players in the area.

For this reason in the last 3 years, the Lazio Regional Administration interventions have become tangible in creating the following tools in favour of the startup ecosystem.

## A

## STARTUPLAZIO!

Startup Lazio! è un programma regionale per imprese innovative e giovani talenti che ha l'obiettivo di promuovere anche nel Lazio un ambiente favorevole alla nascita e allo sviluppo delle nuove imprese innovative, sostenere la crescita delle aziende e i giovani talenti, valorizzare i processi di trasferimento tecnologico come strumenti di innalzamento della competitività del sistema produttivo. Lo stanziamento complessivo del programma ammonta a 31 milioni di euro, distribuiti attraverso più bandi.

- **Il Fondo per il prestito partecipativo alle startup innovative**, con uno stanziamento di **10 milioni di euro**, è rivolto alle imprese innovative costituite da non più di 48 mesi; è destinato alla copertura delle spese di avvio della nuova attività imprenditoriale e consente di ottenere un finanziamento di 5 anni a tasso di interesse agevolato. Il bando a sportello prevede un importo massimo di 200.000 euro e il finanziamento è erogato in un'unica soluzione alla firma del contratto. Sono stati finanziati **56 progetti per oltre 7 milioni di euro (erogati 6,4 milioni)**.
- **Ict per tutti**, bando da **10 milioni di euro** rivolto alle imprese già esistenti per incentivare l'adozione di nuove strumentazioni e metodologie ICT (Information and Communication Technologies) come, ad esempio, l'utilizzo di Internet e di software open source per semplificare e migliorare le pratiche di gestione aziendale, lo sviluppo del web 2.0 per potenziare il marketing e la comunicazione con clienti e fornitori. Il contributo massimo per progetto è pari a 100.000 euro, con una durata massima di 12 mesi, ed è rivolto a PMI, imprese artigiane, cooperative, imprese sociali e, per la prima volta, anche alle attività commerciali e turistiche. Risul-

## STARTUPLAZIO!

Startup Lazio! is a regional programme for innovative enterprises and young talent that aims to promote an environment in Lazio that is conducive to the birth and development of new innovative enterprises, to support the growth of companies and young talent and nurture the technological transfer as tools for increasing competitiveness of the production system. The total allocation of funds from the programme amounts to 31 million Euro, distributed through several calls for application.

- **The Fund participatory loan to innovative startups**, with an allocation of 10 million Euro, is aimed at innovative enterprises that are maximum 48 months old. It is destined to cover the startup expenses of new entrepreneurial activity, and grants a 5-year loan at a subsidised interest rate. Is a one-stop-shop; it provides for a maximum of 200,000 Euro and the loan is issued as a single instalment on signing the contract. **56 projects were funded by more than 7 million Euro (6.4 million paid)**.
- **ICT per tutti** (ICT for everyone), a call for proposal worth **10 million Euro** aimed at companies that already exist to encourage the adoption of new ICT tools and methods (Information and Communication Technologies) such as, for example, the use of Internet and open source software to simplify and improve company management practices, development of web 2.0 to strengthen marketing and communication with clients and suppliers. The maximum contribution per project is 100,000 Euro, with a maximum duration of 12 months and is aimed at SMEs, artisan firms, cooperatives, social enterprises and, for the first time, also commercial and tourism activities. There are **155**

tano **155 progetti agevolati per circa 7,4 milioni di euro di contributo (5,7 milioni erogati).**

- **Creativi Digitali**, rivolto a giovani talenti under 35 e alle PMI del Lazio per progetti riguardanti produzione audiovisiva, piattaforme web, performing media per la cultura ed editoria digitale, mette a disposizione **4 milioni di euro**. Il bando è strutturato in 4 tranches:
  - a. **Progetto Zero**, 400.000 euro per promuovere lo start-up di progetti audiovisivi; finanzia i costi di realizzazione di un "numero zero" o di un prodotto pilota (**11 progetti agevolati per 440.000 euro di contributo, erogati 152.000 euro**);
  - b. **App On**, con 2 milioni di euro promuove la progettazione e lo sviluppo di piattaforme e applicativi per Smartphone e Tablet (**44 progetti agevolati per 1,7 milioni di euro, erogato un milione**);
  - c. **Cultura Futura**, 800.000 euro per promuovere la progettazione e lo sviluppo di applicativi e software finalizzati a valorizzazione e fruizione innovativa del territorio, di beni e servizi culturali, di mostre e spettacoli dal vivo (**12 progetti agevolati per 478.000 euro, erogati 377.000**);
  - d. **New Book – Editoria digitale**, 800.000 euro per promuovere la valorizzazione dei cataloghi delle case editrici e la creazione di prodotti con contenuti innovativi (**16 progetti agevolati per 629.000 euro, 440.000 erogati**).

Sono state inoltre rifinanziate 2 misure già previste nell'ambito del Por Fesr 2007-2013: **4 milioni di euro** sono stati destinati alla dotazione del **Fondo Venture Capital** e **3 milioni di euro** sono stati assegnati al **Fondo a sostegno degli spin-off e delle startup** che impegnano giovani laureati in discipline scientifiche.

**subsidised projects for a total of approximately 7.4 million Euro of contributions (5.7 million paid).**

- **Creativi Digitali** (Digital Creatives), aimed at young talents under the age of 35 and SMEs in Lazio, for projects concerning audio-visual production, web platforms, performing media for culture and digital publishing. With **4 million Euro** available, the call is structured into 4 sections:
  - a. **Progetto Zero** (Project Zero), 400,000 Euro to promote the start up of audiovisual projects. It funds the realisation costs of a "number zero" or a pilot product (**11 subsidised projects with a total of 440,000 Euro contributions, 152,000 Euro paid**);
  - b. **App On**, 2 million Euro to promote the design and development of platforms and applications for Smartphones and Tablets (**44 projects subsidised with 1.7 million Euro, one million paid**);
  - c. **Cultura Futura** (Future Culture), 800,000 Euro to promote the design and development of applications and software aimed at optimising innovative use of the territory, assets and cultural services, exhibitions and live shows (**12 projects subsidised with 478,000 Euro, 377,000 paid**);
  - d. **New Book – Digital Publishing**, 800,000 Euro for the enhancement of publishing company catalogues and the creation of products with innovative content (**16 projects subsidised with 629,000 Euro, 440,000 paid**).

Moreover 2 measures, already part of Por Fesr 2007-2013, have been re-financed: **4 million Euro** have been allocated thanks to the **Venture Capital Fund** and **3 million Euro** to the **Fund for supporting spin offs and startups** that involve young science graduates.

## B

FONDO PER LA NASCITA E LO SVILUPPO  
DI STARTUP INNOVATIVEFUND FOR THE BIRTH AND DEVELOPMENT  
OF INNOVATIVE STARTUPS

Il Fondo, costituito attraverso l'art.6 della L.R. 13/2013, ha messo a disposizione 1,1 milioni di euro per contributi a fondo perduto a favore delle startup innovative regionali e, in particolare, per promuovere collaborazioni finanziarie, operative e progettuali con soggetti esperti, stimolando una maggiore presenza di operatori privati specializzati nel sostegno di nuove iniziative. Nel complesso sono stati agevolati **34 progetti per un valore di oltre un milione di euro (600.000 erogati)**.

The Fund, established through art. 6 of the Reg. Law 13/2013, has made 1.1 million Euro available for non-returnable contributions to regional innovative startups, and in particular to promote financial, operational and project collaborations with experts and stimulating a greater presence of specialised private operators in support for such new initiatives. Overall, **34 projects were subsidised by a total value of more than one million Euro (600,000 paid)**.

## C

FONDO PER LA RIDUZIONE DELLA  
PRESSIONE FISCALE A CARICO  
DELLE IMPRESE STARTUP INNOVATIVEFUND FOR THE REDUCTION OF FISCAL  
PRESSURE ON INNOVATIVE STARTUP  
ENTERPRISES

A giugno 2016 è stato adottato un provvedimento a sostegno delle startup innovative per il rimborso dell'addizionale regionale Irap versata nei primi 2 anni di vita (stanziamento di 1 milione di euro). Beneficiarie sono le startup iscritte nell'apposita sezione speciale del registro del Ministero dello Sviluppo Economico, che hanno almeno una sede operativa nel Lazio e hanno effettuato versamenti IRAP per i primi 2 esercizi fiscali senza aver già ottenuto da altre amministrazioni la restituzione delle somme.

A provision was adopted in June 2016 to support innovative startups for the refund of the regional additional income tax paid in the first 2 years of life (allocation of 1 million Euro). The beneficiaries are startups that are enrolled in the specific section of the Ministry of Economic Development register, that have at least an operational branch in Lazio and that have paid regional additional income tax for the first 2 financial years, without having had the amounts returned by other administrations.

## D

AZIONI PER LA PROMOZIONE  
DELL'OPEN INNOVATION E A SOSTEGNO  
DELL'ECOSISTEMAACTIONS FOR PROMOTING  
OPEN INNOVATION AND SUPPORTING  
THE ECOSYSTEM

Tra le azioni che la Regione Lazio ha messo in campo per la promozione dell'Open Innovation e a sostegno dell'ecosistema, si segnala il progetto europeo **TWIST** "*Transregional Web Innovative Services for Thriving Digital and Mobile Entrepreneurship*" che, nell'ambito del programma Startup Europe, è dedicato alle startup in fase di scale-up che operano nel settore digitale e in quello mobile.

Per scale-up si intende quel periodo in cui l'impresa vive una fase di crescita e di espansione caratterizzata da una parte dal perfezionamento di capacità e conoscenze del team aziendale, dall'altra da crescita dimensionale e validazione di mercato. Twist identifica le sfide e cerca soluzioni per aziende digitali, incoraggia e sostiene il business grazie a esperienze di co-living, co-working e co-learning. Offre la possibilità di conoscere e incontrare mentor internazionali, che possono diventare potenziali investitori. Facilita l'accesso al tipo finanziamento giusto e dà l'occasione di entrare in contatto con Grandi Aziende attraverso la sua piattaforma.

Grazie a TWIST sono stati organizzati, tra giugno 2015 e maggio 2016, 7 Meetup tematici che hanno coinvolto complessivamente 430 partecipanti, la Startup Europe Week a Febbraio 2016, con oltre 700 partecipanti, 3 accordi di collaborazione con Unindustria Lazio, Italia Camp e Start Cup Lazio e, infine, 3 collaborazioni internazionali: Startup Europe Summit – The Factory (Berlino, Febbraio 2016), Startup Olè – Bisite - Accelerator (Salamanca, Settembre 2016) e Startup Chile – in collaborazione con l'Ambasciata del Cile (Roma, Ottobre 2016).

One of the actions that the Lazio Regional Administration has enacted to promote Open Innovation and to support the ecosystem, is the European project **TWIST** "*Transregional Web Innovative Services for Thriving Digital and Mobile Entrepreneurship*" that, as a part of the Startup Europe programme, is dedicated to the startups during the scale-up phase, that operate in the digital sector and the mobile sector.

Scale-up means the period in which the enterprise is growing and expanding, characterised by the refinement of the company team's capacities and knowledge, by dimensional growth and by market validation. Twist identifies the challenges and looks for solutions for digital companies, encourages and supports business thanks to co-living, co-working and co-learning experiences. It offers the possibility to know and meet international mentors, that can become potential investors. It aids access to the right type of funding and provides the opportunity to come into contact with large-scale companies via its platform.

Thanks to TWIST, important activities were organized. 7 topic-based Meetups between June 2015 and May 2016, which involved 430 attendees overall; the startup Europe Week in February 2016 with more than 700 participants; 3 collaboration agreements with Unindustria Lazio, Italia Camp and Start Cup Lazio and, lastly, 3 international collaborations: Startup Europe Summit – The Factory (Berlin, February 2016), Startup Olè – Bisite - Accelerator (Salamanca, September 2016) and Startup Chile – in collaboration with the Chilean Embassy (Rome, October 2016).

Sempre nell'ambito del progetto TWIST, a ottobre 2016, è stata realizzata un'iniziativa a favore delle startup inserita all'interno dell'evento internazionale *Meet in Italy for Life Sciences 2016: BOOTCAMP STARTUPONSTAGE*. Una pre-session durante la quale un gruppo di Startup ha intrapreso un percorso di mentorship e partecipato a sessioni di pitching con investitori nazionali e internazionali. 47 le domande di partecipazione pervenute da tutta Italia e da numerosi paesi europei su tematiche relative a biotecnologie e diagnostica, ICT for health, farmaceutica e nutraceutica, tra cui sono state selezionate le 10 startup vincitrici del BootCamp.

Altra importante iniziativa lanciata da TWIST è la "**challenge**", uno strumento di Open Innovation attraverso cui le grandi aziende con uno specifico bisogno di innovazione sfidano le startup e i talenti a proporre soluzioni innovative.

L'obiettivo è creare percorsi di collaborazione tra medie e grandi aziende, startup e innovatori per promuovere e facilitare l'acquisizione e l'adozione di nuove idee, nuovi processi e nuovi prodotti e servizi. Negli ultimi anni, piccoli nuclei (startup e talenti della ricerca) si sono dimostrati in grado di innovare più velocemente ed efficacemente dei dipartimenti di ricerca interni delle medie/grandi aziende. Per questo si diffondono sempre più le challenge per favorire l'incontro fra domanda e offerta di innovazione. A luglio 2016 è stata lanciata una call aperta a tutte le aziende laziali che possono proporre le loro sfide tecnologiche in 4 diversi settori: Lifestyle (Design, Fashion, Tourism), IoT & Smart Manufacturing (inclusi Aerospace e Automotive), Life Science (Biotech, Well Being & Food) e Smart City (Cleantech, Mobility, Security).

Un luogo di confronto attivo e di potenziali opportunità è rappresentato da **LAZIO INNOVATORE**, la piattaforma web creata dalla Regione per favorire incontri di colla-

Again, as part of the TWIST project, in October 2016 an initiative for startups was held during the international event *Meet in Italy for Life Sciences 2016: BOOTCAMP STARTUPONSTAGE*. It was a pre-session during which a group of Startups started a mentorship path and took part in pitching sessions with national and international investors. 47 applications came from all over Italy and from several European countries, on matters relating to biotechnologies and diagnostics, ICT for health, pharmaceuticals and nutraceuticals. From them, 10 startup winners of the BootCamp were selected.

Another important initiative launched by TWIST is the "**challenge**", that represents an Open Innovation tool with which large companies with a specific need for innovation challenge startups and talents to propose innovative solutions.

The goal is to create paths of collaboration between medium and large companies, startups and innovators for promoting and facilitating the acquisition and adoption of new ideas, new processes and services. In recent years, small centres (research startups and talents) have proven themselves capable of innovating faster and more efficiently than internal research departments of medium/large companies. The challenges to favour the meeting between supply and demand of innovation are increasingly spreading for this reason. In July 2016 an open call was launched for all Lazio companies that can propose their technological challenges in 4 different sectors: Lifestyle (Design, Fashion, Tourism), IoT & Smart Manufacturing (including Aerospace and Automotive), Life Science (Biotech, Well Being & Food) and Smart Cities (Cleantech, Mobility, Security).

A place of active comparison and opportunities is **LAZIO INNOVATORE**, the web platform created by the Region for aiding collaboration and business meetings between

borazione e di business tra chi ha un'idea innovativa, chi l'ha già sviluppata e le imprese alla ricerca di nuovi talenti. A oggi sono circa 2.000 le imprese iscritte al portale. Quest'anno, attraverso la piattaforma, è stato inoltre promosso il Premio "Lazio Innovatore", che ha assegnato 4 premi in denaro, per un totale di 70.000 euro, a progetti innovativi di impresa dall'alto potenziale di business nelle seguenti categorie: 1) *Best Startup* (20.000 euro), 2) *Best PMI* (20.000 a euro), 3) *Best Social Innovation Project* (20.000 euro) e 4) *Best Startup* incubata in uno Spazio Attivo della Regione Lazio (10.000 euro).

Agli altri 20 progetti di impresa selezionati per la finale e non vincitori di Premi in denaro è stata assegnata la menzione speciale "Open Lazio", con possibilità di essere invitati a prendere parte a iniziative realizzate da Lazio Innova e dalla Regione Lazio per promuovere l'imprenditorialità e l'innovazione anche presso potenziali partner, investitori e mercati internazionali.

people with an innovative idea, people who have already developed it and the companies searching for new talent. To date, there are about 2,000 enterprises registered on the portal. This year, the "Lazio Innovatore" award has also been promoted on the platform. It has allocated 4 cash prizes with a total value of 70,000 Euro to innovative enterprise projects with high business potential in the following categories: 1) *Best Startup* (20,000 Euro), 2) *Best SME* (20,000 Euro), 3) *Best Social Innovation Project* (20,000 Euro) and 4) *Best Startup* incubated in a Lazio Regional "Spazio Attivo" (10,000 Euro).

The other 20 enterprise projects selected for the final but not winners of cash prizes were given a special "Open Lazio" mention with the possibility of being invited to take part in initiatives held by Lazio Innova and the Lazio Regional Administration to promote entrepreneurship and innovation also to potential partners, investors and on international markets.

## Σ

### SPAZI ATTIVI

Gli spazi attivi rappresentano una rete regionale di hub dell'innovazione: grandi spazi di incontro, aperti ai territori e alla collaborazione con gli enti locali, in cui è possibile accedere a tutti i servizi per le imprese, lo startup, la formazione e il lavoro. Luoghi di orientamento e promozione per l'imprenditorialità svolgono queste funzioni anche attraverso la gestione di alcuni FabLab specializzati in industrie culturali (Viterbo) e creative (Roma), agrifood e food innovation (Bracciano e Latina), efficienza energetica, elettronica e sostenibilità ambientale (Rieti), scienze della vita ed economie del mare (Latina).

### SPAZI ATTIVI

The "Spazi Attivi" (Active Spaces) are a regional network of innovation hubs: great meeting spaces, open to the territory and to collaboration with local bodies, in which is it possible to access all the services for enterprises, startups, training and work. They are places for guidance and promotion of entrepreneurship and they play their role also managing some FabLabs specialized in cultural (Viterbo) and creative (Rome) industries, agrifood and food innovation (Bracciano and Latina), energy efficiency, electronics and environmental sustainability (Rieti), life sciences and maritime economies (Latina).



All'interno di questi hub, sono attivi molteplici servizi a favore delle startup, dai servizi base (Spazi e Facilities, Attività di tutoring e mentorship, sportello "Donna Forza 8") a quelli per la gestione dei rapporti con l'esterno (networking con istituti di ricerca, clienti e fornitori), per l'accesso a fonti di finanziamento e di supporto per altre attività (commercializzazione, internazionalizzazione, ecc.).

Infine, attraverso Lazio Innova, ente per la crescita e l'Open Innovation del Lazio, viene messo a disposizione **SPAZIO INNOVA**, un luogo al servizio delle startup e delle imprese operanti in settori ad alto potenziale di innovazione (ad esempio cultura, creatività, ICT), ma anche di altri soggetti pubblici e privati (enti locali, associazioni, persone fisiche), ideato per ospitare incontri informativi sulle agevolazioni disponibili e sui servizi offerti da Lazio Innova.

Le **prossime iniziative** a favore dell'ecosistema delle startup prevedono investimenti per **100 milioni di euro** attraverso la nuova programmazione regionale 2014-2020 e i Fondi Regionali. Di questi fondi, 20 milioni di euro andranno per idee di impresa e spin-off della ricerca, e saranno distribuiti in tagli da 100.000 euro a fondo perduto, assegnati direttamente dall'ente. I restanti 80 milioni di euro sono destinati alle startup più mature, e sono distribuiti secondo il meccanismo della partecipazione nel capitale in cofinanziamento con gli investitori privati.

There are several services for startups inside these hubs, from the basic ones (Spaces and Facilities, tutoring and mentorship, helpdesks for businesswomen) to services for the management of external relations (networking with research institutes, clients and suppliers), for the access to sources of funding and support for other activities (commercialisation, internationalisation, etc.).

Lastly, through Lazio Innova, the body for growth and Open Innovation in Lazio, it has been made available **SPAZIO INNOVA**. A place to host information-providing meetings on the subsidies available and on the services offered by Lazio Innova for startups and enterprises operating in sectors with high innovation potential (e.g. culture, creativity, ICT), but also for public and private subjects (local bodies, associations, individuals).

The **future initiatives** for the startup ecosystem foresee investments of **100 million Euro** via the new Regional Programming 2014-2020 and Regional Funds. 20 million Euro will go to enterprise and research spin-off ideas, and will be distributed in non-returnable quotas of 100,000 Euro allocated directly by the body. The remaining 80 million Euro are allocated to more mature startups, and will be distributed using the participation in capital mechanism, cofunded with private investors.



---

“S  
come Startup  
”

as in Startup

Sulla carta, l'idea è semplice: definire e promuovere l'Ecosistema delle startup innovative del Lazio attraverso il racconto dei protagonisti. Nella pratica, la chiave è porre gli imprenditori al centro della narrazione, per dare loro la possibilità di raccontarsi e raccontare esperienze, sfide, progetti, visione del futuro. Per comporre un mosaico di voci in un'unica, grande immagine d'insieme, con i piedi saldamente piantati sul territorio laziale.

Dopo aver aperto definendo le sfide e le opportunità che ci si parano davanti, dopo aver sentito le diverse campagne dei principali stakeholder e, ancora, dopo aver illustrato un po' di numeri relativi all'Italia e al Lazio, ora è tempo di dare voce agli startupper. Quelle che seguono sono 40 testimonianze di imprenditori attivi nei settori più diversi, alla guida di startup attive nel food, nel turismo, nella ricerca medica avanzata, nell'IoT e smartcity, nei servizi, nel mercato dei videogiochi, nell'advertising e, persino, nel babysitting.

Per dare il giusto spazio a tutti e per garantire lo stesso grado di profondità e ampiezza a ogni intervista, abbiamo standardizzato le domande articolandole in 7 quesiti (più 1). Il fine ultimo era coinvolgere ogni singolo startupper in un "pitch" il più possibile ampio ed esaustivo. Il risultato è una lunga e variegata serie di testimonianze, presentate in maniera agile e schematica, dove ognuno è chiamato a dare una fotografia immediata e diretta della propria startup, così come a spiegare quale sia il problema identificato e quale la soluzione proposta; a dire chi sono e che storia hanno i Fondatori; a definire la vision del proprio progetto imprenditoriale, del proprio business e del settore in cui si opera; a dare conto del proprio modello di business, del funding ricevuto, delle prospettive di crescita e di quali saranno i prossimi passi nell'immediato futuro.

A raccontarsi, per raccontare non solo il nascente ecosistema dell'innovazione nel Lazio, ma un intero mondo che cambia. Il nostro.

On paper the idea is a simple one: defining and promoting the innovative startups ecosystem in Lazio, using the tales of the protagonists. In practice, the key is placing the entrepreneurs at the centre of the story, giving them the opportunity to talk about themselves and about experiences, challenges, projects and vision of the future. All to form a mosaic of voices in a single, large, collective image, with feet firmly planted on the ground of Lazio.

After opening by defining the challenges and opportunities that appear before us, after having heard the various opinions of the main stakeholders and after having provided a few numbers relative to Italy and Lazio, now it is time to give voice to the startupper: the ones below are 40 entrepreneurs active in the most diverse sectors, at the helm of startups in food, tourism, advanced medical research, the IoT and smart cities, services, the video-game market, advertising and even babysitting.

To give everyone the right amount of space, and to guarantee the same degree of depth and breadth in each interview, we have standardised the questions, splitting them into 7 different ones (plus one). The main goal was to involve each startupper in a "pitch", the most thorough and extensive possible. The result is a long, varied series of testimonies presented in a schematic, agile style. Everyone is asked to provide an immediate, direct photograph of their own startup; to explain what the identified problem is and what the proposed solution is; to say who they are and the story behind the Founders; to define the vision of their own entrepreneurial project, their own business and the sector in which they operate. To explain their own business model, and the funding they have received, their growth prospects and what the next steps will be in the immediate future.

To tell their story, to tell not only the story of the nascent innovation ecosystem of Lazio, but also an entire world that changes. Ours.



Salvatore Carlucci



# AGESIC

## 1 La startup

aGestic srls è una startup che nasce con lo scopo di migliorare le condizioni di vita dei lavoratori, tutelandone la salute e la sicurezza attraverso l'applicazione delle nuove tecnologie digitali.

## 2 Il problema | la soluzione

Ogni anno nel mondo si registrano 2,7 milioni di incidenti mortali sul lavoro (fonte ILO). Circa 7 decessi ogni giorno per un totale pari al numero di abitanti di una grande metropoli. Tra i fattori che intervengono negativamente su questo dato, uno dei più rilevanti è la mancanza di tempestività nel prestare il soccorso al lavoratore.

aGestic è un sistema informatico (app+web app) che rileva in maniera tempestiva e automatica stati di emergenza e condizioni di pericolo del lavoratore, allertando in tempo reale l'azienda. L'applicazione viene installata sullo smartphone e grazie all'accelerometro, al GPS e all'utilizzo della rete dati, rileva in tempo reale situazioni di malessere o infortunio del lavoratore (specie mentre opera fuori dalla sede aziendale, in assenza di colleghi o altre persone che possano soccorrerlo) e provvede a inviare un allarme al pannello di controllo (la web app), tramite il quale l'azienda può attivarsi immediatamente per inviare i soccorsi.

## 3 Founder

aGestic nasce nel 2015, ma le sue origini risalgono a un progetto nato dall'esigenza di un'azienda del settore utilities di tutelare i lavoratori impegnati giornalmente in attività svolte in condizioni di isolamento. Nel Team figurano **Riccardo Bianchi, Michele** e **Salvatore Carlucci**.

## 1 The startup

aGestic srls is a startup that has been created with the aim of improving living conditions for workers, protecting their health and safety through the application of new digital technologies.

## 2 The problem | the solution

Each year in the world there are 2.7 million fatal accidents in the workplace (source ILO). About 7 deaths per day equivalent to the number of inhabitants of a large city. One of the factors that has a negative effect on this data, one of the most important, is the lack of rapidity in providing assistance to the worker.

aGestic is an information system (app+web app) that promptly and automatically detects states of emergency and dangerous conditions for workers, alerting the company in real time. The application is installed on smartphones and detects a worker's illness or accident in real time through an accelerometer, GPS and use of the data network (especially while working away from the company premises, in the absence of colleagues or other people who could provide assistance) and then send an alarm to the control panel (web app), through which the company can then immediately act and send the necessary assistance.

## 3 Founders

aGestic was created in 2015, but its origins lie in a project born from a utilities sector company's need to protect employees working in isolated conditions each day. **Riccardo Bianchi, Michele** and **Salvatore Carlucci** are part of the team.

## 4 Vision

L'obiettivo è semplice: salvare vite. Per farlo, bisogna creare strumenti accessibili a tutti, sotto il profilo sia umano sia economico. aGestic oggi offre un'efficace protezione ex post, attivandosi quando l'incidente è già avvenuto. Negli sviluppi attuali e nei propositi futuri la startup si sta orientando verso una "sicurezza hi-tech totale," che abbraccia la prevenzione e che minimizza il rischio di incidenti, malori e infortuni.

## 5 Modello di business

### Mercato

### Prospettive di crescita

### Funding

Il modello di business è freemium. Tramite il sito di aGestic è possibile registrarsi, avendo quindi a disposizione un pannello di controllo e l'installazione dell'app su un (solo) dispositivo. La startup ha voluto puntare su una versione free completa di tutte le funzioni di aGestic, per far toccare con mano a tutti le reali potenzialità del prodotto. L'unica limitazione, di fatto, consiste nel numero di dispositivi collegabili al pannello di controllo. Per quanto concerne le licenze a pagamento si prevede una duplice segmentazione: PMI (9,99 per dispositivo) ed Enterprise (una quotazione riservata per richieste di un grande numero di installazioni).

Il mercato della sicurezza sul lavoro è vasto: basti pensare che nel 2013 sono stati spesi 7,6 miliardi di dollari. I potenziali clienti di aGestic sono le aziende che operano nel settore dell'impiantistica, della gestione dei servizi di rete, dalle PMI alle aziende corporate. Alle aziende di servizi a reti di pubblica utilità (fornitura di acqua, luce e gas), è inoltre possibile affiancare gli operatori della telecomunicazione e del trasporto di cose e tutte quelle realtà che si caratterizzano per la presenza di servizi erogati tramite mono-operatore.

Le prospettive di crescita sono importanti in relazione al fatto che il settore HSE (Health and Safety Environment)

## 4 Vision

The objective is a simple one: to save lives. To do that it is necessary to create tools accessible to everyone, from both a human and economic point of view. aGestic now offers an efficient ex post protection, starting up when the accident has already occurred. In current developments and future proposals, the startup is aiming towards "total hi-tech safety," that embraces prevention and that minimises the risk of accidents, sudden illness and injuries.

## 5 Business model

### Market

### Growth prospects

### Funding

The business model is freemium. It is possible to register on the aGestic website to get a control panel and app installation on one (only) device. The startup wanted to focus on a complete free version of all aGestic's functions, to allow the real potential of the product to be tried out first hand. The only limitation is, in fact, the number of devices that can be connected to the control panel. Paid-for licences have a dual segmentation: SME (€ 9.99 per device) and Enterprise (reserved estimate to requests for a large number of installations).

The workplace safety market is a huge one: suffice to think that in 2013 7.6 billion dollars were spent. aGestic's potential clients are companies that work in the plant engineering, construction and network services management sectors, from SMEs to corporate companies. But also public utility network service companies (providers of water, electricity and gas); telecommunications and goods transport workers and all those realities that involve the presence of services provided via a single operator.

The growth prospects are important in relation to the fact that the HSE (Health and Safety Environment) sector is constantly growing and application of new technologies in this area is creating great interest also from large play-

cresce costantemente e l'applicazione delle nuove tecnologie in questo ambito sta suscitando grande interesse anche da parte di grandi players. In più la sicurezza sul lavoro è essa stessa un buon affare: da un recente studio (Ben OSH study) risulta che il rapporto costi-benefici oscilla tra 1.29 e 2.89.

## 6 Next step

È stata presentata aGestic DPI, un'integrazione di aGestic pensata per verificare il corretto uso dei Dispositivi di Protezione Individuale (o DPI) ovvero guanti, imbracature, elmetti ecc.. Grazie alla tecnologia IoT, l'azienda è in grado di renderli smart e proteggere l'operaio da incidenti causati da errori di distrazione o utilizzi scorretti dei DPI.

## 7 Esperienze, relazioni e progetti nazionali e internazionali

Dopo essere risultata finalista dello SMAU Mob App Awards di Roma nel 2013, categoria "altre app innovative", la consacrazione arriva per aGestic quando TIM la include nelle 40 aziende selezionate tra gli oltre 1000 progetti di impresa presentati alla Call for ideas 2015. Ai premi si sono poi accompagnati tanti ottimi piazzamenti: la fase finale del Programma EGO di Ericsson e del Premio Lazio Innovatore di Lazio Innova, insieme con il lavoro svolto per il Comitato Olimpico Roma#2024.

## 8 Hashtag

#aGesticSafety #safetyintheworkplace #HSE  
#OSH #HiTechSafety #isolatedwork #accidentsatwork  
#alwaysbbyourside

ers. Furthermore, workplace safety is good business in itself: a recent study (Ben OSH study) showed that the cost-benefit ratio oscillates between 1.29 and 2.89.

## 6 Next steps

aGestic DPI, an integration of aGestic has been presented. It has been designed to check the correct use of Personal Protective Equipment (PPE) i.e. gloves, harnesses, helmets etc. Thanks to IoT technology, the company can make them smart and protect the workers from accidents caused by distraction or incorrect use of PPE.

## 7 Experience, relations and national and international projects

After being a finalist in the SMAU Mob App Awards in Rome in 2013, in the "other innovative app" section, consecration truly arrived for aGestic when TIM included it in the 40 companies selected from among more than 1000 enterprise projects submitted to the Call for ideas 2015. Alongside the awards, there were also many excellent placements: the final phase of the Ericsson EGO Programme and the Premio Lazio Innovatore from Lazio Innova, together with the work carried out for the Rome#2024 Olympic Committee.

## 8 Hashtags

#aGesticSafety #safetyintheworkplace #HSE  
#OSH #HiTechSafety #isolatedwork #accidentsatwork  
#alwaysbbyourside

Paolo Sperandio





# aTon

## 1 La startup

aTon realizza contenitori intelligenti in grado di riconoscere i rifiuti e aiutare i cittadini nella riduzione della quantità di rifiuti non riciclabili all'interno delle loro case.

## 2 Il problema | la soluzione

I rifiuti urbani sono da sempre un problema, sia per quanto riguarda la loro raccolta e trasporto, sia per il loro smaltimento, al punto che oggi queste 2 ultime voci rappresentano circa l'80% dei costi di esercizio per una società di raccolta rifiuti. Con l'attuazione delle direttive europee sulla raccolta differenziata, molte aziende del settore si sono adeguate realizzando impianti di smaltimento (digestori, inceneritori), ma restano sul tavolo diversi problemi: l'alto numero dei cittadini da coinvolgere e formare alla raccolta differenziata; la scarsa trasparenza nei procedimenti di riciclo; gli alti costi di esercizio, con le società di raccolta rifiuti che si sono dovute adeguare alle richieste dell'Europa acquistando nuovi veicoli, assumendo nuovo personale e investendo in impianti di smaltimento.

aTon, con la sua soluzione, vuole restituire fiducia ai cittadini verso le società di raccolta rifiuti, offrendo loro tutti gli strumenti necessari per educare l'utente finale, per aumentare la qualità della produzione dei rifiuti, per incrementare la trasparenza nei conferimenti e nel riciclo.

Attraverso una piattaforma hardware e software, chiamata greenBag, la aTon è in grado di riconoscere e separare automaticamente i rifiuti ma anche di supportare i cittadini assistendoli attraverso una App.

Lato aziende, la piattaforma greenBag consente anche di ottimizzare i trasporti grazie a contenitori intelligenti distribuiti sul territorio e collegati in Cloud, così come di identificare quali aree implementano correttamente

## 1 The startup

aTon creates intelligent containers that can recognise waste and help citizens to reduce the amount of non-recyclable waste in their homes.

## 2 The problem | the solution

Urban waste has always been a problem both regarding collection and transport, and for its disposal, to the point that these last 2 factors now represent about 80% of the working costs for a waste collection company. With the implementation of European directives on differentiated waste collection, many companies in the sector have adapted by building disposal plants (digestors, incinerators), but there are still several problems to be addressed: the high number of citizens to involve and train about separate waste collection; the lack of transparency in recycling procedures; the high working costs, with waste collection companies that have had to adapt to European requirements by buying new vehicles, taking on new staff and investing in disposal plants.

With its solution aTon wants to restore the citizens' faith in waste collection companies, offering them the necessary tools for educating the final user, to increase the quality of waste production, to increase transparency in provision and recycling.

Via a hardware and software platform, called greenBag, aTon can recognise and automatically separate waste but also support citizens through an App.

On the company's side, the greenBag platform also optimises transport thanks to intelligent containers distributed in the area and connected in a Cloud, so that it identifies which areas correctly implement separate waste collection and which instead need regular interventions.

la raccolta differenziata e quali invece hanno bisogno di interventi puntuali.

### 3 Founder

I Founder di aTon sono tutte persone fortemente legate al mondo della ricerca: **Paolo Sperandio** ingegnere con PhD in Microelettronica e Telecomunicazioni; **Alessandro Catini**, ingegnere elettronico con PhD in Sensori; **Pierpaolo Loreti**, anche lui ingegnere con PhD in microelettronica e Telecomunicazioni, e infine **T-Connect Srl** una società con focus sui progetti R&D.

Insieme i soci hanno unito le loro specifiche expertise in computer science, elettronica e finance per realizzare un contenitore intelligente per i rifiuti che libera il cittadino dagli errori nella separazione dei rifiuti e lo trasforma in "attore attivo" all'interno della filiera.

### 4 Vision

aTon vuole creare un ecosistema della fiducia, dove ogni cittadino si fidi della propria società di raccolta rifiuti e dove gli sforzi di ognuno, oltre a essere pubblici, siano anche opportunamente ripagati. Il motto della aTon è «trasformare i cittadini da generatori di rifiuti a produttori di materia prima seconda», di fatto portando vantaggi a tutti gli attori della filiera. Da un lato le società di raccolta rifiuti avranno scarti non contaminati, quindi di maggiore qualità e in maggiore quantità, che potranno rivendere a prezzi maggiori; dall'altro lato, il cittadino vedrà ridursi la propria tassa rifiuti (per tutti i comuni in cui la metodologia PAYT – Pay As You Throw è implementata), oppure potrà ricevere benefit provenienti da accordi tra la aTon, la società di raccolta rifiuti e altri attori come le aziende che utilizzano le materie prime seconde raccolte, o le Municipalità in cui verrà attivato il servizio.

### 3 Founders

The Founders of aTon are all people with strong connections to the world of research: **Paolo Sperandio** an engineer with a PhD in Microelectronics and Telecommunications; **Alessandro Catini**, an electronics engineer with a PhD in Sensors; **Pierpaolo Loreti**, also an engineer with a PhD in microelectronics and Telecommunications, and lastly **T-Connect Srl** a company that focuses on R&D projects.

The partners have joined together their specific expertise in computer science, electronics and finance to create an intelligent container for waste that frees the citizen from errors in separating waste, and transforms him into an "active player" within the procedure.

### 4 Vision

aTon wants to create an ecosystem of trust, where every citizen trusts his waste collection company and where everyone's efforts, in addition to being public, are suitably repaid. aTon's motto is "transforming citizens from generators of waste to producers of secondary raw materials"; bringing advantages to all sides. On the one hand, the waste collection companies will have uncontaminated waste, therefore of a higher quality and quantity, that can be sold at a higher price. On the other hand, the citizen will enjoy low waste taxation (for all municipalities where the PAYT – Pay As You Throw method is used), or will receive benefits coming from agreements between aTon, the waste collection company and other players such as the companies that use the collected secondary raw materials or the municipalities where the services are activated.

## 5 Modello di business Mercato Prospettive di crescita Funding

La aTon è nel mercato delle tecnologie Smart per il Waste Management, con focus su raccolta e trasporto dei rifiuti. I suoi clienti sono le società di raccolta rifiuti che acquistano il servizio per erogarlo ai cittadini. Il settore delle tecnologie Smart per la raccolta e il trasporto è valutato globalmente intorno ai 5 miliardi di dollari entro il 2023. I Fondatori di aTon mirano a conquistare lo 0,1% di questo mercato entro i prossimi 2 anni, per poi puntare a valori ancora maggiori con lo scale-up dell'azienda.

## 6 Next step

Finora il focus di aTon si è incentrato sulla raccolta di rifiuti specifici, più remunerativi ma anche meno trattati dalle società di raccolta rifiuti, come l'olio vegetale esausto e il sughero. Nel 2016 le attività di ricerca sono andate avanti ed è stato realizzato un prototipo per la raccolta dei flussi più consistenti all'interno delle famiglie, e cioè plastica, alluminio, carta e vetro. Nel futuro ci saranno molte novità soprattutto per quanto riguarda il trasporto dei rifiuti e le politiche premianti.

## 7 Esperienze, relazioni e progetti nazionali e internazionali

La aTon nasce a seguito di un finanziamento della Filas, oggi Lazio Innova. Dopo 12 mesi di lavoro, e un primo prototipo funzionante e validato nel settore olio vegetale esausto, l'azienda ha ricevuto il sigillo di eccellenza dalla Commissione Europea, ha vinto la Forum PA del 2016 e oggi è inclusa tra le 40 startup scelte da UNICREDIT nel programma Startup Accademy 2016.

## 8 Hashtag

#wastemanagement #raccolta #trasporto  
#raccoltadifferenziata #circulareconomy #valore  
#qualità

## 5 Business model Market Growth prospects Funding

aTon is in the Smart technologies for Waste Management market, with a focus on the collection and transportation of waste. Its clients are waste collection companies that purchase the service to then provide it to citizens. The Smart technologies for Waste Management and Transport sector has a global estimated value of 5 billion dollars by 2023. The Founders at aTon aim to conquer 0.1% of this market within the next 2 years, to then aim at higher values on the company's scale-up.

## 6 Next steps

So far, aTon's focus has been the collection of specific waste, which is more profitable, but also handled less by waste collection companies, such as spent vegetable oil and cork. In 2016, research activities have continued and a prototype has been produced for the collection of the more consistent flows in families, i.e. plastic, aluminium, paper and glass. In the future, there will be many new features, especially regarding waste transportation and rewarding policies

## 7 Experience, relations and national and international projects

aTon was founded with a funding received from Filas, which is now Lazio Innova. After 12 months of work, and an initial functioning, validated prototype in the spent vegetable oil sector, the company has received the seal of excellence from the European Commission; it has won the Forum PA in 2016 and it is now included in the 40 startups chosen by UNICREDIT in the Startup Academy 2016 programme.

## 8 Hashtags

#wastemanagement #collection #transport  
#separatecollection #quality #value #circulareconomy

Fabrizio Cialdea



# ATOOMA

## 1 La startup

Atooma è una piattaforma software che rende intelligenti i device di ultima generazione arricchendoli con automazioni e suggerimenti basati sulle reali necessità dell'utente.

## 2 Il problema | la soluzione

A oggi, le aziende progettano i propri device connessi, senza tenere in considerazione l'utente finale e le sue necessità. Per questo motivo, gli utenti non li trovano utili nella quotidianità e molti prodotti che vengono lanciati sul mercato non vendono.

Per queste aziende in difficoltà, grazie alla preliminare esperienza nel B2C (un'app in grado di automatizzare le routine smartphone relate), i creatori di Atooma hanno deciso di evolvere il progetto iniziale e introdurre un'intelligenza artificiale (IA) capace di analizzare le abitudini dell'utente e predisporre automazioni e suggerimenti pertinenti e volti a migliorare la vita dell'utente. Nasce così il white label SDK Resonance, una piattaforma software che non solo abilita gli oggetti e le app a raccogliere dati da molteplici fonti, ma le arricchisce con smart automation costruite intorno alle abitudini personali. Mettere insieme l'IA e l'IoT significa, infatti, creare un sistema che analizza i comportamenti dell'utente e mette gli oggetti smart in condizioni di compiere azioni ad hoc per migliorare la produttività, l'efficacia e i risparmi.

Da un sistema B2C dove l'utente inserisce automazioni da sé, Atooma è passata a un servizio B2B2C che suggerisce automazione basandosi sulla predittività.

## 3 Founder

I Founder di Atooma sono **Gioia Pistola** (CMO) e **Fabrizio Cialdea** (CEO). **Gioia**, 30 anni, vive a Roma e possiede un MBA in gestione di venture tecnologiche e un

## 1 The startup

Atooma is a software platform that makes latest generation devices really smart, enriching them with automations and suggestions based on the user's real needs.

## 2 The problem | the solution

To date, companies design their own connected devices without bearing in mind the final user and his needs. This is why users do not find them useful in everyday life and many products that are launched on the market do not sell.

For these companies in difficulty, thanks to the preliminary experience in B2C (an app that can automate related smartphone routines), the creators of Atooma have decided to develop the initial project further and introduce artificial intelligence (IA) that can analyse the user's habits and prepare automatic feature and pertinent suggestions aimed at improving the user's life. This is how the white label SDK Resonance was born, a software platform that not only enables objects and apps to gather data from multiple sources, but which enriches them with smart automations built around personal habits. Putting together IA and IoT, in fact, means creating a system that analyses the user's behaviour and puts smart objects in conditions to carry out ad hoc actions to improve productivity, efficiency and savings.

From a B2C system where the user enters automations alone, Atooma has moved to being a B2B2C service that suggests automation based on predictiveness.

## 3 Founders

The Founders of Atooma are **Gioia Pistola** (CMO) and **Fabrizio Cialdea** (CEO). **Gioia**, 30 years old, lives in Rome and has an MBA in technological ventures management and a masters in cross-media communication.

master in cross-media communication. Nel passato ha lavorato per più di 8 anni nel campo dell'imprenditoria, product marketing e gestione social media per diverse startup di successo e grandi aziende (es: Neomobile). Di Recente, Gioia è stata menzionata da "The Hundert" come una delle 100 Founder più influenti in Europa. **Fabrizio**, 30 anni e anche lui di Roma. Il suo background è altamente tecnico con una laurea in ingegneria delle telecomunicazioni e quasi 10 anni di esperienza nella gestione di progetti in ambito telecomunicazioni e IoT presso importanti aziende multinazionali e italiane (tra cui Huawei eTIM).

## 4 Vision

La mission di Atooma è rendere l'Internet of Things e le tecnologie a esso correlate davvero utili nella vita quotidiana, oltre che semplici da usare e alla portata di tutti.

## 5 Modello di business Mercato Prospettive di crescita Funding

Allo stato attuale, la piattaforma tecnologica di Atooma è molto flessibile e i suoi creatori hanno deciso di verticalizzarne l'uso in contesti come l'automotive, le assicurazioni, l'home automation e il nascente mercato dei wearable device. Tra questi, i mercati forse più IoT-ready e promettenti sono l'automotive e il settore assicurativo, che diventa Insurer of Things quando le compagnie usano la tecnologia IoT e analisi dei Big Data per raccogliere informazioni dettagliate sull'utente e fornire un'offerta ritagliata esattamente sulle sue esigenze, oltre che per fornire servizi aggiuntivi volti a portare una protezione e assistenza migliore. Il modello di Business è B2B2C. I maggiori guadagni provengono dall'integrazione con partner, dall'integrazione SDK e API in white label dell'automation engine e dall'integrazione SDK e API in white label del suggestion engine.

Dal 2012 (anno di fondazione) a oggi, la startup ha raccolto 965.000 euro così suddivisi: 520.000 euro in Equity da

In the past she worked for more than 8 years in the field of enterprise, product marketing and social media management for several successful startups and large companies (e.g.: Neomobile). Recently, Gioia was mentioned by "The Hundert" as one of the 100 most influential Founders in Europe. **Fabrizio**, 30 years old, is also from Rome. His background is highly technical with a degree in telecommunications engineering and almost 10 years of experience in project management in the telecommunications and IoT field in important multinational and Italian companies (including Huawei and TIM).

## 4 Vision

Atooma's mission is to make the Internet of Things and technologies connected with it truly useful in everyday life, in addition to being easy to use and at everyone's level.

## 5 Business model Market Growth prospects Funding

Currently, the Atooma technological platform is extremely flexible and its creators have decided to verticalise use in contexts such as automotive, insurance, home automation and the emerging market of wearable devices. Of these, the most IoT-ready and promising markets are automotive and the insurance sector, that becomes the Insurer of Things when the companies use IoT technology and Big Data analysis, for gathering detailed information about the user and to offer a range that is suited exactly to his needs, in addition to providing additional services aimed at providing better protection and assistance. The business model is B2B2C. The higher earnings come from integration with partners, from SDK and API integration in white label of the automation engine and from SDK and API integration in white label of the suggestion engine.

From 2012 (foundation year) to date, the startup has collected 965,000 Euro divided as follows: 520,000 Euro in Equity from Lventure Group, Mind The Seed and private

Lventure Group, MindThe Seed e private angel; 105.000 euro in Debt investment da Unicredit; 190.000 euro in fondi pubblici e 150.000 euro in forma di grant.

## 6 Next step

I prossimi passi consisteranno nel dare alle aziende la possibilità di utilizzare la tecnologia Atooma nel modo più autonomo possibile attraverso il provisioning sulla piattaforma web e quindi creare una personalizzazione verticale di Atooma per i settori Brand & Venues, Domotica e Wearable devices.

## 7 Esperienze, relazioni e progetti nazionali e internazionali

Già dai primi esordi, Atooma ha adottato un approccio al 100% internazionale, accumulando svariate esperienze negli States e in Asia, ed è per questa ragione che tra i principali clienti si annoverano player di importanza globale come Samsung o Alcatel One Touch. Tra le collaborazioni più recenti troviamo quello con LG, la quale ha deciso di presentare al CES di Las Vegas un sistema di infotainment con un cuore basato su Resonance AI. Attualmente la startup è impegnata a Monaco di Baviera dove, sotto l'ala di TechFounders (un importante acceleratore internazionale di startup), il team sta portando avanti un progetto in collaborazione con Bosch.

## 8 Hashtag

#lot #ai #automation #contextawareness #ifttt

angels; 105,000 Euro in Debt investment from Unicredit; 190,000 Euro in public funds and 150,000 Euro as grants.

## 6 Next steps

The next steps will be to give companies the possibility of using Atooma technology in the most autonomous way possible through provisioning on the web platform, therefore creating a vertical personalisation of Atooma for the Brand & Venues, Domotics and Wearable devices sectors.

## 7 Experience, relations and national and international projects

From the start, Atooma has adopted a 100% international approach accumulating various types of experience in the United States and in Asia. For this reason, there are players of global importance such as Samsung or Alcatel One Touch among their main clients. One of the most recent collaborations was with LG, which decided to present an infotainment system with a heart based on Resonance AI at the Las Vegas CES. Currently the startup is working in Munich, where the team is developing a project in collaboration with Bosch under the wing of TechFounders (an important international startup accelerator).

## 8 Hashtags

#lot #ai #automation #contextawareness #ifttt





Pietro Moscetta



# AUTHOMETION

## 1 La startup

Authometion è una startup che si occupa di ricerca e sviluppo, produzione e commercializzazione di soluzioni IoT per la Smart Home relativamente all'illuminazione (smart lighting) e sicurezza della casa (Home Security). Il primo prodotto destinato al mercato consumer è LYT Sonic, un sistema di allarme integrato in una lampadina led con attacco E27.

## 2 Il problema | la soluzione

Analizzando i principali mercati USA ed europei emerge che i furti sono frequentissimi (negli Stati Uniti ne risulta uno ogni 13 secondi, in Europa addirittura uno ogni 0,8 secondi). Le vittime preferite dai malviventi sono famiglie a basso reddito che non si possono permettere sistemi di allarme e che necessiterebbero di soluzioni semplici e a basso costo. In Europa e USA la maggior parte delle abitazioni è sprovvista di sistemi antifurto (in EU circa il 90%, in USA l'86%), mentre le tecniche di intrusione più utilizzate dai ladri sono lo scasso di porte principali e finestre. In un mondo in cui la sensazione di sicurezza è sempre più minacciata, proteggere la propria famiglia e i propri beni è diventata la prima necessità.

Oggi esistono soluzioni di sicurezza per la casa basate su tecnologia filare (più tradizionali), oppure basate su tecnologia wireless, che prevedono l'installazione di sensori nei vari ambienti da parte dei consumatori finali o di tecnici specializzati. Sono soluzioni complesse, costose e che richiedono a volte opere murarie o la disseminazione di numerosi sensori nella propria abitazione con inevitabili problemi di manutenzione nel tempo. Inoltre, spesso questi sistemi generano falsi allarmi perché troppo sensibili e non regolabili, oppure perché l'utente non

## 1 The startup

Authometion is a startup that deals with research and development, production and commercialisation of IoT solutions for Smart Homes for lighting (smart lighting) and home security. Its first product for consumer market is LYT Sonic, an alarm system integrated into a LED bulb with an E27 attachment.

## 2 The problem | the solution

By analysing the main USA and European markets, it has emerged that burglaries are extremely frequent (in the United States there is one every 13 seconds, while in Europe there is one every 0.8 seconds). The victims preferred by the criminals are low-income families who cannot afford burglar alarm systems and who would need simple, low-cost solutions. In Europe and USA, most houses do not have burglar alarms (in EU about 90%, in USA 86%), while the entry techniques most frequently used by burglars are breaking in through front doors and windows. In a world where the sensation of security is increasingly threatened, protecting one's own family and assets has become a primary necessity.

Today there are security solutions for homes based on wire technology (more traditional) or on wireless technology that require the installation of sensors in different rooms by final consumers or specialised technicians. They are complex, expensive solutions that sometimes require building work or the placement of several sensors in the home, with inevitable maintenance problems over time. Also, these systems often generate false alarms as they are too sensitive or cannot be adjusted, or because the user cannot set the parameters due to the high level of technical competence required.

è in grado di impostare i parametri a causa dell'elevato livello di competenza richiesto.

LYT SONIC è un innovativo sistema di allarme integrato in una lampadina basato su una tecnologia di rilevamento delle onde subsoniche. Grazie a un algoritmo software proprietario di pattern recognition, il sistema è in grado di riconoscere i tentativi di effrazione a porte e finestre, ovvero la tecnica più diffusa con cui i ladri tentano di entrare nelle case. L'algoritmo è inoltre in grado di minimizzare il rischio di falsi allarmi, offrendo quindi all'utente una soluzione affidabile. E nonostante l'elevato livello di tecnologia racchiuso in LYT Sonic, il sistema risulta estremamente semplice da impostare per l'utente perché non richiede alcuna competenza tecnica. Basta avvitare la lampadina, scaricare l'app ed è pronto.

Analogamente all'app Shazam, che riconosce i brani musicali elaborando il suono, LYT Sonic riconosce i tentativi di effrazione alle porte e alle finestre elaborando i segnali subsonici. Non richiede opere murarie, ulteriori sensori, tecnici specializzati. Un unico dispositivo è sufficiente per coprire 150 metri quadri.

### 3 Founder

Il CEO e Chief Technology Officer è **Pietro Moscetta**, che vanta oltre 20 anni di esperienza in R&D per soluzioni IoT e realizzazione di soluzioni Hardware e Firmware.

**Felice Nibaldi** è invece CFO e Chief Operating Office, anche lui con oltre 2 decenni di esperienza in business process reengineering per l'implementazione di sistemi informativi ERP e Business Intelligence.

C'è poi **Gary Gasbarri** nel ruolo di Advisor, da 15 anni in prima linea nel Business Development, in Strategy, Corporate Development e M&A.

### 4 Vision

Offrire a tutti la possibilità di vivere meglio, trasformando la propria abitazione in una casa sicura e intelligente.

LYT SONIC is an innovative alarm system integrated into a bulb based on subsonic wave detection technology. Thanks to a proprietary software algorithm of pattern recognition, the system can recognise attempts of break-ins at doors and windows, the most common technique used by burglars attempting to enter homes. The algorithm is also capable of minimising the risk of false alarms, offering the user a reliable solution. And in spite of the high level of technology enclosed within LYT Sonic, the system is extremely simple to set for the user as it does not require any technical skill. The bulb is simply screwed in, the app is downloaded and it is ready.

Like the Shazam app, that recognises music excerpts by processing the sound, LYT Sonic recognises break-in attempts at doors and windows by processing subsonic signals. It requires no building work, further sensors or specialised technicians. A single device is sufficient for covering 150 square metres.

### 3 Founders

The CEO and Chief Technology Officer is **Pietro Moscetta**, who can boast more than 20 years experience in R&D for IoT solutions and the creation of Hardware and Firmware.

**Felice Nibaldi** is CFO and Chief Operating Office. He also has more than 2 decades of experience in business process reengineering for the use of ERP and Business Intelligence information systems.

**Gary Gasbarri** is an Advisor, in the front line in Business Development, Strategy, Corporate Development and M&A since 15 years ago.

### 4 Vision

Offering everyone the possibility of living well, transforming their homes into a safe, intelligent house.

## 5 Modello di business Mercato Prospettive di crescita Funding

I ricavi inizialmente sono dati dalla vendita di LYT Sonic e della tecnologia in modalità OEM. Successivamente, dalla vendita di ulteriori oggetti intelligenti integrabili con LYT Sonic (sensori antiallagamento, incendio, ecc), nonché di servizi analytics basati sui dati raccolti dal sistema. Il modello è ripetibile e scalabile in quanto il prodotto è utilizzabile in tutto il mondo e, all'aumentare delle quantità vendute, le economie di scala permettono una riduzione dei costi tale da aumentare i margini.

Il target è sia B2C, ovvero proprietari di case e affittuari sprovvisti di allarme, sia B2B2C, ovvero quei service provider (utility, assicurazioni, telco) che vogliono fare upselling e system integrator di soluzioni Smart Home. Il mercato potenziale indirizzabile a livello global è pari a 1,2 miliardi di dollari nel 2016, mentre crescerà fino a 1,7 miliardi nel 2017 e fino a 2,4 miliardi nel 2018.

Attualmente LYT Sonic esiste come prototipo (prodotto + app iOS) funzionante e disponibile per demo. Per passare dal prototipo al prodotto pronto per il mercato servono un finanziamento di circa 430.000 Euro e circa 10 mesi di lavoro.

## 6 Next step

Nel 2017 Authometion ha l'obiettivo di commercializzare due dispositivi: il sistema di sicurezza LYT Sonic e il sistema di illuminazione e LYT WiFi. Il fatturato previsto del 2017 è di 400-600.000 euro impegnando un organico di 5/7 risorse a tempo pieno.

## 5 Business model Market Growth prospects Funding

Revenue comes initially from the sales of LYT Sonic and the technology in OEM mode. Later, from the sales of other intelligent items that can be integrated with LYT Sonic (flood, fire sensors, etc), in addition to analytics services based on data collected by the system. The model is repeatable and scalable as the product can be used worldwide and as quantities sold increase, the economies of scale allow a reduction in cost so that margins increase.

The target is both B2C, i.e. homeowners and tenants with no alarms, and B2B2C, i.e. those service providers (utility, insurance, telco) that want to be upsellers and system integrators of Smart Home solutions. The potential market worldwide is about 1.2 billion dollars in 2016, while it will grow up to 1.7 billion in 2017 and 2.4 billion in 2018.

Currently LYT Sonic exists as a working prototype (product + iOS app) that is available for demo. To move on from prototype to ready product for the market, funds of about 430,000 Euro and about 10 months of work are required.

## 6 Next steps

In 2017 Authometion aims to commercialise two devices: the LYT Sonic security system and the lighting system and LYT WiFi. Forecast turnover for 2017 is 400-600 thousand Euro, with a staff of about 5/7 full-time resources.

## 7 Experiences, partnerships, national and international projects

Authometion è stata selezionata per partecipare al programma di accelerazione TIM #Wcap 2016, ha vinto il contest Generali Innovation Challenge nel 2015 e conquistato il "Seal of Excellence by the European Commission in the area of Open Disruptive Innovation Scheme."

## 8 Hashtag

#Authometion #CasaSicura #Domotica #LYTSONIC  
#SmartHome

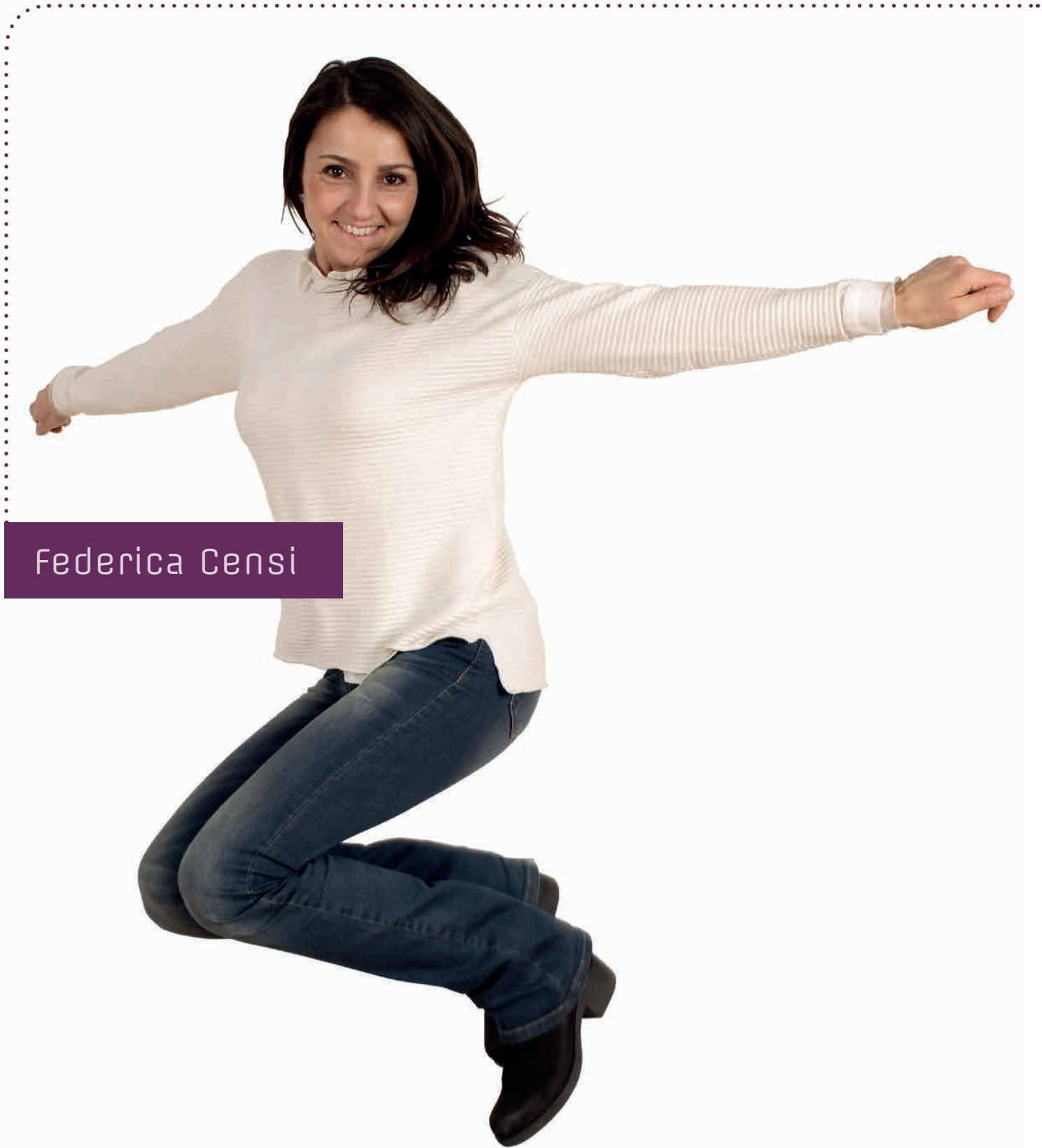
## 7 Experience, relations and national and international projects

Authometion was chosen to take part in the TIM #Wcap 2016 acceleration programme; won the Generali Innovation Challenge contest in 2015 and is awarded with the "Seal of Excellence by the European Commission in the area of Open Disruptive Innovation Scheme."

## 8 Hashtags

#Authometion #SecureHome #Domotics #LYTSONIC  
#SmartHome





Federica Censi

# CARDIONICA

## 1 La startup

La società Cardionica srl nasce come spin-off dell'Istituto Superiore di Sanità (ISS) con l'obiettivo di sviluppare, produrre e commercializzare strumentazione diagnostica e terapeutica per il sistema cardiovascolare.

## 2 Il problema | la soluzione

La mission è prevenire le malattie cardiovascolari, con particolare attenzione alla fibrillazione atriale e alle aritmie. Cardionica propone come soluzione un pacchetto di device certificati ad altissimo contenuto tecnologico, destinati all'auto-misurazione e con l'opzione del controllo remoto.

## 3 Founder

La squadra di Cardionica ha competenze di progettazione hardware e software, cui si somma ampia esperienza nella ricerca e innovazione tecnologica applicata alla Sanità. I 4 Soci Fondatori sono:

**Giovanni Calcagnini**, 47 anni, ingegnere elettronico, Co-fondatore nel 1998 della Clinical Engineering & Consulting, azienda di consulenza nel settore dell'ingegneria clinica e della strumentazione ospedaliera. In Cardionica si occupa della progettazione hardware e affianca il responsabile marketing per la presentazione dei prodotti ai Clienti.

**Federica Censi**, 42 anni, ingegnere elettronico, anche lei Co-fondatrice nel 1998 della Clinical Engineering & Consulting. Si occupa della progettazione e sviluppo della parte ICT e Smartphone, unitamente al coordinamento dell'attività di sperimentazione clinica.

C'è poi **Eugenio Mattei**, 34 anni, ingegnere medico, cui è affidata la responsabilità dello sviluppo firmware per i prodotti di Cardionica e dell'assistenza per i prodotti/servizi gestiti direttamente da Cardionica.

## 1 The startup

The company Cardionica srl was born as a spin-off of the ISS (Italian Higher Institute of Health), with the aim of developing, producing and commercialising diagnostic and therapeutic instruments for the cardiovascular system.

## 2 The problem | the solution

The mission is to prevent cardiovascular disease, with special attention to atrial fibrillation and arrhythmia. Cardionica offers a hi-tech, certified devices package, for self-measurement and with a remote control option.

## 3 Founders

The Cardionica team has hardware and software design skills and broad experience in research and technological innovation applied to healthcare. The 4 Founder Partners are:

**Giovanni Calcagnini**, 47 years old, electronic engineer, Co-founder in 1998 of Clinical Engineering & Consulting, a consultancy company in the clinical engineering and hospital instrumentation sector. At Cardionica he deals with hardware design and works with the marketing manager for the presentation of products to the clients.

**Federica Censi**, 42 years old, electronic engineer, also a Co-founder in 1998 of Clinical Engineering & Consulting. She deals with design and development of ICT and Smartphones, together with coordinating clinical experiment activities.

**Eugenio Mattei**, 34 years old, is a medical engineer, who has the responsibility of firmware development for Cardionica products and assistance for products/services managed directly by Cardionica.

Lastly there is **Michele Triventi**, 47 years old, electronic engineer in charge of realising Web infrastructures for

Infine c'è **Michele Triventi**, 47 anni, ingegnere elettronico deputato alla realizzazione delle infrastrutture Web per l'erogazione dei servizi gestiti da Cardionica.

Completano la struttura organizzativa di Cardionica 3 soci con funzioni rispettivamente di marketing, aspetti legali e regolatori ed amministrazione, l'ingegnere meccanico **Carlos Dominguez Reali** (marketing), l'avvocato **Claudio Orlandi** (regole e norme) e **Anna Margaritelli** (amministrazione).

#### 4 Vision

Esiste una patologia del cuore molto diffusa, la fibrillazione atriale, che causa notevoli invalidità e moltissimi ictus. È silente come un cancro e intermittente, quindi difficilissima da diagnosticare. Ne sono affetti quasi un milione di italiani e molti non ne sono consapevoli. Potrebbe essere diagnosticata e curata "monitorando" lo stato del cuore tutti i giorni, ma un dispositivo che faccia questo, a oggi, non esiste. Cardionica lo ha realizzato, sviluppando un'intelligenza che permette di "misurare" questo stato e che risiede in un circuito integrato miniaturizzato e facile da indossare.

Si può pensare a questo dispositivo come a un "termometro della fibrillazione atriale". Si potrà acquistare in farmacia (o parafarmacia) a un prezzo accessibile prevenendo efficacemente, con l'opportuna terapia, l'insorgere di tutte le conseguenze associate alla patologia tra cui l'ictus.

I benefici sono molteplici: la persona con diagnosi accertata o nella fascia di rischio può monitorare in autonomia le condizioni fisiologiche del proprio cuore. In questo modo si allunga l'aspettativa di vita, se ne migliora la qualità prevenendo le patologie e si riducono i costi di ospedalizzazione e di diagnostica a carico del Servizio Sanitario Nazionale. Infine, la piattaforma sviluppata da Cardionica è usabile praticamente in tutto il mondo, perché consente la delocalizzazione del controllo medico grazie al sistema globale di comunicazioni e gestione dei dati.

the provision of services managed by Cardionica.

There are other 3 partners to complete the organisational structure, dealing with marketing, legal and regulatory affairs and administration: the mechanical engineer **Carlos Dominguez Reali** (marketing), the lawyer **Claudio Orlandi** (regulation and legislation) and **Anna Margaritelli** (administration).

#### 4 Vision

There is an extremely widespread heart disease, atrial fibrillation, that causes considerable invalidity and several strokes. It is as silent as cancer and intermittent, therefore extremely difficult to diagnose. Almost one million Italians are affected and many of them are not even aware of it. It could be diagnosed and treated "by monitoring" the state of the heart every day, but a device to do just that does not yet exist. Cardionica has created it, developing an intelligence that allows this state to be "measured" and that resides in a miniature integrated circuit that is easy to wear.

This device can be thought of as an "atrial fibrillation thermometer". It will be available for purchase in pharmacies (or para-pharmacies) at an affordable price, efficiently preventing the onset of all consequences associated with the pathology, including strokes, with suitable treatment.

There are several benefits: the person with a verified diagnosis or in the high risk bracket can autonomously monitor the physiological conditions of his own heart. In this way, life expectancy is lengthened, quality of life is improved preventing diseases and hospitalisation, and diagnostic costs are reduced for the National Health Service. Lastly, the platform developed by Cardionica can be used practically worldwide, as it allows delocalisation of medical control thanks to the global communication system and data management.



## 5 Modello di business Mercato Prospettive di crescita Funding

Il “core business” di Cardionica srl è focalizzato nello sviluppo, nella produzione e nella commercializzazione di “Dispositivi Medici” di autodiagnostica e monitoraggio delle condizioni cardiologiche.

Secondo l’OMS, tutte le persone di età superiore ai 65 anni dovrebbero effettuare autocontrolli cardiaci quotidiani per ridurre il rischio di ictus. In Italia gli over 65 sono 13 milioni, in Europa sono 150 milioni. Considerando una penetrazione prudenziale del 2% del solo mercato italiano, Cardionica prevede un fatturato complessivo nel quinquennio di circa 20 milioni di euro e un utile di circa 8 milioni per il solo prodotto di punta, dedicato alla diagnosi della fibrillazione atriale in auto controllo. Estendendo queste previsioni al mercato europeo, il fatturato si prospetta come 10 volte maggiore.

Per l’anno in corso, la distribuzione dei prodotti verrà gestita direttamente da Cardionica fino alla costituzione di una società commerciale della quale la startup deterrà almeno il 51%. Questa seconda società si avvarrà di professionisti di alto profilo del settore (distribuzione e commercializzazione di prodotti medicali) che contribuiranno a un accrescimento del fatturato, all’internazionalizzazione delle vendite (con una preponderanza di queste rispetto alle vendite in Italia) e alla stabilizzazione dei margini operativi di Cardionica.

I canali di vendita sono identificati per semplificazione come una rete di agenti o come costi relativi all’accesso dei mercati e-commerce attraverso partnership con operatori qualificati. Come avviene per tutte le apparecchiature elettroniche, anche la vita dei device prodotti da Cardionica dovrà concludersi nell’arco di un quinquennio e si può quindi prevedere l’inserimento sul mercato di nuovi dispositivi aggiornati, capaci di compensare il calo fisiologico delle vendite.

## 5 Business model Market Growth prospects Funding

Cardionica srl’s “core business” is focused on the development, the production and commercialisation of self-diagnosis and heart condition monitoring “Medical Devices”. According to the World Health Organisation, all people over the age of 65 years of age should carry out daily heart checks on themselves to reduce the risk of strokes. In Italy there are 13 million over-65s, and in Europe there are 150 million. Considering a prudential 2% penetration in the Italian market alone, Cardionica forecasts an overall turnover in the five-year period of about 20 million Euro and a profit of about 8 million for the main product alone, dedicated to self-controlled atrial fibrillation diagnosis. By extending these forecasts to the European market, the turnover stands at about 10 times that figure.

For the current year, product distribution will be managed directly by Cardionica until a commercial company is formed, of which the startup will maintain at least 51%. This second company will use high profile professionals from the sector (medical product distribution and commercialisation) that will contribute to a growth in turnover, internationalisation of sales (with prevalence of these compared to Italian sales) and establishment of Cardionica operational margins.

Sales channels are identified for simplification purposes as a network of agents or as e-commerce market access-related costs, through partnerships with qualified operators. As with all electronic equipment, the life of the devices made by Cardionica must be limited to 5 years and can therefore foresee entry into the market of new updated devices, able to compensate for the physiological drop in sales.

## 6 Next step

Avvio delle commercializzazioni dei 2 prodotti che oggi sono già oltre la fase prototipale e chiusura di un accordo di partnership con un player importante nella distribuzione alle farmacie.

## 7 Esperienze, relazioni e progetti nazionali e internazionali

Attualmente il team di Cardionica lavora per ottenere l'approvazione della comunità scientifica e la certificazione CE europea. Quest'ultima, in particolare, rappresenta un passaggio fondamentale nella strategia aziendale per raggiungere il mercato USA.

## 8 Hashtag

#prevenzione #autodiagnosi #salute #monitoraggio  
#diagnostica #cuore #myheart #cardionica  
#staymonitored #nostroke #staywellness

## 6 Next steps

Start of commercialisation of 2 products that are already in the prototype phase and closure of a partnership agreement with an important player in the pharmacy distribution market.

## 7 Experience, relations and national and international projects

Currently the Cardionica teams is working to obtain approval from the scientific community and European CE certification. The latter in particular is one of the essential steps in company strategy to reach the USA market.

## 8 Hashtags

#prevention #sefdiagnosis #health #monitoring  
#diagnostics #heart #myheart #cardionica  
#staymonitored #nostroke #staywellness



Alessandro Rossi



# COCONTEST

## 1 La startup

CoContest è la prima piattaforma di crowdsourcing dedicata alla progettazione architettonica e all'interior design. Grazie al meccanismo del concorso progettuale, clienti sparsi in tutto il mondo possono chiedere consulenza a una community di oltre 40.000 designer sparsi in 90 diversi paesi, ricevere decine di proposte, scegliere la soluzione più adatta ai propri gusti e alle proprie esigenze.

## 2 Il problema | la soluzione

In primo luogo, il mercato dell'architettura è da sempre caratterizzato da un elevato livello di geo-localizzazione: il cliente che ha bisogno di un progetto per costruire o rinnovare il proprio spazio si rivolge a un architetto locale che gli fornisce un singolo progetto. CoContest supera le barriere geografiche che solitamente caratterizzano il mercato dell'architettura, permettendo a chiunque di ottenere soluzioni progettuali da professionisti all'altro capo del mondo e, quindi, veicolando quella pluralità di soluzioni che può garantire all'utente piena soddisfazione delle proprie esigenze.

Secondo, la domanda e l'offerta nel mercato dell'architettura non sono distribuite proporzionalmente tra i diversi paesi: per fare un esempio, l'Italia è caratterizzata da una fortissima presenza di architetti (più del 10% degli architetti in attività nel mondo) mentre la domanda interna di progettazione non supera il 2% della domanda mondiale; d'altro canto, esistono paesi come gli Stati Uniti, gli Emirati Arabi e più in generale molti paesi in via di sviluppo, dove la domanda di progettazione è altissima ma ci sono pochi architetti. CoContest contribuisce a risolvere questo squilibrio, di fatto eliminando le barriere geografiche.

## 1 The startup

CoContest is the first crowdsourcing platform dedicated to architectural and interior design. Thanks to the project competition mechanism, clients around the world can request consultancy from a community of more than 40,000 designers in 90 different countries, receive tens of proposals, and choose the solution most suited to their tastes and needs.

## 2 The problem | the solution

First of all, the architecture market has always been characterised by a high level of geo-localisation: the client that needs a project to build or renovate his own living space will contact a local architect who provides him with a single project. CoContest overcomes geographical barriers that are usually characteristic of the architecture market, allowing anyone to obtain project solutions from professionals on the other side of the world and, therefore, acting as a carrier for the multitude of solutions that can provide the user with full satisfaction of his needs.

Secondly, supply and demand in the architecture market are not distributed proportionally among the various countries: to give an example, Italy has a high presence of architects (more than 10% of the architects active in the world), while the internal demand for design does not exceed 2% of the world demand. On the other hand, there are countries such as the United States, the Arab Emirates and more generally several developing countries where the demand for design is high but there are not many architects. CoContest contributes to solve this imbalance, eliminating geographical barriers.

### 3 Founder

L'ideatore di CoContest è **Filippo Schiano di Pepe**. Filippo è un giovane architetto che, dopo la laurea e l'esperienza lavorativa in importanti studi di architettura a Roma e Londra, decide di rivoluzionare il mercato dell'architettura.

**Federico Schiano di Pepe**, fratello di Filippo, lo ha seguito nella realizzazione di questo progetto. Da sempre appassionato di web e startup, prima di iniziare la sua esperienza a CoContest ha partecipato al programma di InnovAction Lab e, grazie a questa esperienza, è stato inserito dalla rivista Forbes tra i 30 under 30 più influenti nel campo di commercio elettronico.

**Alessandro Rossi**, il migliore amico di Federico, si è unito al team di Cocontest sin dall'inizio, subito dopo la laurea in economia, contribuendo con la sua professionalità e la sua attitudine al lavoro, all'organizzazione della società e alla risoluzione dei problemi.

### 4 Vision

La rivoluzione di CoContest è portare il mercato dell'architettura online, rinnovando un settore ancora molto tradizionale e che funziona sostanzialmente con lo stesso modello da oltre 2.000 anni. Grazie alle tecnologie abilitanti di internet e al modello di crowdsourcing concorsuale, l'azienda punta a trasformare il mercato dell'architettura da locale e basato su network relazionali a internazionale, plurale e dinamico.

### 5 Modello di business Mercato Prospettive di crescita Funding

Il modello di business di CoContest si basa su 2 pilastri: da un lato c'è il crowdsourcing concorsuale dove l'azienda guadagna una fee per ogni contest messo online dai clienti. Dall'altro, ci sono gli introiti derivanti dagli account premium per i designer, di recente introduzione.

### 3 Founders

The creator of CoContest is **Filippo Schiano di Pepe**. Filippo is a young architect who, after his degree and work experience in important architects' studios in Rome and London, decided to revolutionise the architecture market.

**Federico Schiano di Pepe**, Filippo's brother has followed him in the realisation of this project. He has always been a fan of the web and startups and before beginning his experience in CoContest he took part in the InnovAction Lab programme and was included in the Forbes magazine 30 most influential under 30s in the electronic commerce field, thanks to this experience.

**Alessandro Rossi**, Federico's best friend, joined the CoContest team at the start, immediately after graduating in economics, contributing his professionalism and work acumen to the organisation of the company and to solving problems.

### 4 Vision

CoContest's revolution is brining the architecture market online, renewing a sector that is still extremely traditional and that has mainly functioned with the same model for over 2,000 years. Thanks to internet enabling technologies and the contest crowdsourcing model, the company aims at transforming the architecture from local and based on relational networks to international, plural and dynamic.

### 5 Business model Market Growth prospects Funding

CoContest's business model is based on 2 pillars: first, contest crowdsourcing where the company earns a fee for each contest placed online by clients. And on the other hand, there is revenue from premium accounts for designers, recently introduced. With regard to fundraising,

Per quanto riguarda il fundraising, CoContest è l'unica startup italiana a essere stata accelerata da 3 diversi incubatori a livello internazionale (LVenture a Roma, Startup Chile a Santiago del Cile e 500 Startups in Silicon Valley), oltre ad aver raccolto già un round seed a cui hanno partecipato alcuni fondi italiani (tra cui LVenture e Atlante Seed) e numerosi business angel italiani e stranieri. Infine, la società ha anche recentemente chiuso un round series A i cui dettagli non sono ancora stati divulgati ufficialmente.

## 6 Next step

Grazie agli ultimi investimenti raccolti, CoContest conta di rafforzare la sua presenza negli USA e in generale di rendere la piattaforma ancora più internazionale attirando clienti da un numero sempre maggiore di paesi. Consolidata la sua posizione nel mercato della progettazione online, CoContest conta di rafforzare il proprio prodotto, offrendo ai propri clienti nuovi servizi come la possibilità di continuare a lavorare online con il designer vincitore del contest, oppure la possibilità di ottenere diversi preventivi da ditte di costruzioni sulla base del progetto vincitore.

## 7 Esperienze, relazioni e progetti nazionali e internazionali

CoContest ha partecipato a programmi di accelerazione internazionali quali Startup Chile e 500 Startups in Silicon Valley. Attualmente l'azienda è una corporation americana con sede a San Francisco. Nella cap-table ci sono investitori dalla Cina, dagli Emirati Arabi, dal Regno Unito e, ovviamente, fondi di investimento statunitensi e Italiani.

## 8 Hashtag

#CoContest #Crowdsourcing  
#GreatDesignDisruptsTheStatusQuo  
#InteriorDesignForPeople  
#BringDesignInAllHomes

CoContest is the only Italian startup to be accelerated by 3 different incubators on an international scale (LVenture in Rome, Startup Chile in Santiago del Cile and 500 Startups in Silicon Valley), in addition to having already collected a round seed that some Italian funds (including LVenture and Atlante Seed) and several Italian and foreign business angels took part in. Lastly, the company has recently ended a round series A, the details of which have not yet been officially divulged.

## 6 Next steps

Thanks to the last investments collected, CoContest is counting on strengthening its presence in the USA, and generally making the platform even more international, attracting clients from an increasing number of countries. Once its position in the online design market has been consolidated, CoContest will strengthen its product, offering clients new services such as the possibility of continuing to work online with the winning designer of the contest, or the possibility of obtaining several estimates from construction firms based on the winning project.

## 7 Experience, relations and national and international projects

CoContest has taken part in international acceleration programmes such as Startup Chile and 500 Startups in Silicon Valley. Currently the company is an American corporation with its base in San Francisco. In the cap-table there are investors from China, the Arab Emirates, the United Kingdom and clearly US and Italian investment funds.

## 8 Hashtags

#CoContest #Crowdsourcing  
#GreatDesignDisruptsTheStatusQuo  
#InteriorDesignForPeople  
#BringDesignInAllHomes



Nicola Tagliaferro





# ECOSOST

## 1 La startup

EcoSost è una piattaforma digitale che permette a una community, composta da persone, aziende e istituzioni interessate alla sostenibilità, di interagire, crescere e confrontarsi attraverso l'utilizzo della gamification e degli strumenti social.

## 2 Il problema | la soluzione

EcoSost rappresenta un vero e proprio **Green Assistant** che guida i cittadini alla scoperta della "sostenibilità" applicata alla vita reale e collegata alle abitudini di consumo quotidiane. A oggi vede sviluppati i seguenti 4 ambiti: **EcoFood, Green Shopping, Energy Saving** e **Smart Mobility**. EcoSost fornisce così all'utente non solo uno strumento utile alla geolocalizzazione di aziende sostenibili nei luoghi di interesse, ma anche un contenitore con cui, attraverso indicatori social e dinamici, poter misurare e confrontare l'impegno delle aziende in ambito sociale, ambientale e di abbattimento delle CO<sub>2</sub>.

È in corso, nell'ecosistema sociale ed economico un ripensamento delle abitudini di consumo, di produzione e di commercializzazione per ragioni ambientali, di salute e di risparmio. Questa necessità impatta fortemente sui cittadini e sulle aziende che hanno già avviato o si trovano in una fase iniziale di questo percorso e che al momento non trovano punti di riferimento che li sappiano guidare nelle loro scelte quotidiane oppure in quelle di business. EcoSost vuole essere un hub completo della sostenibilità dove cittadini, aziende e istituzioni possono trovare risposte ai loro bisogni attraverso sia strumenti tradizionali che di digital innovation.

## 1 The startup

EcoSost is a digital platform that allows a community of people, businesses and institutions, interested in sustainability, to interact, grow and meet via the use of gamification and social tools.

## 2 The problem | the solution

EcoSost is a true **Green Assistant** that guides citizens to discover "sustainability" applied to real life and connected with daily consumer habits. So far it has seen the following 4 themes developed: **EcoFood, Green Shopping, Energy Saving** and **Smart Mobility**. EcoSost provides the user with a tool useful for the geo-location of sustainable companies in the places of interest, but also with a container which anyone can measure and compare the effort of companies in a social, environmental and CO<sub>2</sub>-lowering context, using social, dynamic indicators.

Consumer, production and commercialisation habits are being reconsidered in the social and economic ecosystem, due to environmental, health and savings reasons. This need has a strong impact on citizens and companies that have already started or are about to take this path and that currently have no reference points to be guided by in their daily or business choices. EcoSost wants to be a complete hub for sustainability where citizens, companies and institutions can find answers to their needs, via traditional and digital innovation tools.

### 3 Founder

Dietro EcoSost c'è un solo Founder, **Nicola Tagliafiero**. Forte di un'esperienza lavorativa e una passione personale per l'ambiente e le energie rinnovabili, Nicola da anni lavora per unire in un unico progetto la salvaguardia e il rispetto per l'ambiente con la digital innovation.

### 4 Vision

La sostenibilità sta acquisendo sempre più un ruolo centrale per le istituzioni, i cittadini e le aziende. La sostenibilità non è una tendenza o una moda, ma semplicemente una "condizione sociale" che gradualmente ingloberà tutti gli attori economici, i quali saranno obbligati a tenerne conto nelle loro scelte al fine di sopravvivere nel contesto di mercato in cui operano. I settori della green economy e dell'economia circolare sono oggi in forte espansione, ed è proprio qui che EcoSost vuole operare divenendo un attore centrale sia in ambito nazionale, sia internazionale, per essere un terreno fertile dove incubare le pratiche sostenibili, diffonderle tra gli operatori e comunicarle appropriatamente ai consumatori.

### 5 Modello di business

Mercato  
Prospettive di crescita  
Funding

La piattaforma EcoSost è stata progettata per mettere in contatto cittadini che vogliono effettuare scelte di acquisto consapevoli e aziende che soddisfano tali bisogni. Alle aziende vengono forniti servizi Premium che permettono di aumentarne la visibilità all'interno della community e raggiungere più efficacemente il target di potenziali clienti. Inoltre, per rendere completo il range di opportunità offerto, vengono messi a disposizione strumenti di analytics utili per indirizzare le scelte di marketing delle aziende.

### 6 Next step

### 3 Founders

There is only one Founder behind EcoSost, **Nicola Tagliafiero**. With working experience and a personal passion for the environment and renewable energy, Nicola has worked for years to join safeguarding and respecting the environment in a single project with digital innovation.

### 4 Vision

Sustainability is increasingly taking on a more central role for institutions, citizens and companies. Sustainability is not a trend or fashion, but simply a "social condition" that will gradually incorporate all the economic players, who will be obliged to take it into account in their choices in order to survive in the market context in which they work. The green economy and circular economy sectors are expanding, and it is here that EcoSost wants to operate, becoming a central player nationally and internationally, to be fertile soil where sustainable practices can be incubated, spread among operators and communicated to consumers.

### 5 Business model

Market  
Growth prospects  
Funding

The EcoSost platform has been designed to put citizens who want to make informed purchase choices in contact with companies that satisfy their needs. Companies are provided with Premium services that allow them to increase visibility within the community and achieve their potential client targets more readily. Analytics tools are also made available to address company marketing choices, to complete the range of opportunities offered.

### 6 Next steps

The goals that the EcoSost team have set themselves to achieve next year are: to include companies operating in

Gli obiettivi che il team di EcoSost si prefigge di raggiungere nel prossimo anno sono: includere nel raggio di azione delle aziende coinvolte anche quelle operanti nelle principali capitali europee avviando contemporaneamente un primo processo di internazionalizzazione in lingua inglese e aumentare i servizi forniti alle aziende e ai cittadini.

## 7 Esperienze, relazioni e progetti nazionali e internazionali

Per Nicola Tagliafierro le collaborazioni e le partnership sono alla base dello sviluppo di una startup. Tra le più recenti c'è quella con Reloader Italia (operante nel settore ambientale e smaltimento dei rifiuti RAEE) con cui EcoSost ha avviato una sperimentazione volta all'utilizzo della piattaforma e della gamification per incentivare e guidare cittadini e aziende verso un corretto smaltimento e recupero dei rifiuti elettronici.

## 8 Hashtag

#ecosostenibilità #gamification #innovation  
#smartcity #greenliving

the main European capitals in the range of action, simultaneously starting a preliminary internalisation process in English and increase the services provided to companies and citizens.

## 7 Experience, relations and national and international projects

Collaborations and partnerships are at the basis of the development of a startup according to Nicola Tagliafierro. One of the most recent is with Reloader Italia (operating in the environmental and waste disposal sector WEEE) with which EcoSost has started up an experiment aimed at using the platform and gamification to encourage and guide citizens and companies towards correct disposal and recovery of electronic waste.

## 8 Hashtags

#ecosustainability #gamification #innovation #smartcity  
#greenliving

Mario Costanzo



# FARMOSA

## 1 La startup

Farmosa ha ideato un gestionale per aziende sanitarie basato su Scheda di Terapia Unica (STU) digitale e condivisa, che abbatte l'errore terapeutico eliminando allo stesso tempo gli sprechi di farmaci e presidi.

## 2 Il problema | la soluzione

La sicurezza nella somministrazione della terapia farmacologica è un bisogno avvertito - oltre che dal paziente - dal personale medico e dalla direzione dell'azienda sanitaria.

Farmosa ottimizza la fase di prescrizione e somministrazione dei farmaci attraverso la digitalizzazione della Scheda di Terapia Unica giornaliera. Il medico ha una visione completa del reparto e - giornalmente - stabilisce la terapia da somministrare ai propri pazienti (schermata prescrizione della STU). I farmaci sono connessi al prontuario e alle disponibilità effettive del reparto. Il sistema monitora il rispetto delle indicazioni relative all'appropriatezza prescrittiva, segnalando il raggiungimento dei limiti suggeriti dalle raccomandazioni AIFA. Nonostante la completezza delle informazioni fornite l'intero processo è più veloce e sicuro della carta, richiedendo pochi secondi per ogni paziente. Una volta immessa la terapia, l'infermiere la visualizza immediatamente sui tablet disponibili in reparto e può quindi organizzare il proprio giro di somministrazione, oltre che confermare l'avvenuta erogazione del farmaco, attraverso un'azione registrata univocamente dal sistema. In caso di problematiche o di rifiuto del paziente, è disponibile una chat interna che consente di avvertire immediatamente il medico ed effettuare un incident reporting efficace. Farmosa contiene inoltre un DB aggiornato sui farmaci LASA (Look Alike Sound Alike) che consente di evitare la somministrazione di prodotti solo apparentemente simili. A fine giornata

## 1 The startup

Farmosa has created an administrative software for healthcare companies based on shared, digital Unique Therapy Cards (UTC) that reduce therapeutic error by eliminating the waste of drugs and devices at the same time.

## 2 The problem | the solution

Safety in administering pharmacological therapies is a need felt by the patient, the medical staff and the health authority's management.

Farmosa optimises the prescription and administration phase of drugs via digitalisation of the daily Unique Therapy Card. The doctor has a complete view of the ward and - on a daily basis - decides the therapy to be administered to his patients (screened prescription of the UTC). The drugs are connected to the handbook and the actual availability in the hospital. The system monitors observance of indications about the appropriateness of the prescription, reporting when limits have been reached as suggested by AIFA recommendations. In spite of the completeness of the information supplied, the entire process is faster and safer than paper, requiring only a few seconds for each patient. Once therapy is entered, the nurse sees it immediately on the tablets available on the ward and can therefore organise her own round of administration and confirm the successful delivery of the drug through an action registered only by the system. In the event of problems or a patient's refusal, an internal chat is available that warns the doctor immediately and makes an efficient incident report. Farmosa also contains an updated DB on LASA (Look Alike Sound Alike) drugs that allows products that are only apparently similar to be avoided. At the end of the day, the UTC containing the therapy and the

ta, la STU contenente sia la terapia che le conferme di somministrazione viene chiusa e archiviata a norma di legge nella cartella clinica (sia essa digitale o cartacea) del paziente. Non solo: Farmosa traccia il consumo effettivo dei farmaci e consente la gestione degli ordini PTO ed EXTRAPTO. Rende tali informazioni immediatamente disponibili per il caporeparto e/o responsabile degli ordini. Consente un censimento efficace delle disponibilità e delle necessità e velocizza i processi di ordine. Il tutto eliminando il cartaceo e riducendo i tempi di lavoro di ogni risorsa coinvolta.

Tutto questo permette di ridurre il rischio di errore del 99% dal primo giorno in cui Farmosa viene utilizzata nel reparto. Farmosa consente inoltre di ottimizzare il consumo dei farmaci, eliminare completamente il cartaceo e risparmiare mediamente 800 ore per reparto ogni anno. Il tutto a fronte di circa 30 minuti di formazione per i medici e di 15 minuti per gli infermieri, senza peraltro bisogno di installare nell'ospedale infrastrutture hardware: bastano tablet, una app e una connessione 3G.

### 3 Founder

Farmosa srl è nata a luglio del 2015. La sua realizzazione ha determinato l'impiego full time dell'intero team e di 2 ulteriori risorse per 9 mesi. La squadra è composta dai **5 Soci Fondatori** che racchiudono competenze eterogenee e tra loro complementari al corretto sviluppo del software e, più in generale, alla positiva affermazione del progetto imprenditoriale.

**Mario Costanzo**, Chief Financial Officer, è un avvocato specializzato in diritto sanitario e diritto dei nuovi media.

**Benedetta De Santis**, Chief Technology Officer di Farmosa, è ingegnere informatico con competenze relative alla firma digitale, archiviazione e conservazione dei documenti digitali e sistemi di pagamento, coordinamento team di sviluppo, gestione progetto ed evoluzione di prodotti/servizi informatici. È tra i Fondatori della startup Giunko srl, vincitrice di numerosi premi nazionali e internazionali, l'ultimo dei quali è il Premio

confirmations of administration is closed as per law in the patient's clinical records (digital or paper). Not just that: Farmosa tracks the actual consumption of drugs and allows management of the orders (included in the Hospital Therapeutical Index or not). This makes the information immediately available for the head of ward and/or order manager. It also provides rapid census of availability and need and speeds up order processes. All by eliminating the paper version and reducing working times for each resource involved.

All this allows the risk of error to be reduced by 99% from the first day when Farmosa is used on the ward. Farmosa also optimises drug consumption, completely eliminating paper version and saving about 800 hours average for each ward each year. All after about 30 minutes of training for doctors and 15 minutes for nurses, without the need to install hardware in hospitals: all that is needed is an app and a 3G connection.

### 3 Founders

Farmosa srl was founded in July 2015. Its creation has brought about the full time employment of the entire team and another 2 resources for 9 months. The team comprises **5 founding partners** who possess complementary, heterogeneous skills for the correct development of software and, more generally, for the positive execution of the entrepreneurial project.

**Mario Costanzo**, Chief Financial Officer, is a lawyer specialised in healthcare law and new media law.

**Benedetta De Santis**, Chief Technology Officer of Farmosa, is an IT engineer with skills in digital signatures, archiving and storage of digital documents and payment systems, coordination of the development team, project management and evolution of digital products/services. She was one of the Founders of the startup Giunko srl, the winner of several national and international awards, the latest of which is the Premio Imprenditoria Femminile 2016 from the Lazio Regional Administration.



Imprenditoria Femminile 2016 della Regione Lazio.

**Noemi De Santis**, professionista della comunicazione e del marketing digitale con oltre 20 anni di esperienza, è CEO e responsabile marketing e comunicazione. Formatasi in ADN Kronos, ha lavorato sia come consulente che come dipendente a progetti di rilevanza nazionale in veste di responsabile della comunicazione. È anche lei tra i Fondatori della startup Giunko srl.

**Andrea Regazzo** è art director e web designer di Famosa: diplomatosi in Art Direction a pieni voti presso lo IED, è stato direttore creativo dell'agenzia Outline Adv per 15 anni, periodo nel quale la passione per le nuove tecnologie e per il web lo hanno portato a sviluppare una competenza professionale nella realizzazione delle Interfacce e nella programmazione FrontEnd.

Infine **Raimondo Albinati**, illustratore, videomaker, esperto di userXP e tecnologie mobile, è Founder e User XP & mobile manager.

## 4 Vision

L'obiettivo dei suoi Fondatori è estendere Famosa a tutta la gestione dei bisogni di reparto e farla diventare un sistema standard, collaborativo, intuitivo e soprattutto mobile per tutto l'ospedale. Il team lavora con i medici e direttori sanitari per una sanità digitale sicura, efficiente e a basso costo per tutti gli ospedali.

## 5 Modello di business Mercato Prospettive di crescita Funding

Il mercato di Famosa è quello dell'Information Technology nella Sanità. Il segmento che occupa è quello dei software gestionali. Il valore di tale segmento è pari a 30 milioni di euro l'anno, con una crescita prevista pari al 237% tra il 2016 e il 2020. Si tratta di un ambito in cui non esiste ancora un player dominante in Italia, e dove i clienti sono le Aziende sanitarie pubbliche, private accreditate e private. Il modello di business è SAAS (Software As A Service): Famosa viene acquistata dalla struttura sanitaria tramite MEPA (Mercato Elettronico della Pubbli-

**Noemi De Santis**, a communication and digital marketing expert with more than 20 years experience, is CEO and marketing and communication manager. She trained in ADN Kronos, worked as both a consultant and as an employee on projects of national importance as communication manager. She is another one of the Founders of the startup Giunko srl.

**Andrea Regazzo** is art director and web designer at Famosa: he qualified in Art Direction with full marks from IED, was creative director at the agency Outline Adv for 15 years. A period when the passion for new technologies and the web brought him to develop professional skills in the creation of Interfaces and Front-end programming.

Lastly, **Raimondo Albinati**, illustrator, videomaker, expert in userXP and mobile technology, he is Founder and User XP & mobile manager.

## 4 Vision

The Founders' goal is to extend Famosa to totally manage the needs of the ward and become a standard, intuitive, collaborative, mobile system for the entire hospital. The team works with the doctors and healthcare directors for a safe, efficient and low-cost healthcare for all hospitals.

## 5 Business model Market Growth prospects Funding

Famosa's market is Information Technology in Healthcare. The segment it occupies is that of management software. The value of this segment is 30 million Euro per year, with a forecast growth of 237% between 2016 and 2020. This is an area in which there is still no dominating player in Italy, and where the clients are public, accredited private and private healthcare companies and structures. The business model is SAAS (Software As A Service). Famosa is purchased by the healthcare structure via MEPA (Public Administration Electronic Market) with an annual fee and its cost is proportional to the number of hospital beds.

ca Amministrazione) come canone annuale e il suo costo è proporzionale ai posti letto ospedalieri.

La società è stata accelerata nel TIM #Wcap di Roma a luglio 2015 e a oggi è inserita nel panel di servizi che Telecom presenta alle aziende Sanitarie. È stata sperimentata e affinata presso 2 strutture sanitarie: l'Ospedale San Giovanni Battista di Roma e il Centro Terranuova Bracciolini di Montevarchi. A giugno 2016 ha chiuso il suo primo contratto con un ospedale romano ed è stata inserita nel portafoglio di Federsanità, tra i prodotti digitali a disposizione degli associati

## 6 Next step

Il progetto imprenditoriale prevede entro il 2018 la realizzazione di Famosa 2.0, ovvero l'intera cartella medica digitale (cartella medica, infermieristica, fisioterapia, etc) su tablet, e la raccolta di preziosi OPEN DATA relativi alla correlazione tra terapia e stato di salute del paziente. L'obiettivo economico è il raggiungimento di una quota di mercato pari allo 0,1% entro il 2018 e di un fatturato pari a 300.000 euro.

## 7 Esperienze, relazioni e progetti nazionali e internazionali

Esperienza significativa è stata la sperimentazione della prima release di Famosa nell'ospedale San Giovanni Battista di Roma, che ha dato la validazione sul campo ed è risultata nell'adozione integrale del software da parte del personale. A seguito del successo della sperimentazione, l'ospedale è diventato cliente di Famosa. L'adozione è un parametro importante da considerare in un software di questo tipo: il tasso di adozione di Famosa nei reparti interessati alla sperimentazione è stato del 100% e ciò è dimostrato dal numero di STU finalizzate.

## 8 Hashtag

#digitalhealth #mobilehealth #terapiaunicadigitale  
#riskmanagement #sanitàsostenibile

The company was accelerated in the TIM #Wcap in Rome in July 2015 and to date has been included in the panel of services that Telecom presents to health authorities. It has been experimented and refined at 2 hospitals: San Giovanni Battista in Rome and the Centro Terranuova Bracciolini in Montevarchi. In June 2016, it stipulated its first contract with a Roman hospital and has been included in the Federsanità portfolio as one of the digital products available to the members.

## 6 Next steps

The entrepreneurial project foresees the realisation of Famosa 2.0, an entire digital medical records (medical record, nursing record, physiotherapy etc) on tablet, and the collection of precious OPEN DATA regarding the correlation between therapy and patient's state of health by 2018. The economic goal is to achieve a market share of 0.1% by 2018 and a turnover of 300,000 Euro.

## 7 Experience, relations and national and international projects

One significant experience was experimenting the first release of Famosa at the San Giovanni Battista Hospital in Rome, that provided in the field validation and resulted in the full adoption of the software by staff. Following the success of the experiment, the hospital became one of Famosa's clients. The adoption is an important parameter to consider in a software of this type: the adoption rate of Famosa in the wards involved in the experiment was 100% and this was proven by the number of finalised UTCs.

## 8 Hashtags

#digitalhealth #mobilehealth #singledigitaltherapy  
#riskmanagement #sustainablehealthcare







Roberta Gioia

# GENECHRON

## 1 La startup

Genechron è una startup innovativa che opera nel settore delle biotecnologie, nata da una società spin-off di ENEA (Ylichron Srl). In particolare Genechron sviluppa test molecolari su bio-marcatori appartenenti alla classe dei microRNA (miRNA) e fornisce servizi biotecnologici avanzati nel campo dell'oncologia e della genetica molecolare per applicazioni diagnostiche e per ricerca.

## 2 Il problema | la soluzione

Genechron opera nell'ambito della discovery di nuovi marcatori biologici appartenenti alla classe dei microRNA (miRNA) per l'analisi di patologie complesse e allo sviluppo dei relativi test di quantificazione. Tramite la quantificazione di tali biomarcatori, infatti, è possibile valutare lo stato di avanzamento della patologia e, allo stesso tempo, gli eventuali benefici indotti dalle terapie. A oggi per un gran numero di patologie non esistono biomarcatori stabili e quantificabili in valori assoluti. In questo settore, Genechron ha messo a punto un primo test sui biomarcatori nella Distrofia muscolare di Duchenne - per la quale non esistevano biomarcatori con le caratteristiche prima descritte - formulato sulla base di un brevetto sviluppato presso Sapienza Università di Roma. La società sta sviluppando ulteriori test per l'analisi di altre patologie neuromuscolari (SMA e SLA), ma anche, in settori diversi, di patologie legate all'avanzamento dell'età così come dell'epatotossicità di candidati farmaci.

Genechron inoltre offre diversi servizi di sequenziamento con Tecnologie Sanger e NGS, che spaziano dal sequenziamento del DNA all'analisi dei frammenti. In particolare, Genechron ha già sviluppato e ottimizzato procedure per l'amplificazione, il sequenziamento e l'analisi mutazionale di geni rilevanti in ambito diagnostico. Le analisi

## 1 The startup

Genechron is an innovative startup that works in the biotechnology sector, founded from a company spin-off of ENEA (Ylichron Srl). In particular Genechron develops molecular tests on biomarkers belonging to the microRNA (miRNA) category and provides advanced biotech services in the fields of oncology and molecular genetics for diagnostic applications and for research.

## 2 The problem | the solution

Genechron works in the realm of discovery of new biological markers belonging to the microRNA (miRNA) category for analysing complex pathologies and the development of relative quantification tests. By quantifying these biomarkers, in fact, it is possible to assess the progress of the disease and at the same time, any benefits induced by the treatment. To date, there are no stable, quantifiable (in absolute values) biomarkers for a large number of pathologies. In this sector, Genechron has perfected an initial biomarkers test in Duchenne Muscular Dystrophy - for which there were no biomarkers with the characteristics described above - formulated on the basis of a patent developed at the "Sapienza" University in Rome. The company is developing other tests for the analysis of other neuromuscular pathologies (MS and ALS), but also for other pathology sectors linked to ageing and for the hepatotoxicity of drug candidates.

Genechron also offers sequencing services with Sanger Technologies and NGS, that range from DNA sequencing to the analysis of fragments. In particular, Genechron has already developed and optimised procedures for the amplification, sequencing and mutational analysis of genes in diagnostics. The analyses are carried out on genes for susceptibility to the development of cancer and genes

vengono infatti eseguite su geni per la suscettibilità allo sviluppo del cancro e geni legati all'insorgenza di patologie ereditarie.

Infine, la società offre servizi tramite Real Time PCR (RT-PCR) per la quantificazione relativa o assoluta di target specifici.

### 3 Founder

**Vittorio Rosato**, Co-fondatore di Genechron e di Ylichron, è il Presidente del Consiglio di Amministrazione della società. Vittorio è fisico e, dopo una pluriennale esperienza in centri di ricerca all'estero, dal 1990 lavora presso l'ENEA svolgendo oggi il ruolo di Responsabile del Laboratorio per l'analisi e la protezione delle infrastrutture critiche. Vittorio è stato il promotore della creazione del ramo biotech Genechron presso Ylichron e colui che ne ha promosso la crescita e sviluppo.

**Roberta Gioia**, Co-fondatrice di Genechron e socio di Ylichron, è l'Amministratore Delegato della società. Roberta ha un background economico con una pluriennale esperienza nella gestione di startup nel settore delle scienze della vita.

### 4 Vision

La Visione di Genechron è quella di supportare, tramite le proprie tecnologie e competenze nei diversi settori delle biotecnologie, la diagnostica medica, il monitoraggio clinico dei pazienti e lo sviluppo di candidati farmaci da parte delle Pharma.

### 5 Modello di business Mercato Prospettive di crescita Funding

Il mercato di riferimento per Genechron è soprattutto quello delle sperimentazioni cliniche regolatorie sviluppate dalle farmaceutiche. Sempre più spesso le Agenzie regolatorie dei farmaci (ad esempio in Italia AIFA, in Europa l'EMA e negli Stati Uniti il FDA) richiedono alle farmaceutiche di utilizzare, nell'ambito delle proprie sperimentazioni cliniche, biomarcatori associati alle patologie che

linked to the onset of hereditary diseases.

Lastly the company offers services via Real Time PCR (RT-PCR) for relative or absolute quantification of specific targets.

### 3 Founders

**Vittorio Rosato**, Co-founder of Genechron and of Ylichron, is the Chairman of the company's Board of Directors. Vittorio is a physicist and after several years experience in research centres abroad, he has worked at ENEA since 1990, now in the role of manager of the Critical Infrastructures Protection and Analysis Laboratory. Vittorio was the promoter of the creation of the biotech branch Genechron at Ylichron and the person who promoted its growth and development.

**Roberta Gioia**, Co-founder of Genechron and partner in Ylichron, is the company's CEO. Roberta has an economic background with several years experience in managing startups in the life sciences sector.

### 4 Vision

Genechron's vision is to support medical diagnostics, clinical patient monitoring and the development of candidate drugs by Pharma through its own technology and skills in the various sectors of biotechnology.

### 5 Business model Market Growth prospects Funding

The reference market for Genechron is in particular that of regulatory clinical trials developed by pharmaceutical companies. With an increasing frequency, the regulatory drugs agencies (e.g. AIFA in Italy, EMA in Europe and the FDA in the US) ask pharmaceutical companies to use in their clinical experiments biomarkers, associated with the pathologies, that are stable and quantifiable in absolute mode. Genechron is specialising in this area.

siano stabili e quantificabili in modo assoluto. Genechron si sta specializzando in questo settore.

## 6 Next step

L'azienda sta sviluppando nuovi miRNA come biomarcatori di diverse patologie neuromuscolari, muscolari e legati alla epatotossicità.

## 7 Esperienze, relazioni e progetti nazionali e internazionali

Genechron sviluppa i propri progetti di ricerca insieme ai partner scientifici che appartengono al proprio Network tra cui: Sapienza Università di Roma, IFO – Regina Elena, Università Cattolica del Sacro Cuore di Roma ed ENEA.

## 8 Hashtag

#Biotechnologie #Biomarcatori #Diagnostica #Medica #Genetica #Genomica.

## 6 Next steps

The company is developing new miRNA as biomarkers for various neuromuscular, muscular and hepatotoxicity-linked disease.

## 7 Experience, relations and national and international projects

Genechron develops its own research projects together with scientific partners that belong to its own network, including: "Sapienza" University, IFO - Regina Elena, Università Cattolica del Sacro Cuore Rome and ENEA.

## 8 Hashtags

#Biotechnology #Biomarkers #Diagnostics #Medical #Genetics #Genomics

Gabriel Scozzarro



# HOLEY

## 1 La startup

Holey è la prima piattaforma hardware e software per la creazione di tutori ortopedici stampabili con tecnologia 3D.

## 2 Il problema | la soluzione

Holey è una piattaforma in grado di realizzare tutori ortopedici stampabili con tecnologia 3D iniziando da quello per l'arto superiore, che costituisce la frattura più comune al mondo. I dispositivi realizzati con la piattaforma sono leggeri e poco ingombranti, totalmente equiparabili ai dispositivi tradizionali, utilizzabili sia per immobilizzare l'arto che per essere indossati durante il periodo di fisioterapia, resistenti all'acqua e personalizzabili in diversi colori.

Il processo di produzione inizia presso la struttura sanitaria, dove viene effettuata la scansione dell'arto utilizzando lo scanner 3D brevettato di Holey che acquisisce l'immagine in meno di 30 secondi. Segue la creazione automatica dell'esoscheletro utilizzando il software di modellazione Holey. Il modello 3D viene poi inviato via internet a un centro di fabbricazione, dove il tutore viene stampato e poi spedito in meno di 24 ore alla struttura che lo richiede pronto per l'applicazione.

## 3 Founder

**Gabriel Scozzarro** è il CEO di Holey. È ingegnere medico con 3 anni di esperienza come ricercatore presso la Vanderbilt University di Nashville.

**Francesco Leacche** è il CTO: sta terminando la laurea magistrale in informatica ed è ricercatore associato presso "La Sapienza" Università di Roma.

**Roberto De Ioris**, ha 10 anni di esperienza come capo sviluppatore software e professore all'accademia italiana di videogiochi.

## 1 The startup

Holey is the first hardware and software platform for the creation of orthopaedic braces with 3D scan-and-print technology.

## 2 The problem | the solution

Holey is a platform that can create orthopaedic braces that are printable with 3D technology, starting with one for the upper limb, which is the most common fracture in the world. The devices made with the platform are light and compact, totally comparable with traditional devices, and they can be used to immobilise the limb and during the period of physiotherapy. They are water-resistant and can be customised in several colours.

The production process begins at the hospital, where the limb is scanned, using the 3D scanner patented by Holey, which acquires the image in less than 30 seconds. The exoskeleton is then created using Holey modelling software. The 3D model is sent to a manufacturing centre via the internet, where the brace is printed and then sent to the hospital in less than 24 hours, ready for application.

## 3 Founders

**Gabriel Scozzarro** is the CEO at Holey. He is a medical engineer with 3 years experience as a researcher at Vanderbilt University in Nashville.

**Francesco Leacche** is the CTO. He is completing his master's degree in Information Technology and is an associate researcher at "Sapienza" University in Rome.

**Roberto De Ioris**, has 10 years experience as chief software developer and professor at the Italian videogames academy.

The team also enjoys the support of professionals from



Il team è inoltre arricchito dal supporto di professionisti del mondo medico come il professor **Dario Perugia** e il professor **Giuseppe Costanzo**, entrambi docenti di ortopedia e traumatologia presso “La Sapienza” Università di Roma.

## 4 Vision

I Fondatori di Holey credono che le tecnologie di manifattura digitale come la stampa 3D possano aiutare i medici e tutti gli operatori di settore a produrre dispositivi e soluzioni sempre più mirate alle esigenze del paziente, favorendone una migliore e più rapida guarigione.

## 5 Modello di business

Mercato  
Prospettive di crescita  
Funding

Il mercato dei dispositivi ortopedici è gigantesco: vale 30 miliardi di euro nel mondo e 560 milioni in Italia, con una crescita annuale del 5%. I principali clienti sono le cliniche private e le sanitarie ortopediche, per un totale di oltre 5.000 strutture solo in Italia che Holey intende raggiungere attraverso accordi con le società specializzate nella rivendita di attrezzature mediche.

La piattaforma sarà messa a disposizione secondo il modello di business pay per use, dando in comodato d'uso gratuito lo scanner e il software. La stampa 3D dei dispositivi ortopedici verrà effettuata nel centro di fabbricazione di Holey o presso quelli affiliati distribuiti su scala nazionale. La previsione è che la soluzione offerta dalla startup potrà risolvere i problemi di almeno 10.000 pazienti già nel 2018.

Sono già in essere partnership sia con società private del calibro di Intel, Wasp project, Formfutura, Filoalfa e “La Sapienza” Università di Roma, sia con strutture sanitarie come l'ospedale di Roma Sant'Andrea e i centri specializzati INAIL.

the medical world, such as Professor **Dario Perugia** and Professor **Giuseppe Costanzo**, both lecturers in Orthopaedics and Trauma at “Sapienza” University in Rome.

## 4 Vision

The Founders of Holey believe that digital manufacturing technology, such as 3D printing, can help doctors and all sector workers to produce devices and solutions that are increasingly targeted towards patients' needs, aiding an improved, faster recovery.

## 5 Business model

Market  
Growth prospects  
Funding

The orthopaedic device market is huge: it is worth 30 billion Euro worldwide and 560 million in Italy, with an annual 5% growth. The main clients are private clinics and orthopaedic devices producer and dealer, with a total of more than 5,000 structures in Italy alone that Holey intends to reach via agreements with the companies specialised in selling medical equipment.

The platform will be made available via the business model pay-per-use, offering the scanner and software on free loan. The 3D printing of orthopaedic devices will be carried out in the Holey manufacturing centre or at affiliated ones throughout Italy. The forecast is that the solution offered by the startup will solve the problems of at least 10,000 patients in 2018.

Partnerships with private companies such as Intel, Wasp project, Formfutura, Filoalfa and “Sapienza” University of Rome, and with healthcare structures such as the Sant'Andrea hospital in Rome, and specialised INAIL centres have already been set up.

The startup has already received initial funding that will allow it to complete development of the platform and test it in the structures it works with. Another round of investment will then be opened, aiming at collecting about



La startup ha già ricevuto un primo finanziamento che le permetterà di completare lo sviluppo della piattaforma e testarla nelle strutture con cui collabora. Successivamente verrà aperto un altro round di investimento puntando a raccogliere circa 300.000 euro, grazie ai quali Holey potrà entrare nel mercato nazionale.

## 6 Next step

Nel 2017 Holey lancerà la piattaforma sul mercato, mentre contemporaneamente svilupperà nuovi algoritmi per la creazione automatica di altri tipi di tutori oltre quello dell'arto superiore. Una volta pronti, questi aggiornamenti verranno rilasciati via internet.

## 7 Esperienze, relazioni e progetti nazionali e internazionali

Insieme ad altre startup, liberi professionisti e aziende più grandi e mature, Holey sta realizzando una rete di impresa in grado di scambiare internamente know-how, prodotti e strategie aziendali.

## 8 Hashtag

#Holey #Addiogesso #MedicalDevices #Healthcare #Orthopedics #3DPrinting #Medicina #Ortopedia

300,000 Euro, thanks to which Holey will be able to enter the national market.

## 6 Next steps

In 2017 Holey will launch the platform on the market, while at the same time it will develop new algorithms for the automatic creation of other types of tutors in addition to the upper limb one. Once ready, these updates will be released via the Internet.

## 7 Experience, relations and national and international projects

Together with other startups, independent professionals and larger, more mature companies, Holey is creating an enterprise network that can internally exchange know-how, products and company strategies.

## 8 Hashtags

#Holey #Byebyeplastercast #MedicalDevices #Healthcare #Orthopaedics #3DPrinting #Medicine



Simone Di Somma

# INNAAS

## 1 La startup

INNAAS, acronimo di INNnovation As A Service, è un'azienda specializzata nella data analysis in real time. Il suo core business è creare piattaforme capaci di trasformare in tempo reale i dati grezzi in servizi di valore che consentano alle aziende di fare valutazioni e prendere decisioni.

## 2 Il problema | la soluzione

Ogni giorno le aziende producono enormi quantità di dati grezzi che è vitale trasformare in informazioni di valore e risultati univoci, utili a prendere decisioni e a migliorare le performance di business. La tecnologia sviluppata da INNAAS - che opera secondo logiche B2B2C - gestisce l'intera data value chain, nella quale entrano i dati grezzi e dalla quale escono nuove materie a valore aggiunto, con cui abilitare servizi tramite cui, ad esempio, arricchire l'esperienza degli utenti finali, oppure rivedere e migliorare i processi aziendali, in ottica di data driven decision e data driven innovation.

## 3 Founder

I Fondatori di INNAAS sono **Simone Di Somma**, **Giuseppe Ancona** e **Luca landoli**. **Simone**, Managing Director, ha lavorato come Marketing & Sales IT Project Manager per Philip Morris International, e come EMEA Solution Architect per Hewlett-Packard.

**Giuseppe Ancona**, che per INNAAS è Director Innovation, è un professionista dell'IT con esperienza nei settori delle Telco, dell'energia, della farmaceutica e dei beni di consumo maturata in Italia e Gran Bretagna. Infine, **Luca landoli**, Non Executive Director Research di INNAAS, è professore associato di ingegneria economico-gestionale presso l'Università degli Studi di Napoli Federico II, visiting professor of Entrepreneurship presso lo Stevens Institute of Technology (USA) e Fulbright Research Visitor presso il Center for Collective Intelligence del MIT.

## 1 The startup

INNAAS, an acronym of INNnovation As A Service, is a company specialised in real time data analysis. Its core business is creating platforms capable of transforming raw data into value services in real time, allowing companies to make evaluations and take decisions.

## 2 The problem | the solution

Each day, companies produce huge amounts of raw data, which must be transformed into unique value and results, useful for making decisions and improving business performance. The technology developed by INNAAS - that operates according to B2B2C logic - manages the entire data value chain. Raw data enters and new materials with added value come out, with which to enable services that are used, for example, to enrich the final users' experience, or review and improve company processes, with a view to data driven decisions and data driven innovation.

## 3 Founders

The Founders of INNAAS are **Simone Di Somma**, **Giuseppe Ancona** and **Luca landoli**. **Simone**, Managing Director, has worked as Marketing & Sales IT Project Manager for Philip Morris International, and as EMEA Solution Architect for Hewlett-Packard.

**Giuseppe Ancona**, who is Director Innovation for INNAAS, is an IT professional with experience in the Telco, energy, pharmaceutical and consumer goods sectors in Italy and Great Britain. Lastly, **Luca landoli**, Non Executive Director of research at INNAAS, is an associate professor of economic-management engineering at the Federico II University in Naples, a visiting professor of Entrepreneurship at the Stevens Institute of Technology (USA) and Fulbright Research Visitor at the MIT Center for Collective Intelligence.

## 4 Vision

Nella visione di Simone Di Somma, INNAAS deve diventare l'intelligenza artificiale dei brand, che grazie all'analisi strutturata e in tempo reale delle enormi quantità di dati prodotte dalle proprie attività, potranno non solo prendere decisioni più affidabili e offrire servizi più efficienti, ma anche ridefinire, migliorare e semplificare l'interfaccia con cui tali servizi sono presentati all'utente.

## 5 Modello di business

Mercato  
Prospettive di crescita  
Funding

Il modello di business è B2B2C. INNAAS vende alle grandi aziende piattaforme che si sposano con servizi verticali, dove sostanzialmente è sempre la stessa tecnologia di data analysis a venire declinata per scopi diversi. È il caso di **Fintize**, servizio dedicato al settore bancario, che è in grado di comprendere le necessità di un cliente analizzando l'uso che fa del suo conto corrente, e che di conseguenza è in grado di offrire consigli finanziari mirati; oppure di **Sportech**, che utilizza i dati delle performance degli atleti, per esempio dei calciatori, per fornire in tempo reale un indice accurato del loro stato di forma. Selezionata nel 2014 dall'acceleratore TIM #Wcap, nel 2015 INNAAS ha ricevuto un seed di 100.000 euro da Tim Ventures.

## 6 Next step

In estrema sintesi, scalare il business di INNAAS verso l'industrializzazione, aumentando il numero di partnership con reseller come independent software vendor o sistem integrator. Una fase estremamente delicata, dove il rischio che si corre è la disintermediazione, un pericolo da scongiurare con una adeguata strategia di marketing e positioning.

## 4 Vision

In Simone Di Somma's vision, INNAAS must become the artificial intelligence of brands, which will be able to make more reliable decisions and offer more efficient services, thanks to the structured, real time analysis of the enormous amounts of data produced by their activities, and will also redefine, improve and simplify the interface with which these services are presented to the user.

## 5 Business model

Market  
Growth prospects  
Funding

The business model is B2B2C. INNAAS sells platforms that work with vertical services to large companies, where it is basically the same data analysis technology that is modified for different purposes. This is the case of **Fintize**, a service dedicated to the banking sector, that can understand the client's needs by analysing the use he/she makes of her/his bank account, and can consequently offer targeted financial advice, or **Sportech**, that uses athletes' performance data, for example from footballers, to provide an accurate indicator of their form in real time. Selected in 2014 by the accelerator TIM #Wcap, in 2015 INNAAS received a seed of 100,000 Euro from Tim Ventures.

## 6 Next steps

In brief, to scale the INNAAS business towards industrialisation, increasing the number of partnerships with resellers as independent software vendors or system integrators. It is an extremely delicate phase, where the risk is in disintermediation, a danger to be avoided with suitable marketing and positioning strategy.

## 7 Esperienze, relazioni e progetti nazionali e internazionali

Le esperienze internazionali di INNAAS si concretizzano sia negli Stati Uniti, attraverso la collaborazione con lo Stevens Institute Technology of Hoboken resa possibile dall'apporto di Carlo Lipizzi, sia in Germania, dove Christian Khun, referente INNAAS per il mercato tedesco, cura il business development.

## 8 Hashtag

#datadriven #datavaluechain #innovation #b2b2c

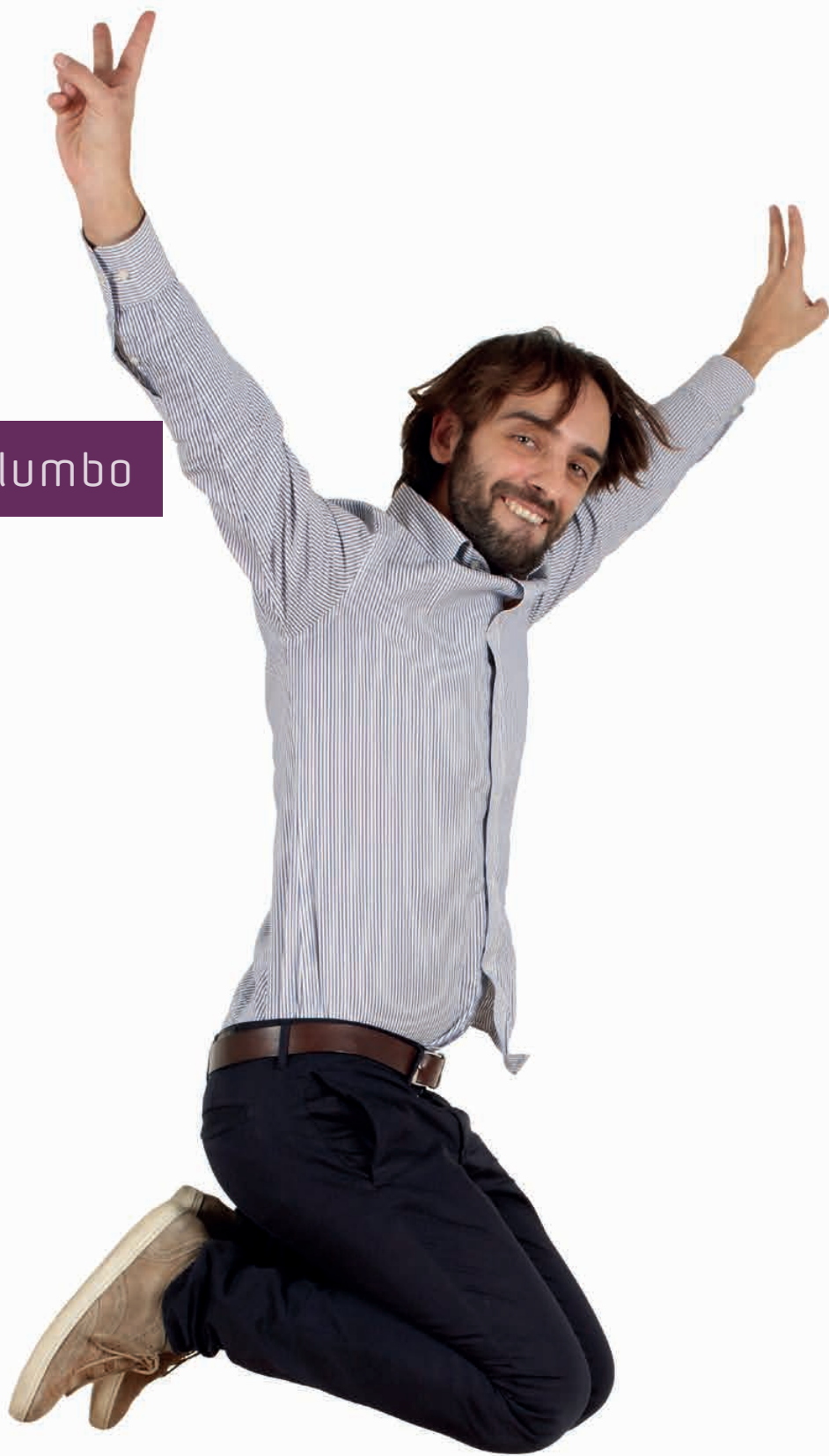
## 7 Experience, relations and national and international projects

INNAAS' international experience was gained in both the United States, via collaboration with the Stevens Institute Technology of Hoboken made possible by Carlo Lipizzi's contribution, and in Germany, where Christian Khun, INNAAS contact for the German market, takes care of business development.

## 8 Hashtags

#datadriven #datavaluechain #innovation #b2b2c

Matteo Palumbo



# INTERACTIVE PROJECT

## 1 La startup

Interactive Project sviluppa e pubblica videogiochi cross-platform con un focus specifico sul racing, adottando le più innovative tecnologie per lo sviluppo modulare di più titoli che coprono l'intero panorama del motorsport.

## 2 Il problema | la soluzione

Il mercato del gaming è un mercato con una vastissima offerta, soprattutto sul mobile. Con le proprie tecnologie, Interactive Project riesce a scalare andando a sviluppare modularmente i propri titoli, riutilizzando dunque i propri asset per poter produrre un nuovo videogioco con un notevole risparmio di tempi e di costi.

## 3 Founder

Grande appassionato di videogiochi, **Matteo Palumbo** si laurea in Ingegneria Informatica proprio con l'obiettivo di diventare sviluppatore di videogames. Nel 2006, durante il periodo universitario, crea e pubblica il suo primo browser game, un manageriale nel mondo dei motori. Nel 2011 fonda Interactive Project, azienda che ha un focus specifico su giochi web e mobile legati al racing. Recentemente Interactive Project è stata acquisita dal colosso americano Motorsport.com e Matteo con il suo team è all'opera su nuovi titoli sui motori da pubblicare worldwide.

## 4 Vision

I videogiochi hanno assunto nel tempo una connotazione sempre più social e multi-piattaforma: per Interactive Project questa tendenza continuerà a rafforzarsi e quindi l'azienda punta a cavalcare il trend per fornire un'offerta completa sul mondo del racing e dei motorsport. Un catalogo che possa essere cross-device e cross-platform,

## 1 The startup

Interactive Project develops and publishes cross-platform videogames with a specific focus on racing, adopting the most innovative technologies for the modular development of several titles that cover the entire spectrum of the motorsport.

## 2 The problem | the solution

The gaming market is a market with a huge range of products, especially on mobile. With its own technology, Interactive Project manage to scale, developing modularly its own titles, reusing its own assets to produce a new videogame, with sizeable saving of time and costs.

## 3 Founders

A huge fan of videogames, **Matteo Palumbo** graduated in IT Engineering with the aim of becoming a developer of videogames. In 2006, during his time at university, he created and published his first browser game, a manager game in the motorsports world. In 2011 he founded Interactive Project, a company that focuses specifically on web and mobile games linked to racing. Interactive Project was recently bought by the American giant Motorsport.com and Matteo and his team are working on new motorsport titles to be published worldwide.

## 4 Vision

Videogames have taken on a more social, multi-platform connotation over the years: Interactive Project believes this trend will continue to grow and the company therefore aims to ride the trend and provide a full offer in the motorsports and racing world. A catalogue that can be cross-device and cross-platform, to allow the player to use IP games regardless of the device available.



per permettere al giocatore di utilizzare i giochi IP indipendentemente dal device a propria disposizione.

## 5 Modello di business Mercato Prospettive di crescita Funding

Il modello di business dell'azienda è basato sull'in-app purchase e sull'in-game advertising: i giochi sono free to play, ma esistono dinamiche a pagamento all'interno degli stessi. Il settore del gaming è un settore in rapidissima ascesa e si stima un valore di 35 Miliardi di dollari worldwide nel 2017. Il funding nel settore deriva sia dalle aziende major che pubblicano e producono i titoli più importanti sul mercato mobile, PC e console, sia dai venture capital che investono nelle case di produzione più promettenti.

## 6 Next step

L'azienda ha recentemente chiuso un accordo di investimento con il gruppo Motorsport Network che ne ha acquisito la maggioranza delle quote. Insieme daranno vita al progetto Motorsport Gaming per lo sviluppo, la pubblicazione e la distribuzione di titoli inerenti al racing e al motorsport.

## 7 Esperienze, relazioni e progetti nazionali e internazionali

Interactive Project ha sempre avuto una vocazione internazionale nei propri progetti, con accordi di publishing sviluppati in Brasile, Cina, e in più paesi d'Europa. È stata inoltre tra le 5 startup finaliste ai Game Connection Award a San Francisco con il gioco MyGPTeam Turbo, ed è stata finanziata dal fondo AppCampus, joint venture tra Microsoft e Aalto University di Helsinki, per lo sviluppo di OverVolt: crazy slot cars.

## 8 Hashtag

#gaming #racing #mobile #publishing #motorsport

## 5 Business model Market Growth prospects Funding

The company's business model is based on the in-app purchase and in-game advertising: the games are free to play, but there are some functions within them that must be paid for. The gaming sector is growing rapidly and a worldwide value of 35 billion dollar is estimated for 2017. The sector's funding comes from major companies that publish and produce the most important titles on the mobile, PC and console market, and from venture capital that invest in the most promising productions.

## 6 Next steps

The company has recently signed an investment agreement with the group Motorsport Network which has acquired the majority shareholding. They will together develop the project Motorsport Gaming for the development, publication and distribution of titles pertaining to racing and motorsport.

## 7 Experience, relations and national and international projects

Interactive Project has always had an international vocation in its own projects, with publishing agreements in Brazil, China and several European countries. It was one of the 5 finalist startups at the Game Connection Awards in San Francisco with its game MyGPTeam Turbo, and has been funded by the AppCampus fund, a joint venture between Microsoft and Aalto University in Helsinki, for the development of OverVolt: crazy slot cars.

## 8 Hashtags

#gaming #racing #mobile #publishing #motorsport





Monica Archibugi



# LE CICOGNE

## 1 La startup

Le cicogne è un marketplace accessibile tramite app mobile dove la domanda di genitori in cerca di servizi di baby-sitting incontra l'offerta di lavoro da parte di un network di babysitter esperte e affidabili.

## 2 Il problema | la soluzione

Qualsiasi genitore prima o poi si trova nella necessità di dover trovare rapidamente una baby-sitter per fronteggiare un'emergenza, che si tratti di un improvviso impegno di lavoro o di rimanere bloccati in mezzo al traffico. Prima di internet e soprattutto prima delle connessioni mobile, degli smartphone e delle app, risolvere il problema in fretta era molto complicato. Oggi invece basta scaricare l'app di Le Cicogne, registrarsi, inserire una richiesta, attendere la candidatura delle baby-sitter più vicine e mettersi in contatto con quella che meglio soddisfa i requisiti richiesti. Grazie all'app e alla registrazione dei singoli utenti vengono garantiti sicurezza, trust, una copertura assicurativa e persino la regolarità nelle transazioni economiche, visto che anche il pagamento avviene in-app. E la prestazione professionale è gestita direttamente dalla (o dal) baby-sitter, che con la funzione di check-in e check-out definisce autonomamente e con precisione la durata del servizio.

## 3 Founder

**Monica Archibugi**, una laurea in Economia e gestione delle imprese e dei servizi sanitari conseguita all'Università Cattolica del Sacro Cuore, e CEO di Le Cicogne e fa la babysitter da sempre. La sua startup è un progetto figlio di una necessità vissuta in prima persona, quando Monica ancora organizzava i propri impegni di lavoro annotandoli a penna in un piccolo quaderno, e a un certo punto si ritrovò a dover gestire più richie-

## 1 The startup

Le cicogne is a marketplace, accessible via mobile app, where the demand from parents in search of babysitting services meets the supply of work from a network of expert, reliable babysitters.

## 2 The problem | the solution

All parents find themselves needing a babysitter sooner or later, for an emergency, whether that is a work commitment or because they are sitting in traffic. Before the Internet and, above all, before mobile connection, smartphones and apps, solving this problem rapidly was extremely complicated. Today, all you have to do is download the app Le Cicogne, register, enter a request, wait for the nearest candidate babysitters to appear, contact the one that best meets your needs. Thanks to the app and the registration of each user, security, trust, insurance cover and even regular payments are guaranteed, as the payment is made in-app too. The professional service is managed directly by the babysitter, as by checking in and checking out, he/she determines the duration of the service with extreme precision.

## 3 Founders

**Monica Archibugi**, a graduate of Economics and Healthcare and Enterprise Management from the Università Cattolica del Sacro Cuore, is the CEO of Le Cicogne and has always worked as a babysitter. Her startup is the result of a personal experience, when Monica still organised her own work commitments by noting them down in pen in a small notebook, and at a certain point found herself having to manage more requests than she could meet. She then began to involve other people she could trust - her friends - for whom she created a closed group on Facebook and

ste di quante potesse soddisfare. È allora che inizia a coinvolgere altre persone fidate - le sue amiche - per le quali crea prima un gruppo chiuso su Facebook e poi un sito Internet (2011). Più tardi segue un corso presso InnovAction Lab, dove impara i segreti delle startup e conosce colei che diventerà sua socia nel progetto Le Cicogne, ovvero **Giulia Gazzelloni** (COO), una laurea in Economia e Management presa alla Luiss di Roma.

## 4 Vision

Le Cicogne vuole arrivare nelle case di ogni famiglia in tutto il mondo. L'obiettivo di Monica Archibugi e Giulia Gazzelloni è infatti diventare l'Airbnb o l'Uber del baby-sitting. Chiunque abbia figli, finisce con l'aver bisogno di una baby-sitter e spesso il baby-sitting è anche il primo lavoro di molte persone. È un lavoro sociale e una missione sociale, un'opportunità tanto per le donne quanto per gli uomini, che costituiscono il 5% della forza lavoro nel network Le Cicogne e sono i preferiti da chi ha figli maschi.

## 5 Modello di business

### Mercato Prospettive di crescita Funding

Grazie all'app, Le Cicogne si è fatto principale intermediario nella transazione economica tra genitori e baby-sitter, guadagnando tra il 10 e il 20% per ogni prestazione, che poi reinveste in parte in costi assicurativi e servizi di pagamento digitale.

Finora Le Cicogne conta 3 diversi investimenti: il primo risale al 2013 pari a 50.000 euro da parte di InnovAction Lab. Seguono altri 2 investimenti da fondi privati e business angel, uno da 85.000 euro datato agosto 2015, e l'altro da 355.000 euro nell'agosto 2016.

## 6 Next step

L'obiettivo fissato da Monica Archibugi e Giulia Gazzelloni è semplice: utilizzare gli ultimi finanziamenti per scalare a livello internazionale sbarcando in almeno una città europea entro il 2017.

then a website (2011). She subsequently attended a course at InnovAction Lab, where she learnt the secrets of startups and also met the person who would become her partner in the Le Cicogne project, **Giulia Gazzelloni** (COO), a graduate of Economics and Management from Luiss University in Rome.

## 4 Vision

Le Cicogne wants to enter the homes of each family worldwide. Monica Archibugi and Giulia Gazzelloni's goal is in fact to become the Airbnb or the Uber of baby-sitting. Anyone who has children ends up needing a babysitter, and often babysitting is the first job that many people have. It is a social job and a social mission, an opportunity for women and men, who constitutes 5% of the workforce at Le Cicogne and are the favourites for those with sons.

## 5 Business model

### Market Growth prospects Funding

Thanks to the app, Le Cicogne has become the main intermediary in the economic transaction between parents and babysitters, earning 10-20% for each service, that then reinvests part of that in insurance and digital payment services.

So far, Le Cicogne has 3 different investments: the first dates back to 2013, and was 50,000 Euro from InnovAction Lab. Then there were another 2 investments from private funds and business angels, one of 85,000 Euro in August 2015, and the other of 355,000 Euro in August 2016.

## 6 Next steps

The goal set by Monica Archibugi and Giulia Gazzelloni is a simple one: to use the latest investments to scale the market internationally, arriving in at least one European city by 2017.

## 7 Esperienze, relazioni e progetti nazionali e internazionali

Al momento Le Cicogne è una realtà presente in diverse città italiane tra cui Roma, Milano, Torino, Napoli, Firenze e Bologna, dove sta consolidando la propria presenza. Il 2017 è l'anno in cui la startup partirà alla conquista dell'Europa.

## 8 Hashtag

#keepflying #lecicogne #vitadacicogne

## 7 Experience, relations and national and international projects

Currently, Le Cicogne is present in several Italian cities, including Rome, Milan, Turin, Naples, Florence and Bologna, where it is consolidating its presence. 2017 will be the year when the startup will set off to conquer Europe.

## 8 Hashtags

#keepflying #lecicogne #vitadacicogne

Alberto Mari



# MBS

## 1 La startup

MBS, acronimo per Micro Biological Survey, nasce nel 2007 come spin-off dell'Università degli Studi Roma Tre, grazie alla collaborazione tra ateneo, ricercatori e imprenditori. L'azienda vede la luce per valorizzare un brevetto di proprietà della stessa università e che consiste in un sistema innovativo, semplice e rapido da usare per eseguire analisi microbiologiche su acqua e prodotti agroalimentari, denominato HACCP&WATER Easy test.

## 2 Il problema | la soluzione

La normativa europea (come quella statunitense, o cinese) impone la sicurezza alimentare, che si traduce nella qualità e nell'igiene degli alimenti. In particolare, la normativa di riferimento è il "Pacchetto Igiene" (in vigore dal primo gennaio 2006), che si traduce in una serie di regolamenti tra cui anche il Reg CE 852/04, dove si definiscono le norme generali per garantire l'igiene alimentare.

Sono norme destinate agli operatori del settore, ai quali è fatto obbligo di garantire il controllo puntuale in tutte le fasi della filiera alimentare, operando secondo le procedure stabilite dal sistema HACCP, acronimo che sta per Hazard Analysis and Critical Control Points, cioè Analisi dei rischi e punti critici di controllo. Il sistema sviluppato da MBS risolve il problema in maniera semplice, rapida e a costi accettabili, consentendo alle aziende di svolgere "in casa" tutte le necessarie analisi microbiologiche.

## 3 Founder

L'idea originale è di **Giovanni Antonini**, professore di Scienze e Tecnologie Biomediche presso l'Università Roma Tre, che ora, per MBS, svolge il ruolo di direttore scientifico. **Alberto Mari**, laureato in ingegneria per l'ambiente e il territorio, è invece CEO e managing director dell'azienda.

## 1 The startup

MBS, an acronym for Micro Biological Survey, was founded in 2007 as a spin-off of "Roma Tre" University, thanks to the collaboration between university, researchers and entrepreneurs. The company was created to optimise a patent owned by the university that comprises an innovative, simple, rapid system to use for carrying out microbiological analyses on water and agricultural-food products, named HACCP&WATER Easy test.

## 2 The problem | the solution

European legislation (and US, or Chinese) enforces food safety, that translates into food quality and hygiene. For this matter, the reference law is the "Hygiene Package", in force since January 1st 2006, that consists of a number of regulations, including EC Reg 852/04, which defines the general rules for guaranteeing food hygiene.

These are laws for operators in the sector, who are obliged to guarantee regular controls throughout the food process, operating according to the procedures set out by the HACCP system, an acronym standing for Hazard Analysis and Critical Control Points. The system developed by MBS solves the problem simply, rapidly and at an affordable cost, allowing companies to carry out all the necessary microbiological tests "in house".

## 3 Founders

The original idea came from **Giovanni Antonini**, a professor of Biomedical Science and Technology at "Roma Tre" University, who is now Scientific Director at MBS. **Alberto Mari**, a graduate in Environmental and Territorial Engineering is the CEO and Managing Director of the company.

## 4 Vision

La premessa è che, in tutto il mondo, il trend dei controlli di qualità microbiologici è in forte aumento. Si tende a controllare tutto e, in questo contesto, la vision di MBS è intercettare questo bisogno su scala globale con un dispositivo accessibile e facile da usare. Le analisi microbiologiche sono una issue per tutte le aziende della filiera, dal piccolo esercizio commerciale alla grande multinazionale: finora si poteva procedere con 2 alternative: usare mezzi ultrasofisticati ma alla portata di pochi, oppure usare metodi che, seppure perfezionati nei decenni, risalgono comunque al 19esimo secolo. Ora MBS propone una terza via con l'HACCP&WATER Easy test, un sistema colorimetrico altamente accurato, capace di analizzare velocemente liquidi e solidi.

## 5 Modello di business Mercato Prospettive di crescita Funding

Secondo quanto rivela Strategic Consulting nell'ottava edizione dello studio "Microbiology Testing in the Global Food Industry", solo nel 2013 l'industria alimentare globale ha condotto quasi un miliardo di test microbiologici, mentre il valore globale per i test microbiologici dell'alimentare è stimato intorno ai 3 miliardi di euro, evidenziando una crescita del 40% negli ultimi 5 anni.

In questo scenario MBS, che si configura come un'azienda manifatturiera, ha come modello di business in primo luogo la vendita dei suoi test direttamente al cliente finale in Italia e in alcuni tra i mercati più grandi d'Europa. Per quanto riguarda i mercati più lontani, come ad esempio la Cina, la strategia prevede sia la vendita del prodotto in grandi quantità ai grandi distributori, sia la vendita del know-how, tramite licensing del brevetto. Per quanto riguarda il funding, infine, MBS ha ricevuto da Invent 50.000 euro di seed capital nell'ormai lontano 2007. Oggi l'azienda ha 5 dipendenti più diversi collaboratori esterni tra freelance e fornitori.

## 4 Vision

The premise for the company's vision is that the microbiological quality trend is increasing rapidly worldwide. Everything is being controlled and, in this context, MBS' vision is intercepting this need globally with an easy-to-use, accessible device. Microbiological tests are an issue for all companies in the entire process, from the small commercial enterprise to the huge multinational: so far it has been possible to proceed with 2 alternatives: using ultra-sophisticated means, not accessible to many, or using methods that have been refined over the decades, but that date back to the 19th century. MBS is now offering a third alternative with HACCP&WATER Easy test, an extremely accurate, colorimetric system that can rapidly analyse liquids and solids.

## 5 Business model Market Growth prospects Funding

According to Strategic Consulting in the eighth edition of the "Microbiology Testing in the Global Food Industry" study, in 2013 alone, the global food industry conducted almost one billion microbiological tests, while the global value for microbiological food tests is estimated to be about 3 billion Euro, showing a 40% growth in the last 5 years.

In this scenario MBS, that is organised as a manufacturing company, has the sale of its tests directly to the final client in Italy and in some of the largest European markets as its foremost business model. For markets further afield, such as China for example, the strategy foresees the sale of the product in large quantities to large-scale distributors, and also the sale of the know-how by licensing the patent. Lastly, with regard to funding, MBS received 50,000 Euro of seed capital from Invent way back in 2007. Today the company has 5 employees and several external collaborators, including freelance workers and suppliers.



## 6 Next step

Il prossimo, fondamentale passo per MBS sarà ottenere una validazione internazionale. Già da gennaio 2016 il prodotto viene prodotto in outsourcing da una società certificata, mentre nei prossimi 12 mesi l'obiettivo è ottenere una validazione americana, quella rilasciata dalla Association of Official Agricultural Chemists (AOAC), che è particolarmente importante perché è riconosciuta e consente di operare nelle Americhe, in Estremo Oriente e persino in Europa, anche se qui va per la maggiore la validazione, rilasciata dalla Association Française de Normalisation (AFNOR).

## 7 Esperienze, relazioni e progetti nazionali e internazionali

MBS ha partecipato a diversi programmi di ricerca transnazionali tra cui anche EuroTransBio, dove nel 2008 ha vinto il bando insieme a un'azienda spagnola. Per quanto invece riguarda l'attività commerciale, nell'agosto 2016 ha chiuso un accordo triennale di distribuzione esclusiva per il territorio cinese con l'azienda Dayuan di Guangzhou. A questa partnership commerciale se ne sommano altre, tra cui figura l'accordo di distribuzione con la società olandese Promicol, ancora in fase iniziale.

## 8 Hashtag

#qualità #analisi #microbiologia, #test #haccp #spinoff #romatre

## 6 Next steps

The next essential step for MBS will be to obtain international validation. Already from January 2016, the product is made in outsourcing by a certified company, while the goal in the next 12 months will be to obtain American validation, the one issued by the Association of Official Agricultural Chemists (AOAC), that is especially important as it is recognised and permits operations in the Americas, in the Far East and even in Europe, even if the most common validation here is the one issued by the Association Française de Normalisation (AFNOR).

## 7 Experience, relations and national and international projects

MBS has taken part in several transnational research programmes including EuroTransBio, where it won the call in 2008 together with a Spanish company. With regard to its commercial activity, it stipulated a three-year exclusive distribution agreement in August 2016 for China, with the company Dayuan in Guangzhou. There are also other commercial partnerships, including the distribution agreement with the Dutch company Promicol, which is still at its initial stage.

## 8 Hashtags

#quality #analysis #microbiology, #test #haccp #spinoff #romatre

Simone Ridolfi



# MOOVENDA

## 1 La startup

Moovenda è un servizio di smart food delivery basato su una community che consegna ovunque a Roma i piatti dei migliori ristoranti cittadini.

## 2 Il problema | la soluzione

L'idea è del Founder Simone Ridolfi e prende forma di startup durante lo Startup Weekend organizzato da Google nel 2014, dove Ridolfi crea Moovenda insieme con Filippo Chiricozzi e Simone Terranova. All'inizio, il progetto è mettere a frutto i viaggi delle persone che si muovono nella città di Roma con mezzi propri per spostare e consegnare merci di ogni genere. Successivamente, lo stesso principio viene applicato al solo settore del food delivery perché è il mercato stesso a richiederlo, visto la maggior parte dei partner di Moovenda sono ristoranti e i clienti chiedono soprattutto la consegna di cibo. Una bella sfida, perché la food delivery è settore delicato, che comporta lo spostamento efficiente e puntuale di merci ad alta deperibilità. Ma anche l'occasione per maturare un know-how unico e facilmente trasferibile nel trasporto di altre merci, magari più semplici da gestire di cibi altamente deperibili. Il risultato è che oggi Moovenda vanta un sistema di logistica completamente digitalizzato, basato su algoritmi che gestiscono e ottimizzano i movimenti di circa 100 fattorini (o moovers) nella città di Roma, entro i confini del raccordo.

## 3 Founder

I Fondatori di Moovenda sono **Simone Ridolfi**, **Simone Terranova** e **Filippo Chiricozzi**.

**Simone Ridolfi**, 26 anni, laureato in Economia e Gestione d'Impresa, è CEO e Co-founder di Moovenda. Appassionato di Marketing in tutte le sue forme e di Network Orchestration, nell'azienda si occupa di Marketing e di tutte le relazioni con investitori e fondi di investimento.

## 1 The startup

Moovenda is a smart food delivery service based on a community that delivers dishes from the city's best restaurants to anywhere in Rome.

## 2 The problem | the solution

The idea belongs to the Founder Simone Ridolfi and it became a startup during the Startup Weekend organised by Google in 2014, where Ridolfi created Moovenda together with Filippo Chiricozzi and Simone Terranova. At the start, the project was to use people's trips around the city of Rome in their own vehicles to move and deliver goods of all kinds. Subsequently, the same principle was applied to the food delivery sector only, as it was the market itself demanding it, as most of Moovenda's partners were restaurants and the clients were mainly requesting delivery of food. Rather a challenge, as food delivery is a delicate sector, that requires efficient, punctual movement of highly perishable goods, but also an opportunity to develop unique expertise, easily transferable to transporting other goods, perhaps more simple than managing highly perishable items. The result is that today, Moovenda has a fully digitalised logistics system, based on algorithms that manage and optimise the movements of about 100 couriers (or movers) in Rome, within the ring road.

## 3 Founders

The Founders of Moovenda are **Simone Ridolfi**, **Simone Terranova** and **Filippo Chiricozzi**.

**Simone Ridolfi**, 26 years old, with a degree in Economics and Enterprise Management, is CEO and Co-founder of Moovenda. A fan of marketing in all its forms and of Network Orchestration, he is in charge of Marketing and all relations with investors and investment funds in the company.

**Simone Terranova**, 30 anni, è ingegnere Gestionale esperto di algoritmi matematici per l'ottimizzazione logistica. CTO e Co-founder di Moovenda, ha un passato in grandi gruppi come Fendi, LVMH, ACT Operation Research. Per la startup si occupa di sviluppo di sito ed app mobile e del coordinamento di tutti gli aspetti IT. Infine **Filippo Chiricozzi**, 27 anni, è laureato in Management e Internazionalizzazione d'Impresa. COO e Co-founder di Moovenda, ha un passato in Comunicazione e Sales & Marketing, lavorando sia per istituzioni pubbliche (Unione Europea) che per startup (YPJ, wineOwine). In Moovenda si occupa di business development, coordinamento della forza commerciale e gestione dei ristoranti.

#### 4 Vision

Il mondo viaggia sempre più velocemente, tutto accade in fretta, gli impegni si sommano, le persone hanno sempre meno tempo a disposizione e sempre più bisogno di servizi per la delivery che portino merci e beni di consumo direttamente a casa loro, come testimonia l'interesse per questo settore di giganti come Amazon. In questo contesto, Moovenda lavora per ottimizzare la logistica nel settore del food delivery, si concentra per ora su Roma - che comunque è la città più grande d'Italia - e matura un'esperienza che presto sarà pronta a replicare altrove.

#### 5 Modello di business Mercato Prospettive di crescita Funding

Il modello di business di Moovenda è basato sul revenue sharing con i ristoratori (attualmente oltre 300), che riconoscono alla startup in media il 25% del valore transato. Per quanto riguarda il funding, l'azienda ha raccolto oltre 1 milione di euro in funding dal settembre 2015.

#### 6 Next step

L'obiettivo a breve termine è consolidare e ottimizzare la

**Simone Terranova**, 30 years old, is a Administration Software Engineer, an expert in mathematical algorithms for logistics optimisation. CTO and Co-founder of Moovenda, he has a past curriculum in large-scale groups such as Fendi, LVMH, ACT Operation Research. In the startup he is in charge of website and mobile app development and coordination of all aspects of IT. Lastly, **Filippo Chiricozzi**, 27 years old, is a graduate of Enterprise Management and Internationalisation. COO and Co-founder of Moovenda, he has worked in Communications and Sales & Marketing, working for both public institutions (European Union) and for startups (YPJ, wineOwine). In Moovenda, he is in charge of business development, salesforce coordination and restaurant management.

#### 4 Vision

The world travels at an increasingly rapid pace. Everything is in a rush, people have more and more commitments, have less free time and need more delivery services that bring goods and consumables directly to their home. All this is proven by the interest in this sector by giants such as Amazon. In this context, Moovenda works to optimise logistics in the food delivery sector. For now it is concentrated on Rome - which is Italy's largest city - and is gaining experience that it will soon be ready to repeat elsewhere.

#### 5 Business model Market Growth prospects Funding

The Moovenda business model is based on revenue sharing with restaurateurs (currently more than 300), who pay the startup an average of 25% of each transaction. With regard to funding, the company has collected more than one million Euro in funding from September 2015.

#### 6 Next steps

The short term goal is to consolidate and to optimise its

presenza sulla città di Roma per poi scalare in altre città italiane.

## 7 Esperienze, relazioni e progetti nazionali e internazionali

Al momento, Moovenda opera nella sola città di Roma e punta a espandersi prima di tutto in Italia per 2 ragioni: la prima è che quello della food delivery è un mercato per sua natura locale, che richiede un forte focus sul territorio, specie in una città grande e complessa come la capitale italiana. La seconda è che l'Italia è il terzo mercato d'Europa dopo Spagna e Francia, per un valore stimato pari a oltre 6 miliardi di euro.

## 8 Hashtag

#desideriadicilio #food #delivery #moovers

presence in Rome and then scale the other Italian cities.

## 7 Experience, relations and national and international projects

Currently, Moovenda only operates in the city of Rome and aims to expand in Italy mainly, due to 2 reasons: the first is that food delivery is a local market by its very nature; it requires strong focus on territory, especially in a large, complex city like the Italian capital. The second is that Italy is the third market in Europe after Spain and France, with an estimated value of more than 6 billion Euro.

## 8 Hashtags

#desideriadicilio #food #delivery #moovers

Lorenzo Di Ciaccio



# PEDIUS

## 1 La startup

Pedius è un sistema di comunicazione che consente alle persone sorde di effettuare normali telefonate, utilizzando le tecnologie di riconoscimento e sintesi vocale.

## 2 Il problema | la soluzione

Grazie a Pedius le persone sorde possono utilizzare il telefono per tutte le loro esigenze e in autonomia. Per contattare qualcuno che sia fuori portata di sms e chat, oppure per rivolgersi a servizi come il pronto soccorso, il medico, la banca o il soccorso stradale. Attraverso l'applicazione mobile, gli utenti possono avviare una normale telefonata verso un numero telefonico. Durante la telefonata l'utente scrive come in una normale chat e una voce artificiale pronuncia i messaggi. In tempo reale la risposta vocale della persona chiamata viene trasformata in testo e inviata all'utente.

## 3 Founder

I Fondatori di Pedius sono **Lorenzo Di Ciaccio**, **Stefano La Cesa** e **Alessandro Gaeta**.

**Lorenzo** svolge il ruolo di CEO: Laureato in ingegneria informatica presso l'Università Sapienza di Roma, dopo aver lavorato 4 anni come consulente IT, lascia il proprio lavoro per fondare la startup. Ha realizzato la parte back-end di Pedius, e ora si occupa della gestione aziendale e dei rapporti con gli investitori. Oltre che a Pedius, Lorenzo si dedica alla promozione dell'imprenditoria sociale nelle università.

**Stefano La Cesa** è il CTO: laureato in ingegneria informatica all'Università Sapienza di Roma, ha conseguito un Master in Media e Telco presso il MIP - Politecnico di Milano nel 2014 e il CAPM - Certified Associate in Project Management. Dopo 3 anni di esperienza nello sviluppo mobile e Java EE e 2 anni come Program Ma-

## 1 The startup

Pedius is a communication system that allows deaf people to make normal phone calls by using voice recognition and synthesis technology.

## 2 The problem | the solution

Thanks to Pedius, deaf people can use telephones for all their needs, in full autonomy. To contact someone who can't access text messages and chats, or to contact services such as emergency services, the doctor, the bank or roadside assistance. Using the mobile application, users can start a normal phone call to a phone number. During the phone call, the user writes as in a normal chat and an artificial voice pronounces the message. The voice response of the person receiving the call is transformed into text in real time and sent to the user.

## 3 Founders

The Founders of Pedius are **Lorenzo Di Ciaccio**, **Stefano La Cesa** and **Alessandro Gaeta**.

**Lorenzo** is the CEO: He has a degree in Computer Engineering from "Sapienza" University in Rome. After working as an IT consultant for 4 years, he left his job to found the startup. He has created the back-end part of Pedius and now is in charge of company management and relations with investors. In addition to Pedius, Lorenzo is also dedicated to promoting social enterprise in universities.

**Stefano La Cesa** is the CTO: he has a degree in Computer Engineering from "Sapienza" University in Rome, a Masters in Media and Telco from MIP - Milan Polytechnic in 2014 and is a CAPM - Certified Associate in Project Management. After 3 years experience in mobile and Java EE development and 2 years as a



nager di progetti di consulenza IT Strategy, nel mercato Telco e in progetti di E-Health, oggi si occupa della strategia tecnologica di Padius, della gestione dei processi aziendali e dei rapporti con i clienti.

Infine **Alessandro Gaeta**, Lead Developer di Padius, è laureato in informatica presso l'Università Sapienza di Roma, con una tesi riguardante lo streaming audio/video su dispositivi mobile. Ha all'attivo una pubblicazione in ambito internazionale (IEEE/SECON) e oggi si occupa della ricerca e dello sviluppo dei servizi di Padius.

#### 4 Vision

“L'accessibilità come opportunità”: oltre l'abbattimento delle barriere di comunicazione, Padius mira a sensibilizzare la comunità riguardo l'apertura e l'accessibilità dei servizi alle persone disabili. L'accessibilità non deve essere vista come un obbligo da adempiere, ma come un'opportunità per poter offrire i propri servizi senza discriminazioni e per valorizzare il proprio operato.

#### 5 Modello di business Mercato Prospettive di crescita Funding

Le persone affette da sordità profonda (soglia di udito maggiore di 90db) sono mediamente 1 su 1.000. Nel mondo ci sono circa 70 milioni di persone con sordità profonda (fonte WDF - World Deaf Foundation), mentre in Italia, secondo l'Ente Nazionale Sordi, sono presenti più di 70.000 persone non udenti.

Il servizio di Padius è offerto mediante un modello freemium. L'applicazione può essere scaricata gratuitamente e ogni utente riceve mensilmente 20 minuti di telefonate gratuite verso qualsiasi numero. Per disporre di più minuti, gli utenti possono acquistare pacchetti da 100 minuti a 5 euro (che diventano 4 sterline e 5 dollari rispettivamente per Regno Unito e Stati Uniti) oppure acquistare l'abbonamento unlimited per 30 euro annui (al costo di 25 sterline in UK, 30 dollari negli Stati Uniti).

Program Manager for IT Strategy projects in the Telco market and in E-Health projects, he is now in charge of technological strategy at Padius, in managing company processes and customer relations.

Lastly **Alessandro Gaeta**, Lead Developer at Padius, has a degree in Computer Engineering from “Sapienza” University in Rome. His graduation thesis was on audio/video streaming on mobile devices. He is author of an international publication (IEEE/SECON) and is now in charge of research and development of services at Padius.

#### 4 Vision

“Accessibility as an opportunity”: in addition to breaking down communication barriers, Padius aims to make the community more aware of the opening up and accessibility of services for disabled people. Accessibility mustn't be seen as an obligation but as an opportunity to be able to offer services without discrimination and to optimise the work.

#### 5 Business model Market Growth prospects Funding

On average, one in a thousand people suffer from severe hearing impairment (hearing threshold over 90db). Worldwide, there are about 70 million people with severe hearing impairment (source WDF - World Deaf Foundation), while in Italy, according to the National Deaf People's Association, there are more than 70,000 deaf people.

Padius' service is offered as a freemium model: the application can be downloaded free of charge and each user receives 20 minutes of free telephone calls per month towards any number. To have more minutes, users can purchase packages of 100 minutes at 5 Euro (that convert to 4 pounds sterling and 5 dollars for the United Kingdom and United States respectively) or purchase an unlimited subscription for 30 Euros per year (25 pounds sterling in UK, 30 dollars in the United States).

In addition to the final client, Padius aims at all compa-



Oltre che al cliente finale, Pedius si rivolge a tutte le aziende che hanno una forte attività di customer care e una sensibilità alle tematiche sociali, quale l'inclusione al lavoro e l'accessibilità come, ad esempio, i player del settore bancario, assicurativo e sanitario. Pedius propone a tutte le aziende dotate di un call center, una soluzione in grado di rendere accessibile l'infrastruttura telefonica con il minimo impatto. Le aziende che vogliono rendere accessibili i loro servizi attraverso Pedius possono essere inserite tra i "numeri utili" dell'applicazione. L'utente può contattare gratuitamente il servizio come già succede per i numeri verdi. A oggi Pedius conta partnership con TIM, BNL Gruppo BNP Paribas e AXA Assistance Italia per rendere accessibili i loro servizi telefonici alle persone sorde e con i comuni di Trieste, Andria e Prato per abilitare le chiamate verso la Polizia Locale.

## 6 Next step

Pedius è presente a oggi in 9 Paesi tra cui: Italia, Regno Unito, Francia, Spagna, Stati Uniti, Canada, Australia e Nuova Zelanda. A breve sarà disponibile in Brasile e in Germania.

Dopo 3 anni di attività, Pedius ha raccolto numerosi feedback e dati sull'utilizzo. La maggior parte degli utenti Pedius ha un'età compresa tra i 25 e i 54 anni. Nonostante la diffusione degli smartphone tra le persone sorde sia molto elevata, la parte più anziana della popolazione fa fatica ad adeguarsi. Tra le cause maggiori vi è la ridotta dimensione del display e la difficoltà di utilizzo delle tastiere touchscreen.

L'idea è quella di andare incontro alle persone anziane portando la telefonata sottotitolata su un dispositivo a loro familiare: il televisore. A breve l'azienda rilascerà un dispositivo che, collegato a un normale televisore, consentirà di telefonare e sottotitolare le conversazioni in tempo reale.

panies that have a strong customer care section and are sensitive to social topics, such as inclusion at work and accessibility, e.g. in the bank, insurance and healthcare sector. Pedius offers a solution to all companies with a call center that can make the telephone infrastructure accessible with minimum impact. Companies that wish to make their services accessible via Pedius can be included in the "useful numbers" of the application. The user can contact the service free of charge, as is the case with toll-free numbers. To date Pedius counts on partnerships with TIM, BNL BNP Paribas Group and AXA Assistance Italia to make their telephone services accessible to deaf people; with the municipalities of Trieste, Andria and Prato to enable calls to the Local Police Forces.

## 6 Next steps

Pedius is already present in 9 countries, including: Italy, United Kingdom, France, Spain, United States, Canada, Australia and New Zealand. It will soon also be available in Brazil and Germany.

After 3 years activity, Pedius has received a large amount of feedback and data on its use. Most Pedius users are aged between 25 and 54 years old. In spite of the high diffusion rate of smartphones among deaf people, the older part of the population finds it hard to adapt, one of the major causes being the small size of the screens and difficulty in using touchscreen keyboards.

The idea is to try to meet elderly people's needs, bringing subtitled phone calls to a device that is familiar to them: the television. Shortly, the company will release a device that will allow them to make phone calls and subtitle the conversations in real time when connected to a normal television.

## 7 Esperienze, relazioni e progetti nazionali e internazionali

Dopo aver vinto il grant e partecipato al programma di accelerazione di TIM #Wcap nel 2013, da Agosto a Dicembre 2015 l'azienda ha avuto un'esperienza nell'acceleratore Vertical VC, con sede a Espoo, in Finlandia.

## 8 Hashtag

#semprepiuaccessibili #teampedijs #plikepedijs  
#whoareyougonnacall #phonecallforthe deaf

## 7 Experience, relations and national and international projects

After winning the grant and taking part in the TIM #Wcap acceleration programme in 2013, the company also enjoyed experience in the Vertical VC accelerator, based in Espoo in Finland, from August to December 2015.

## 8 Hashtags

#increasinglyaccessible #teampedijs #plikepedijs  
#whoareyougonnacall #phonecallforthe deaf



Roberto Macina



# QURAMI

## 1 La startup

Qurami, startup nata a Roma nel 2011, ha rivoluzionato il modo di fare la fila in Italia con oltre 350.000 numeri di prenotazione staccati. A fine 2015 l'azienda ha ampliato i suoi servizi, e oggi l'app gestisce sia la fila lineare sia la prenotazione a un servizio.

## 2 Il problema | la soluzione

Qurami è l'App gratuita per smartphone che, con più di 250.000 utilizzi nel solo 2015, ha rivoluzionato il modo di fare la fila. L'App è nata nel 2011 per consentire ai suoi utenti di prendere un numero di prenotazione virtuale, del tutto equivalente a quello cartaceo, iniziando la fila ancora prima di arrivare nella struttura e risparmiando così tempo prezioso. Perseguendo l'ambizioso obiettivo di essere riconosciuta sempre più come uno standard globale per i servizi di time-saving via app, a fine 2015 Qurami ha affiancato al servizio di "fila lineare" la possibilità per l'utente di effettuare una vera e propria prenotazione.

Tutto questo è stato reso possibile da un team di 14 persone, unite e determinate, che hanno riversato giorno per giorno passione straordinaria e competenze sull'azienda. Qurami dà la possibilità agli utenti di trovare, in un'unica App, strutture di ogni genere, che offrono servizi fruibili attraverso file lineari, prenotazioni o entrambe le modalità. Il suo funzionamento è veloce e intuitivo: si sceglie la struttura dove si deve andare, il servizio di proprio interesse e si stacca un ticket, sia esso un numero per la fila o la ricevuta di una prenotazione.

## 3 Founder

**Roberto Macina**, romano, 31 anni, laureato in ingegneria informatica, ex-giocatore di football americano. Stanco ed esasperato dal fare file, nel 2010 lascia il lavoro in

## 1 The startup

Qurami, startup created in Rome in 2011, has revolutionised the way of queuing in Italy, with more than 350,000 booking numbers issued. At the end of 2015 the company expanded its services, and the app now manages both queues and service booking.

## 2 The problem | the solution

Qurami is the free App for smartphones that has revolutionised the way of queuing with more than 250,000 uses in 2015. The App was created in 2011 to allow its users to take a virtual booking number, equivalent to the paper one, beginning the queue even before arriving at the place and thus saving precious time. In the pursuit of the ambitious goal of being recognised as a global standard for time-saving services via apps, at the end of 2015 Qurami set up the possibility for users to make actual bookings, alongside its "queuing" service.

All this has been made possible by a team of 14 united, determined people, who have poured extraordinary passion and skills into the company day after day. Qurami gives users the possibility of finding all kinds of facilities offering services that can be used through queuing, booking or both modes in a single App. It works quickly and intuitively: the facility to be visited is chosen, together with the service required and a ticket is taken, either a number for the queue or a receipt for the booking.

## 3 Founders

**Roberto Macina**, from Rome, 31 years old, with a degree in Computer Engineering, a former American football player. Tired and exasperated by queuing, he left his job in a telecommunications company in 2010 and founded Qurami, which he is CEO of. He is a lecturer of Digital Business at LUISS university. He likes sharing his entre-

una società di telecomunicazioni e fonda Qurami, della quale è anche CEO. È lecturer presso l'università LUISS sul tema del Digital Business. Gli piace condividere la sua storia di imprenditore presso scuole, università e aziende per ispirare i giovani e spingerli a costruirsi il proprio futuro. Quando non è impegnato con Qurami, lo potete trovare su un campo di paddle o in giro a correre per la città.

#### 4 Vision

La mission dell'azienda è quella di diventare sempre più uno standard globale per i servizi di time-saving via App.

#### 5 Modello di business Mercato Prospettive di crescita Funding

Il piano di crescita dell'azienda prevede la creazione di 1,5 milioni di Qurami Point, negli 8 paesi considerati target, durante il triennio 2016-2018. Per quanto riguarda il modello di business, Qurami vende, attraverso canone mensile o annuale, la licenza per connettersi al proprio servizio e usufruire dell'app. L'offerta è composta da 2 prodotti: il primo è Qurami AGENDA ed è rivolto a clienti medio-piccoli per la gestione della propria agenda. Il secondo è Qurami CONNECT e nasce per consentire ai clienti medio-grandi la gestione delle prenotazioni.

#### 6 Next step

"Quramizzare" l'Italia e non solo.

#### 7 Esperienze, relazioni e progetti nazionali e internazionali

La strategia di Qurami prevede 2 modelli diversi di approccio al mercato internazionale: in primo luogo, si procede sviluppando partnership con aziende italiane già operanti sul mercato globale come ad esempio Enel che, con la sua localizzazione spagnola Endesa, apre alla startup gui-

preneurial story in schools, universities and companies to inspire young people to build their own future. When he isn't busy with Qurami, you can find him on a paddle court or running around the city.

#### 4 Vision

The company mission is to become a global standard for time-saving services via Apps.

#### 5 Business model Market Growth prospects Funding

The company's growth plan foresees the creation of 1.5 million Qurami Points in the 8 countries considered to be targets in the three-year period 2016-2018. For the business model, Qurami sells the licence to connect to its service and use the app, through a monthly or annual fee. The offer comprises 2 products: the first is Qurami AGENDA and is aimed at medium-small clients to manage their own diaries. The second is Qurami CONNECT and was created to allow medium-large clients to manage bookings.

#### 6 Next steps

"Quramize" Italy and beyond.

#### 7 Experience, relations and national and international projects

Qurami's strategy foresees 2 different methods of approach to the international market: first of all to develop partnerships with Italian companies that already operate on the global market, such as Enel, which opened up the doors to the Spanish market for the startup led by Roberto Macina through its Spanish localisation Endesa.

The second model provides for the search for B2B partnerships in nations of interest, so that it is local partners who propose the Qurami model to prospective clients.

data da Roberto Macina le porte del mercato Iberico.

Il secondo modello prevede invece la ricerca di partnership B2B nelle nazioni di interesse, in modo che siano i partner locali a proporre il modello Qurami ai clienti prospect. Grazie a questa scelta operativa, la startup ha già accordi in essere ancora in Spagna, dove sarà presente in 5 stazioni ferroviarie gestite dall'azienda ferroviaria Renfe, quindi in Inghilterra, dove la partnership è con Post Office Ltd e con il Comune di Reading, e infine in Messico, dove la partnership è con l'università di Monterrey.

## 8 Hashtag

#timeSaving #mobile #app #smartcities

Thanks to this type of operational choice, the startup has already stipulated agreements in Spain, where it will be present in 5 railway stations managed by the railway company Renfe, and also in England, with a partnership with Post Office Ltd and with Reading Council and also in Mexico, where the partnership is with the University of Monterrey.

## 8 Hashtags

#timeSaving #mobile #app #smart cities

Giorgia Pontetti





# ROBOTFARM

## 1 La startup

RobotFarm è un orto urbano 2.0, una serra-elettrodomestico idroponica completamente automatizzata dalla semina al raccolto, che permette a chiunque di coltivare indoor senza necessità di pollice verde, in autonomia, a chilometri zero e mangiando sano.

## 2 Il problema | la soluzione

RobotFarm permette alle famiglie e ai ristoratori di produrre in autonomia vegetali deliziosi, sani e rispettosi dell'ambiente, comodamente all'interno della propria casa o locale commerciale. Un orto idroponico residenziale indoor all-in-one che consente di coltivare e produrre erbe fresche, micro-verdure, ortaggi e fiori 365 giorni all'anno. Un modo tecnologicamente avanzato per rendere il "giardinaggio" più facile e più accessibile, nell'assoluto rispetto dell'ambiente.

## 3 Founder

Il team comprende i Soci Fondatori **Giorgia Pontetti**, 38 anni, laureata in ingegneria elettronica e in ingegneria aeronautica, e **Valentina Pontetti**, 36 anni, laureata in Giurisprudenza con alle spalle un master in Istituzioni e Politiche Spaziali e la scuola di specializzazione per le Professioni Legali. Entrambe hanno maturato esperienza nello studio e nella realizzazione di serre idroponiche di grandi dimensioni decontaminate, ermetiche e computerizzate (Ferrari Farm), nelle quali già producono vegetali che danno luogo a prodotti commercializzati di alta qualità e privi di metalli pesanti.

## 4 Vision

La visione è quella di portare sul mercato di massa un orto domestico idroponico completamente automatico, per coltivare in appartamenti, ristoranti, uffici, locali,

## 1 The startup

RobotFarm is an urban vegetable garden 2.0, a fully-automated, hydroponic, domestic electrical greenhouse, from sowing to harvesting, that allows anyone to grow vegetables indoors without having to have green fingers, autonomously, and allowing them to eat healthy, zero-mile food.

## 2 The problem | the solution

RobotFarm allows families and restaurants to autonomously produce delicious, health vegetables that respect the environment, comfortably in their own home or business premises. A hydroponic, residential, indoor, all-in-one vegetable garden that grows and produces fresh herbs, micro-vegetables and flowers 365 days a year. A technologically advanced way to make gardening easier and more accessible, in full respect of the environment.

## 3 Founders

The team includes Founding Partners **Giorgia Pontetti**, 38 years old, with a degree in electronic engineering and aeronautical engineering and **Valentina Pontetti**, 36 years old, with a degree in law and a Masters in Institutions and Space Policies and a specialisation from the school for Legal Professions. They have both gained experience in the study and realisation of large-scaled, decontaminated, airtight, computerised hydroponic greenhouses (Ferrari Farms), where they already produce vegetables that lead to high quality, heavy metal-free commercialised products.

## 4 Vision

The vision is to bring completely automatic, hydroponic, domestic vegetable gardens to the mass market, that

negozi, fiere, ecc.. Lo si può posizionare ovunque servano gusto e semplicità, un'idea per "pensare verde" e rendere le città più belle, vivibili e produttive, nonché per avere a portata di mano prodotti sempre più freschi, genuini e più economici.

## 5 Modello di business Mercato Prospettive di crescita Funding

Il modello di business prevede sia la ricerca di partner commerciali, sia la vendita diretta anche con e-commerce e tramite distributori. Questa scelta è stata fatta per ottenere una rapida presenza sul mercato e quindi una veloce crescita della startup con evidenti vantaggi competitivi (acquisizione rapida di un mercato in cui non sono presenti competitors, al fine di evitare concorrenza nel breve-medio periodo). Circa gli aspetti economici, la produzione sarà sostenuta in autofinanziamento dai soci, mentre l'aspetto economico del mercato sarà sostenuto dal partner commerciale.

Il mercato di riferimento, inoltre, è eterogeneo e vasto; si pensa a clienti residenziali che possono trarre il vantaggio di coltivare con le proprie mani, senza concimi chimici né fitofarmaci, vegetali a foglia (lattughe, erbe officinali, ecc.) per l'alimentazione della propria famiglia. Ci sono poi i clienti commerciali che fornirebbero un valore aggiunto alla loro attività e le aziende di manufacturing di cucine, interessate a innovazioni tecnologiche nella loro gamma di prodotti.

Al momento sono stati realizzati 2 prototipi in completo autofinanziamento, e la startup è alla ricerca di joint-venture per la commercializzazione per poter aggredire il mercato di massa.

can be cultivated in apartments, restaurants, offices, shops, exhibition centres etc. They can be placed anywhere that simplicity and taste are required, an idea for "green thinking" and making cities more attractive, easier to live in and more productive, as well as always having fresh, genuine and less expensive products to hand.

## 5 Business model Market Growth prospects Funding

The business model provides for the search for commercial partners and direct sales, also via e-commerce and via distributors. This choice was made to gain fast market presence and thus rapid growth for the startup, with clear competitive advantages (rapid acquisition of a market where there are no competitors, in order to prevent competition in the short-mid term). With regard to economic aspects, production will be maintained by the partners' self-financing, while the economic aspect of the market will be supported by the commercial partner.

Moreover, the reference market is heterogeneous and huge; there are residential clients who can enjoy the advantages of growing large leaf vegetables (lettuce, herbs etc) with their own hands, without any chemical fertilisers or pesticides, to feed their own families. There are also commercial clients who would provide added value to their business and manufacturing companies of kitchens who are interested in technological innovation in their range of products.

Two prototypes have been created through full self-funding and the startup is searching for joint-ventures for the commercialisation in order to attack the mass market.

## 6 Next step

Sarà lanciata una pre-produzione orientata a clienti particolari e “sperimentatori”, nell’ottica di entrare in produzione a metà del 2017. Verranno ricercate collaborazioni con altre aziende, al fine di creare indotto produttivo, per esempio specializzando e coinvolgendo anche i ragazzi delle scuole di formazione professionale, oltre a joint-venture tese a risultati di Marketing e Business.

Si pensa poi di utilizzare RobotFarm in modo innovativo per soddisfare bisogni sociali arricchendo la vita quotidiana delle persone e sfruttando la natura terapeutica dell’agricoltura (“Agriculture Therapy”), permettendo di verificare di persona lo svolgimento dell’intero processo produttivo. Si pensi alla possibilità di far avvicinare i bambini piccoli alla comprensione della natura facendoli coltivare ortaggi proprio in casa oppure a scuola.

## 7 Esperienze, relazioni e progetti nazionali e internazionali

RobotFarm ha presentato una domanda di brevetto PCT a livello mondiale per tutelare la proprietà intellettuale e, nel contempo, creare valore aggiunto al prodotto nell’ottica di future partnership e joint-venture.

## 8 Hashtag

#ortodomestico #idroponico #nonichel #indoor  
#serra\_domestica

## 6 Next steps

A pre-production phase will be launched for particular clients and “experimenters”, with a view to starting production in mid-2017. Collaborations with other companies will be sought, to create ancillary products, for example specialising in and involving students from professional training schools and also joint ventures for Marketing and Business results.

RobotFarm can be used innovatively to satisfy social needs by enriching people’s daily lives and exploiting agriculture through Agriculture Therapy, allowing the entire production process to be checked personally. The possibility of helping young children to understand nature by having them grow vegetables at home or at school has also been explored.

## 7 Experience, relations and national and international projects

RobotFarm has submitted an application for a PCT patent worldwide to protect intellectual property and at the same time create added value to the product with a view to future partnerships and joint-ventures.

## 8 Hashtags

#ortodomestico #idroponico #nonichel #indoor  
#serra\_domestica

Luca Ruggeri



# SCUTER

## 1 La startup

Scuter è la prima startup a offrire un servizio di scooter sharing attraverso un veicolo appositamente progettato per l'uso condiviso.

## 2 Il problema | la soluzione

La mobilità urbana è l'incubo quotidiano per tutti coloro che si spostano per raggiungere il proprio posto di lavoro o di studio. Da recenti statistiche (TOMTOM traffic index) solo a Roma le persone perdono 93 ore all'anno bloccate nel traffico. L'Inrix traffic scorecard 2015 ci dice che in Europa la situazione non è migliore: Londra, ad esempio, ha il record con 101 ore perse nell'anno. Le soluzioni attualmente a disposizione degli utenti, anche avanzate, non risolvono comunque i 2 problemi evidenziati. Uber, il car sharing, il car pooling sono tutti basati sull'automobile (e soprattutto sul motore a scoppio) e quindi soffrono traffico e ricerca del parcheggio. I servizi di scooter sharing che sono basati su motocicli commerciali, hanno altri problemi: spesso sono moto pesanti, il pubblico femminile ad esempio non riesce a mettere la moto sul cavalletto; serve spesso la patente A, e chi ce l'ha di solito ha il suo scooter e quindi non usa servizi di sharing; infine, pensiamo all'uso condiviso del casco, con evidenti problemi di igiene e di sicurezza.

Ecco che quindi che i Fondatori di Scuter hanno pensato a un servizio di sharing innovativo, che per superare tutti questi problemi ha richiesto la progettazione di uno scooter elettrico a tre ruote in omologazione per la guida senza casco, leggero (<90KG) e smart, perché ospita a bordo una piattaforma multimediale sempre connessa al Cloud che lo trasforma nel perfetto veicolo per le moderne Smart City.

## 1 The startup

Scuter is the first startup to offer a scooter sharing service via a specifically designed vehicle for shared use.

## 2 The problem | the solution

Urban mobility is the daily nightmare for everyone who travels to get to work or place of study. Recent statistics (TOMTOM traffic index) show that in Rome alone, people waste 93 hours per year stuck in traffic. The Inrix traffic scorecard 2015 tells us that in Europe the situation is not the best. London, for example, has the record of 101 hours wasted per year. The solutions currently available to users, even though advanced, do not solve the 2 highlighted problems. Uber, car sharing and car pooling are all based on cars (and above all on internal combustion engines) and therefore suffer from traffic and searches for parking. Scooter sharing services that are based on commercial motorcycles, have other problems: they are often heavy bikes, so females, for example, cannot manage to put the bikes on their stands; you often need a special motorbike licence and those who have the licence often have their own scooter and so does not use the sharing service; lastly, we can think about shared use of helmets, with its own clear problems of hygiene and safety.

This is why the Founders of Scuter have created an innovative sharing service, that required the designing of a lightweight (<90KG), three-wheel electrical scooter that is approved to be ridden without a helmet and smart, because it has a multimedia, Cloud-connected platform on board that transforms it into the perfect vehicle for modern Smart Cities.

### 3 Founder

I Founder, tutti imprenditori o manager provenienti dai settori dell'automotive, delle telecomunicazioni e dell'Open Innovation, sono **Gianmarco Carnovale** (CEO) **Gabriele Carbucicchio** (CFO) **Carmine Di Nuzzo** (Progettista veicolo) **Luca Ruggeri** (CTO) e **Aberto Piglia** (Head of Marketing). **Gabriele** e **Carmine**, che condividono la passione per le moto, hanno rilevato il marchio Italmoto (che era utilizzato dalla Maserati negli anni '60 per le loro due ruote) e fondato **Italiana Veicoli**, che ora costruisce e vende in tutto il mondo diversi ciclomotori sia termici che elettrici. **Gianmarco**, imprenditore seriale nel settore tecnologico, è attivo e conosciuto nel panorama startup italiano, ha progettato e condotto alcuni tra i più famosi incubatori d'impresa in Italia e con Scuter ha scelto di passare nuovamente "dall'altro lato", tornando all'imprenditoria. **Luca Ruggeri**, dopo una carriera decennale in importanti multinazionali delle TLC e delle architetture informatiche, ha deciso di seguire la propria passione verso le startup lasciando il posto fisso per "costruire qualcosa di concreto, che possa migliorare tangibilmente la città". **Alberto Piglia**, cresciuto in Nokia fino a diventarne Direttore Marketing Europa, è consulente di Open Innovation e marketing non convenzionale per grandi aziende sul panorama nazionale.

### 4 Vision

Scuter intercetta 3 "mega-trend" che sono in fortissimo sviluppo in ogni parte del mondo: interesse verso soluzioni di mobilità elettrica, diffusione di servizi legati alla sharing economy, incremento delle persone che vivono in città sempre più grandi (c.d. "mega-cities") e sempre più affollate, congestionate e inquinate. La visione è quindi quella di semplificare la mobilità urbana rendendola semplice, smart e sostenibile.

Scuter semplifica la mobilità urbana perché è disponibile nel luogo e nel momento in cui ti serve davvero; l'intero noleggio è gestito con pochi click dallo smartphone e l'utilizzo del veicolo è davvero immediato. La comoda

### 3 Founders

The Founders, all entrepreneurs or managers from the automotive, telecommunications and Open Innovation sectors, are **Gianmarco Carnovale** (CEO) **Gabriele Carbucicchio** (CFO) **Carmine Di Nuzzo** (Vehicle designer) **Luca Ruggeri** (CTO) and **Aberto Piglia** (Head of Marketing). **Gabriele** and **Carmine**, who share a passion for motorbikes, have taken over the brand Italmoto (that was used by Maserati in the 1960s for their two wheels) and founded **Italiana Veicoli**, that now builds and sells various scooters, both thermal and electrical worldwide. **Gianmarco**, a serial entrepreneur in the technological sector who is active and well-known in the Italian startup panorama, has designed and led some of the most famous enterprise incubators in Italy and has chosen, with Scuter, to once again move over "to the other side", returning to enterprise. After a decade-long career in important multinationals in the TLC and IT architecture sector, **Luca Ruggeri** has decided to follow his own passion for startups, leaving his permanent employment to "build something concrete that can tangibly improve the city". **Alberto Piglia**, who rose up the ranks in Nokia to become Marketing Director Europe, is a non-conventional Open Innovation and marketing consultant for large-scale companies on the national market.

### 4 Vision

Scuter intercepts 3 "mega-trends" that are in rapid development all over the world: interest in electrical mobility solutions, the diffusion of services linked to the sharing economy, and an increase in the number of those who live in ever-larger cities (so-called "mega-cities") that are crowded, congested and polluted. The vision is therefore to simplify urban mobility, making it simple, smart and sustainable.

Scuter simplifies urban mobility as it is available in the place and at the time when you really need it. The entire hire procedure is managed with just a few clicks on your smartphone and the vehicle can be used immediately.



poltrona con le cinture di sicurezza, le tre ruote, il peso contenuto e la trazione elettrica nonché la velocità limitata a 45kmh (è un ciclomotore) rendono l'esperienza di guida piacevole e adatta a tutti, anche a chi non ha mai guidato motocicli.

È smart perché ha a bordo un tablet sempre connesso in Rete attraverso il quale si possono fruire molti servizi dedicati all'utente e inoltre il veicolo stesso, attraverso la possibilità di essere equipaggiato con tutta una serie di sensori, può diventare un nodo distribuito per la rete di gestione delle moderne Smart City.

È sostenibile perché essendo 100% elettrico abbatte le emissioni di inquinanti e la formula di pagamento pay-per-use rende Scuter sostenibile anche per le tasche degli utenti.

## 5 Modello di business Mercato Prospettive di crescita Funding

Considerando le 60 più grandi città in Europa, ci sono 32 milioni di persone (età 18-65) che si muovono quotidianamente per raggiungere il posto di lavoro o di studio e secondo un calcolo Eurostat, la spesa media annuale per il "commuting" è di 2000 euro a persona. In totale, un mercato potenziale di 65 miliardi di euro. Il settore "smart transportation" cresce con un CAGR del 14,8% (2015-2020 Frost&Sullivan) e ancora più rapidamente crescono i settori cleantech, sharing economy (+39%) e big data legati ai trasporti (+40%).

Il modello di business di Scuter è duplice: per il B2C si pensa a un free-floating pay per use scooter sharing, con tariffa al minuto competitiva con il trasporto pubblico per una tratta media di 10-15 minuti. È poi prevista anche un'offerta B2B per coprire tutte le esigenze di clienti professionali o corporate.

Per quanto riguarda il funding, Scuter ha raccolto i primi 100.000 euro da business angel e successivamente ha vinto un grant europeo di 150.000 euro con annesso un programma di accelerazione internazionale.

The comfortable seat with safety belts, three wheels, the limited weight and electrical traction, as well as the speed limited to 45 kmh (it is a scooter) make the ride pleasant and suited to everyone, even those who have never ridden a moped.

It is smart because it has a tablet on board that is constantly connected to the network, through which many user-dedicated services can be accessed, and also the vehicle itself, thanks to the possibility of being equipped with a range of sensors, can become a distributed hub for the management network of modern Smart Cities.

It is sustainable, as being 100% electric means eliminating pollutants and the pay-per-use payment method makes the Scuter sustainable even for the users' pockets.

## 5 Business model Market Growth prospects Funding

Considering the 60 largest European cities, there are 32 million people (aged 18-65) who move around each day to reach their workplace or place of study and according to a Eurostat calculation, the average annual cost of commuting is 2000 Euro per person. In total, a potential market of 65 billion Euro. The smart transportation sector is growing at a CAGR of 14.8% (2015-2020 Frost&Sullivan), and the cleantech, sharing economy (+39%) and transport-linked big data (+40%) sectors are growing even more rapidly.

Scuter's business model is a dual one: for the B2C there is free-floating pay per use scooter sharing, with a per-minute rate that competes with public transport for an average time of 10-15 minutes. A B2B offer is also planned to cover all professional or corporate clients' needs.

With regard to funding, Scuter raised its first 100,000 Euro from business angels and then won a European grant of 150,000 Euro together with an international acceleration programme.

## 6 Next step

La priorità ora è completare l'omologazione e lanciare il servizio nelle città europee più grandi: partiamo da Roma per poi espanderci ancora in Italia e in Europa.

## 7 Esperienze, relazioni e progetti nazionali e internazionali

Scuter è stata premiata tra le 28 migliori startup europee nel settore smart mobility e cleantech dal programma di accelerazione INCENSE, nell'ambito del programma quadro europeo FP7. In questo programma di accelerazione, ha avuto l'opportunità di entrare in contatto con Enel, Endesa e altre grandi corporation nel settore energetico, il cui supporto è stato prezioso per mettere a punto alcune strategie.

Premiata nel 2015 alla Makers Faire European edition (premio Makers of Merit in occasione della prima uscita pubblica del prototipo), in questo primo anno Scuter è stata al più grande evento spagnolo dedicato alle startup, lo Startup Olè a Salamanca, e a ha partecipato all'Hello Tomorrow Challenge a Parigi, selezionata tra le migliori 500 startup del Mondo (su oltre 3000 candidature pervenute agli organizzatori).

## 8 Hashtag

#cleantech #mobilitàelettrica #scootersharing #scuter  
#sostenibilità #risparmiatempo #guadagna30minuti  
#30minutialgiornoperte #greenmobility #smartcity  
#sharingeconomy

## 6 Next steps

The priority now is to complete the approval procedure and launch the service in the largest European cities: we will start from Rome and then expand through Italy and into Europe.

## 7 Experience, relations and national and international projects

Scuter has been rewarded as being one of the 28 best European startups in the smart mobility and cleantech sector by the INCENSE acceleration programme, as part of the European FP7 framework programme. It had the opportunity in this acceleration programme to come into contact with Enel, Endesa and other large energy sector corporations, whose support has been precious to refine some strategies.

After winning an award in 2015 at the Makers Faire European edition (Makers of Merit award during the first public presentation of the prototype), in this first year, Scuter has been present at the largest Spanish event dedicated to startups, Startup Olè in Salamanca, and has taken part in the Hello Tomorrow Challenge in Paris, selected as being one of the best 500 startups in the world (out of more than 3000 candidacies that were sent to the organisers).

## 8 Hashtags

#cleantech #electricalmobility #scootersharing #scuter  
#sustainability #savetime #gain30minutes  
#30minutesperdayforyou #greenmobility  
#smartcity #sharingeconomy







Mauro Di Giamberardino

# SMART-I

## 1 La startup

Smart-I è una startup che nasce nel 2012 per progettare e produrre sistemi di illuminazione pubblica intelligenti e capaci di autoregolarsi ed eliminare gli sprechi energetici.

## 2 Il problema | la soluzione

Il sistema SmartEye consente di abbattere i costi delle amministrazioni comunali. L'illuminazione pubblica, infatti, solitamente rappresenta la terza voce di bilancio e può essere notevolmente ridotta mediante l'applicazione di sistemi intelligenti che consentano di regolarne l'utilizzo in base all'effettivo fabbisogno. SmartEye consente quindi di rendere efficienti gli impianti di illuminazione eliminando gli sprechi energetici.

## 3 Founder

Smart-I è stata fondata da **Mauro Di Giamberardino** e **Gabriele Randelli**. Entrambi ingegneri con un'esperienza molto ampia nei sistemi tecnologici, Mauro e Gabriele si sono conosciuti diversi anni fa mentre lavoravano insieme sui droni aerei e, pian piano, hanno maturato il desiderio di voler creare qualcosa che permettesse di aiutare realmente le città a semplificare la vita di tutti i giorni. **Mauro** riveste il ruolo di CEO in Smart-I dopo diversi anni da ingegnere e consulente in diversi ambiti tecnologici e, soprattutto, dopo essersi misurato col mondo dell'imprenditoria in differenti contesti. **Gabriele**, CTO dell'azienda, ha alle spalle diversi anni di lavoro come ricercatore e ingegnere alla frontiera dell'innovazione, coordinando diversi progetti internazionali nell'ambito dell'Intelligenza Artificiale, della robotica e dei sistemi cognitivi.

## 1 The startup

Smart-I is a startup created in 2012 to design and make intelligent public lighting systems that can regulate themselves and eliminate energy waste.

## 2 The problem | the solution

The SmartEye system provides for the reduction of municipal administration costs. Public lighting is the third item on balance sheets and can be reduced considerably by applying intelligent systems that allow use to be regulated according to actual need. SmartEye therefore makes lighting systems efficient by removing energy waste.

## 3 Founders

Smart-I was founded by **Mauro Di Giamberardino** and **Gabriele Randelli**. Both engineers with vast experience in technological systems, Mauro and Gabriele met many years ago while working together on air drones and gradually matured the desire to create something that actually helped cities to simplify everyday life. **Mauro** is the CEO of Smart-I after several years as an engineer and consultant in various technological fields and after having experience of enterprise in several contexts. **Gabriele**, CTO of the company, worked for many years as a researcher and engineer at the frontier of innovation, coordinating several international projects involving Artificial Intelligence, robotics and cognitive systems.

## 4 Vision

La mission è costruire un futuro sostenibile attraverso l'innovazione tecnologica. I Fondatori di Smart-I credono che i sistemi adattativi e l'intelligenza artificiale siano gli elementi chiave della città del futuro. Attraverso l'uso di tali tecnologie vogliono migliorare la qualità della vita nelle aree urbane e contribuire a ridurre l'inquinamento dell'aria.

## 5 Modello di business

### Mercato Prospettive di crescita Funding

Il modello di business di Smart-I è basato sulla fornitura dei servizi rivolti alle pubbliche amministrazioni, le quali possono trarre benefici rilevanti in termini economici dall'installazione del sistema SmartEye. Il mercato dell'illuminazione, con un valore stimato di 110 miliardi di Euro nel 2020, rappresenta il principale settore di riferimento dell'azienda, mentre il target principale dell'azienda sono le ESCO (Energy Service Company), che possono integrare il sistema SmartEye nell'offerta commerciale rivolta alle PA per consentire di rendere il sistema di illuminazione pubblica più efficiente.

Per quanto riguarda l'aspetto funding, Smart-I, in quanto vincitrice della prima edizione di Enel Lab, ha ricevuto un finanziamento totale pari a 650.000 Euro.

## 6 Next step

Il passo successivo alla riduzione degli sprechi dell'illuminazione pubblica è la fornitura di servizi aggiuntivi che siano in grado di rendere le città più sicure e intelligenti. Smart-I si sta impegnando per offrire servizi sempre più innovativi che possano migliorare la mobilità e rendere sicuro il contesto urbano.

## 4 Vision

The mission is to build a sustainable future through technological innovation. The Founders of Smart-I believe that adaptive systems and artificial intelligence are the key elements to cities of the future. Using these technologies, they want to improve quality of life in urban area and help to reduce air pollution.

## 5 Business model

### Market Growth prospects Funding

The Smart-I business model is based on the supply of services aimed at public administrations, which can gain important economic advantages from installing the SmartEye system. The lighting market, with its estimated value of 110 billion Euro in 2020, is the main reference sector for the company, while the company's main targets are ESCO (Energy Service Companies), that can incorporate the SmartEye system into their commercial offer aimed at the PA, to make public lighting systems more efficient.

With regard to funding, Smart-I, as the winner of the first edition of Enel Lab, received total funding of 650,000 Euro.

## 6 Next steps

The next step after reducing waste in public lighting is the supply of additional services that can make cities safer and more intelligent. Smart-I is working to offer increasingly innovative services to improve mobility and make urban contexts safer.

## 7 Esperienze, relazioni e progetti nazionali e internazionali

Al momento Smart-I è operativa soprattutto nel comune di Roma, ma vanta installazioni anche a Bracciano, Piacenza, Brindisi, L'Aquila e Málaga. Le prossime installazioni sono pianificate a Potenza e Buzios (Brasile) ed è in corso la definizione degli ultimi dettagli per alcune installazioni a Brescia.

Inoltre, è in corso un progetto pilota in collaborazione con lo Smart Village di Enea (Centro Ricerche Casaccia) che sta portando ottimi risultati.

## 8 Hashtag

#IoT #smartcities #innovazione #tecnologia  
#energysaving

## 7 Experience, relations and national and international projects

Currently, Smart-I is operational above all in the city of Rome, but also has installations in Bracciano, Piacenza, Brindisi, L'Aquila and Málaga. The next installations are planned in Potenza and Buzios (Brazil) and the last details are currently being worked out for installations in Brescia.

In addition, a pilot project is ongoing in collaboration with the enea Smart Village (Casaccia Research Centre) that is producing excellent results.

## 8 Hashtags

#IoT #smart cities #innovation #technology  
#energysaving



Giuseppe Morlino

# SNAPBACK

## 1 La startup

Snapback sviluppa software capace di semplificare e facilitare l'interazione tra essere umani e smart device attraverso l'uso delle mani, della voce, del movimento e dei gesti.

## 2 Il problema | la soluzione

Snapback progetta e sviluppa un'interfaccia uomo-macchina multimodale che abilita un'interazione più sicura e naturale con smartphone, tablet, cuffie, wearable, tessuti e indumenti smart. L'SDK proprietario abilita il riconoscimento dei suoni e del parlato, dei movimenti e dei gesti, trasformandoli in strumenti di interazione con il device. L'obiettivo finale è la sicurezza dell'utente, che viene rafforzata sul lavoro, alla guida e nella vita di tutti i giorni, quando per esempio ci si trova di fronte a un pericolo come un'aggressione e serve chiamare rapidamente aiuto.

Snapback trasforma lo smartphone in un assistente personale che si adatta al contesto, per esempio riconoscendo le situazioni di emergenza e consentendo di chiedere soccorso con un solo gesto, oppure abilitando comandi avanzati via voce mentre si è alla guida.

## 3 Founder

I Fondatori di Snapback sono **Giuseppe Morlino**, che svolge il ruolo di Chief Executive Officer; **Ester Vigilante**, impegnata in prima linea come Chief Strategy Officer; e poi ancora **Claudio Capobianco**, Chief Technology Officer. Il team - interamente costituito da dipendenti full time - vanta un background differenziato e complementare in campi come lo studio delle interfacce utente, la linguistica, la scienza cognitiva, l'ingegneria software, l'intelligenza artificiale e il machine learning.

## 1 The startup

Snapback develops software that can simplify and help interaction between humans and smart devices through the use of hands, voice, movement and gestures.

## 2 The problem | the solution

Snapback designs and develops a multimodal man-machine interface that enables safer, more natural interaction with smartphones, tablets, earphones, wearables and smart fabrics and clothing. The proprietary SDK enables sound, voice, movement and gesture recognition transforming them into tools of interaction with the device. The end goal is the user's safety, which is increased in the workplace, while driving and in everyday life, when for example there is a danger such as an attack and it is necessary to call for help quickly.

Snapback transforms smartphones into personal assistants that adapt to the context, for example recognising emergency situations and allowing for help to be called for with a single gesture, or enabling advanced voice commands while driving.

## 3 Founders

The Founders of Snapback are **Giuseppe Morlino**, who fills the position of Chief Executive Officer; **Ester Vigilante**, in the front line as Chief Strategy Officer; and **Claudio Capobianco**, Chief Technology Officer. The team - entirely made up of full-time employees - has a varied, complementary background in fields such as user interface study, linguistics, cognitive science, software engineering, artificial intelligence and machine learning.

## 4 Vision

Grazie a Snapback, un domani tutti saranno in grado di interagire liberamente con la tecnologia che li circonda. La mission è migliorare la vita delle persone perfezionando l'interazione uomo-macchina: per far questo, la startup lavora alla costruzione di un nuovo linguaggio basato sulle necessità e sui gesti degli esseri umani, capace di attivare funzioni avanzate negli strumenti tecnologici che ci circondano.

## 5 Modello di business

Mercato  
Prospettive di crescita  
Funding

Il modello di business prevede l'erogazione dei servizi sviluppati da Snapback in 2 modalità: in primo luogo, in forma di Software As A Service per clienti prospect come utility, imprese edili, Telco, aziende di autonoleggio e assicurazioni. La seconda modalità prevede invece il licensing a favore di produttori OEM/ODM che possono usare la tecnologia sviluppata dalla startup romana per potenziare wearable e accessori.

Nel corso della sua storia Snapback ha raccolto un totale di 650.000 euro in finanziamenti, 500.000 dei quali da Invitalia, LVenture Group e business angel privati. A questi si sommano altri 150.000 euro ricevuti da INCENSE, acceleratore sostenuto dalla Commissione europea.

## 6 Next step

Nei prossimi mesi, Snapback punta a raccogliere un nuovo round di finanziamenti per altri 650.000 euro. I nuovi fondi serviranno per avviare progetti pilota con partner strategici allo scopo di testare e sviluppare la tecnologia e continuare le ricerche sull'interazione uomo-macchina.

## 4 Vision

Thanks to Snapback, one day everyone will be able to interact freely with the technology that surrounds us. The mission is to improve people's lives, perfecting man-machine interaction: to do this, the startup is working on the construction of a new language based on the needs and gestures of human beings, able to activate advanced functions in the technological tools we are surrounded by.

## 5 Business model

Market  
Growth prospects  
Funding

The business model provides for the provision of services developed by Snapback in 2 ways: first of all, in the form of Software As A Service for prospective clients such as utility companies, building companies, Telco, care-hire and insurance companies. The second mode is licensing to OEM/ODM producers who can use the technology developed by the Roman startup to improve wearables and accessories.

During its existence, Snapback has gathered a total of 650,000 Euro in funding, 500,000 of which from Invitalia, LVenture Group and private business angels. Another 150,000 Euro was also received from INCENSE, an accelerator supported by the European Commission.

## 6 Next steps

In the next few months, Snapback aims to collect a new round of funding, of a further 650,000 Euro. The new funds will be used to startup pilot projects with strategic partners with the aim of testing and developing technology and continue research on man-machine interaction.



## 7 Esperienze, relazioni e progetti nazionali e internazionali

In questi anni, Snapback ha chiuso una partnership strategica con Enel e iniziato una collaborazione con Intel. Nel 2014 la startup ha vinto il contest internazionale Start Tel Aviv, mentre nel 2016 è stata nominata da Red Herring come una delle top 100 startup europee.

## 8 Hashtag

#ai #ui #safety #wellbeing #gesture

## 7 Experience, relations and national and international projects

In recent years, Snapback has finalised a strategic partnership with Enel and has begun a collaboration with Intel. In 2014 the startup won the international Start Tel Aviv contest and in 2016 was named by Red Herring as one of the top 100 European startups.

## 8 Hashtags

#ai #ui #safety #wellbeing #gesture

Flavio Antonioli



# SONGTREE

## 1 La startup

Songtree è il nuovo modo di fare musica online: una piattaforma social mobile e web per la creazione musicale collaborativa.

## 2 Il problema | la soluzione

Molti musicisti perdono interesse per la propria passione musicale perché non trovano altri artisti con cui suonare e sviluppare la propria musica. Songtree consente loro di incontrarsi e suonare online tramite il software audio integrato in una piattaforma che non richiede nessuna precedente conoscenza di software musicale. Il sistema offre infatti la possibilità di sovraincidere la propria musica su qualsiasi traccia registrata da altri utenti della community all'interno di una stessa canzone. Per creare e comporre insieme, ovunque ci si trovi.

## 3 Founder

Ingegnere elettronico e da sempre appassionato di musica, **Flavio Antonioli** fonda nel 1995 n-Track Software e crea n-Track Studio, una delle prime digital audio workstation completamente software. Da allora, si dedica allo sviluppo di n-Track Studio, attualmente l'unica DAW cross-platform disponibile per tutte le principali piattaforme desktop e mobile (Mac, Windows, iOS, Android), così come allo sviluppo dei nuovi prodotti di n-Track Software - tra cui appunto Songtree - sempre orientati al mercato dell'audio e della musica. Dal 2007 collabora anche con Memopal, servizio di cloud storage online.

## 4 Vision

Internet ha portato grandi cambiamenti in molti campi della nostra vita, tra cui anche il modo stesso di fruire la musica. Il processo di creazione musicale è rimasto però

## 1 The startup

Songtree is the new way to make music online: a mobile and web social platform for collaborative musical creation.

## 2 The problem | the solution

Many musicians lose interest in their musical passion as they cannot find other musicians to play with and develop their own music. Songtree allows them to meet and play online using audio software that is integrated into a platform that does not require any previous knowledge of musical software. The system in fact offers the possibility of recording your own music over any track recorded by other users in the community as part of the same song. To create and compose together, from anywhere.

## 3 Founders

**Flavio Antonioli**, an electronics engineer and a lifelong music fan, founded n-Track Software and created n-Track Studio, one of the first digital, fully software audio workstations in 1995. Since then, he has dedicated his work to the development of n-Track Studio, currently the only cross-platform DAW available for all the main desktop and mobile platforms (Mac, Windows, iOS, Android), and the development of new products in n-Track Software - including Songtree - aimed at the audio and music market. He has collaborated with Memopal, an online cloud storage service, since 2007.

## 4 Vision

Internet has brought about great changes in many fields in our life, including the way in which music is consumed. The musical creation process, instead, has

ancora praticamente lo stesso di 20 anni fa: Songtree vuole rivoluzionare anche questo aspetto, consentendo a tutti di usare la rete per fare musica, comporre canzoni, trovare musicisti con cui suonarle e far conoscere la propria musica al pubblico.

## 5 Modello di business Mercato Prospettive di crescita Funding

Secondo quanto rivela Flavio Antonioli, il mercato della creazione di musica online è ancora un mondo inesplorato dove non esiste un player dominante. Per questo lui e il suo staff ora si stanno focalizzando sulla crescita della base utenti, rimandando per il momento la questione della monetizzazione. In termini di Funding, n-Track/Songtree ha ricevuto un investimento di 30.000 euro da parte di Pi Campus, ai quali Lazio Innova ne ha aggiunti altrettanti.

## 6 Next step

Il prossimo futuro prevede una serie di nuove release significative. Successivamente, l'azienda si focalizzerà sullo studio di strumenti e tecnologie da offrire agli utenti per consentire loro di realizzare appieno il loro potenziale musicale.

## 7 Esperienze, relazioni e progetti nazionali e internazionali

Il mercato cui si rivolge l'azienda di Antonioli è da sempre soprattutto (se non addirittura soltanto) quello internazionale.

## 8 Hashtag

#makemusiconline #musiccollaboration #creativity  
#socialmusic #buildmusictogether

stayed the same as 20 years ago. Songtree wants to revolutionise this aspect too, allowing everyone to use the network to make music, compose songs, find musicians to play with and make one's own music known to the public.

## 5 Business model Market Growth prospects Funding

According to Flavio Antonioli, the online music creation market is still an unexplored world where there is no dominant player. For this reason, he and his staff are now focusing on the growth of the user base, postponing for now the matter of monetization. In terms of Funding, n-Track/Songtree has received a 30,000 Euro investment from Pi Campus, and Lazio Innova has contributed the same amount.

## 6 Next steps

The near future foresees a series of new important releases. Subsequently the company will focus on the study of instruments and technologies to offer users to allow them to fully realise their musical potential.

## 7 Experience, relations and national and international projects

The market that Antonioli's company targets has always been mainly (and also perhaps solely) the international one.

## 8 Hashtags

#makemusiconline #musiccollaboration #creativity  
#socialmusic #buildmusictogether





Paky Michele Russo

# SPOTONWAY

## 1 La startup

Spotonway offre un servizio che permette agli esercenti locali, dai ristoratori alle pizzerie ai parrucchieri, di fidelizzare più facilmente la propria clientela.

## 2 Il problema | la soluzione

Mantenere un cliente fedele è importante tanto quanto conquistarne di nuovi, forse anche di più. Spotonway è un servizio digitale per la gestione dei loyalty program che risolve diversi problemi: per quanto riguarda i clienti, questi spesso faticano a seguire più programmi fedeltà contemporaneamente. Per loro il sistema svolge il ruolo di "aggregatore", riunendo le diverse raccolte punti in un unico presidio digitale e quindi semplificando il conseguimento dei premi in più esercizi. Non solo: grazie all'app, l'utente può uscire da un negozio e, tramite la geolocalizzazione, rintracciare subito altri esercizi nelle vicinanze che aderiscano a uno dei programmi di fidelizzazione cui è iscritto, per continuare così a raccogliere facilmente punti mentre svolge diverse attività.

Lato esercente, Spotonway semplifica la profilazione del cliente così come l'avvio di campagne volte a incentivarne il ritorno in negozio. Il gestore viene fornito di un iPad da tenere vicino alla cassa con cui accede al servizio tramite app, scannerizza i QR code degli acquirenti e consente loro di riscattare i premi con pochi tap.

## 3 Founder

Spotonway è una creatura del ventinovenne **Paky Michele Russo**. Paky è alla sua quinta startup e in precedenza ha lavorato a Bangkok come International Business Developer per Rocket Internet, ha partecipato al lancio di Lazada.com e, sempre in Asia, ha lavorato per Groupon. Si è laureato in Economia, Management e Marketing alla LUMSA.

## 1 The startup

Spotonway offers a service that allows local shopkeepers, from restaurant owners, to pizzeria owners and hairdressers to create loyalty among their clients in a simpler manner.

## 2 The problem | the solution

Keeping a client loyal is just as important as winning over new ones, perhaps even more so. Spotonway is a digital service for managing loyalty programmes that solves various problems. Clients often struggle to follow several loyalty programmes at the same time. For them, the system acts as an "aggregator", bringing together the various points collections in a single digital place and therefore simplifying the obtaining of prizes in several shops. And not just that: thanks to the app, the user can leave a shop and immediately find other shops nearby, via geolocalisation, that are part of one of the loyalty programmes they are registered to, to continue collecting points more easily while carrying out various activities.

On the shopowners' side, Spotonway simplifies client profiling and the starting of campaigns to encourage returns to the shop. The shopowner is given an iPad to keep near the cash register to access the service via an app, scan the shopper's QR code and allow them to choose their prizes with a few taps.

## 3 Founders

Spotonway has been created by the 29 year old **Paky Michele Russo**. This is Paky's fifth startup and he previously worked in Bangkok as International Business Developer for Rocket Internet, took part in the launch of Lazada.com and also worked in Asia for Groupon. He has a degree in Economics, Management and Marketing from LUMSA.



## 4 Vision

Secondo Paky Michele Russo, nel prossimo futuro gli esercenti arriveranno ad avere un unico strumento software con cui gestire ogni aspetto della loro attività commerciale: una piattaforma che consentirà di gestire contemporaneamente la parte fiscale, gli aspetti contabili, i programmi di fidelizzazione e la marketing automation. È in questo contesto di profonda integrazione tra strumenti, funzioni e piattaforme che a breve si giocherà la partita fondamentale tra i fornitori di servizi.

## 5 Modello di business Mercato Prospettive di crescita Funding

Il business è basato su subscription model: l'esercente paga una quota fissa mensile di 39 euro al mese, in virtù della quale riceve il kit con iPad mini a noleggio, tutto il software necessario, le tessere fedeltà, e l'accesso a un servizio per campagne di e-mail marketing.

## 6 Next step

La strategia per il prossimo futuro è rivolta alla cessione verso una grande società che abbia bisogno delle competenze maturate da Spotonway per realizzare una piattaforma integrata, capace di gestire tutte le attività dell'esercente.

## 7 Esperienze, relazioni e progetti nazionali e internazionali

Al momento Spotonway è presente sul solo mercato italiano.

## 8 Hashtag

#programmafedeltà #mercatolocal #smb  
#localmarketing #nuoviclienti #loyalty

## 4 Vision

According to Paky Michele Russo, in the near future, shopowners will have a single software tool with which to manage every aspect of their commercial activities: a platform that will allow them to manage fiscal matters, accounts, loyalty programmes and marketing automation all at the same time. It is in this context of thorough integration of tools, functions and platforms that there will shortly be the contest between service providers.

## 5 Business model Market Growth prospects Funding

The business is based on the subscription model. Shopowners pays a monthly fee 39 Euro per month, in light of which they receive the kit with mini iPad for hire, all the necessary software, the loyalty cards and access to a service for email marketing campaigns.

## 6 Next steps

The strategy for the near future is aimed at the transfer to a large company, that needs the skills matured by Spotonway, to create an integrated platform, able to manage all the shopowner's activities.

## 7 Experience, relations and national and international projects

Currently, Spotonway is only present on the Italian market.

## 8 Hashtags

#loyaltyprogram #marketlocal #smb #localmarketing  
#newclients #loyalty





Andrea Puzo



# UNFRAUD

## 1 La startup

UnFraud è una Cybersecurity Startup che applica avanzati algoritmi proprietari di Deep Learning per la prevenzione delle frodi in tempo reale.

## 2 Il problema | la soluzione

Ogni anno aumentano il numero di frodi perpetrate a danno delle aziende che operano online e questo è dovuto principalmente alla inefficienze delle attuali soluzioni di fraud detection. Queste ultime, basandosi su datati approcci con regole statiche e blacklist, non sono in grado di stare al passo con le nuove tipologie di frodi.

La soluzione di UnFraud si basa sull'utilizzo di Intelligenza Artificiale in grado di effettuare self-training tramite l'analisi di big data, quindi di automatizzare in tempo reale il processo di revisione delle transazioni e degli eventi online, monitorando i sistemi a rischio 24 ore su 24, 7 giorni su 7. Merito di algoritmi bio-tech nati per essere usati in oncologia nella ricerca sulle cellule, e ora divenuti capaci di imitare il comportamento umano per individuare i comportamenti "sospetti" dietro i tentativi di frode.

## 3 Founder

Dietro UnFraud si celano due ingegneri e un economista: sono il CEO **Armando Monaco**, Laureato in Ingegneria dell'automazione ed ex senior consulente SAS; il CTO **Vincenzo Paduano**, laureato in Bioinformatica ed ex Ricercatore al CNR, e poi ancora il CFO **Andrea Puzo**, Laureato in Management ed ex Country Manager Rocket Internet Ventures.

## 1 The startup

UnFraud is a Cybersecurity Startup that applies advanced proprietary algorithms of Deep Learning for the prevention of fraud in real time.

## 2 The problem | the solution

The number of fraud committed against companies operating online increases each year and this is mainly due to the lack of efficiency of current fraud detection solutions. The latter, based on dated approaches with static rules and blacklists, cannot keep up with new types of fraud.

The solution by UnFraud is based on the use of Artificial Intelligence that can self train via big data analysis, and automate the review of online transactions and events in real time, monitoring systems at risk 24/7. This is thanks to bio-tech algorithms that were created to be used in oncology for cell research, and are now able to imitate human behaviour to identify "suspicious" conduct behind fraud attempts.

## 3 Founders

There are 2 engineers and an economist behind UnFraud: the CEO **Armando Monaco**, with a degree in automation engineering and ex senior SAS consultant; the CTO **Vincenzo Paduano**, a graduate of Bioinformation technology and former CNR researcher, and also the CFO, **Andrea Puzo**, with a degree in Management and former Country Manager for Rocket Internet Ventures.

## 4 Vision

In un contesto online dove le truffe sono sempre più elaborate e sofisticate, proteggere aziende e utenti richiede un approccio radicalmente diverso che in passato. Per questo UnFraud offre una nuova metodologia basata su IA, deep learning e soprattutto sull'analisi puntuale dell'enorme quantità di dati che un'azienda genera nelle operation di tutti i giorni, grazie a cui diventa possibile identificare pattern di attività fraudolente provenienti tanto dall'interno quanto dall'esterno dell'impresa.

## 5 Modello di business

### Mercato

### Prospettive di crescita

### Funding

Il servizio di UnFraud è erogato in 2 modalità: come Software-as-a-Service oppure OnPremise. La startup è stata selezionata e accelerata dall'acceleratore TIM #Wcap di ROMA, mentre in seguito ha raccolto 100.000 euro di seed da Tim Ventures.

## 6 Next step

La strategia in atto prevede nei prossimi mesi lo sviluppo e il miglioramento dei prodotti esistenti e, contemporaneamente, l'entrata in nuovi mercati europei tra cui Gran Bretagna, Germania e Francia.

## 7 Esperienze, relazioni e progetti nazionali e internazionali

Nel 2015, UnFraud ha partecipato a The Startup Europe-Twist Cybersecurity Bootcamp a Lille (Francia), evento organizzato da International Cybersecurity Forum e EuraTechnologies per riunire e mettere a confronto le migliori startup europee specializzate in cybersecurity.

## 8 Hashtag

#cybersecurity #bigdata #fraudprevention  
#artificialintelligence #deeplearning

## 4 Vision

In an online context where fraud is increasingly sophisticated and elaborate, protecting companies and users requires a radically different approach than in the past. For this reason, UnFraud offers a new method based on AI, deep learning and the precise analysis of the huge amounts of data that a company generates in everyday operations, thanks to which it is possible to identify patterns of fraudulent activity from both inside and outside the company.

## 5 Business model

### Market

### Growth prospects

### Funding

The UnFraud service is provided in 2 ways: as a Software-as-a-Service or OnPremise. The startup has been selected and accelerated by the TIM #Wcap accelerator in ROME. Later on it collected 100,000 Euro of seed capital from Tim Ventures.

## 6 Next steps

The current strategy foresees the development and improvement of existing products in future months, and entry of new markets including Great Britain, Germany and France at the same time.

## 7 Experience, relations and national and international projects

In 2015, UnFraud took part in The Startup Europe-Twist Cybersecurity Bootcamp in Lille (France), an event organised by International Cybersecurity Forum and EuraTechnologies to bring together and compare the best European startups specialised in cybersecurity.

## 8 Hashtags

#cybersecurity #bigdata #fraudprevention  
#artificialintelligence #deeplearning



Enrico Scianaro



# WHOOSNAP

## 1 La startup

Whoosnap è il servizio che mette in contatto fotografi e videomaker con brand e testate giornalistiche alla ricerca di contenuti originali e creativi per il loro business.

## 2 Il problema | la soluzione

La mission con cui nasce Whoosnap è dare a ogni utente registrato la possibilità di richiedere a un altro membro della community un'immagine o un video che ritraggano soggetti, luoghi o avvenimenti specifici, in cambio di un compenso economico. Da un lato c'è il produttore di contenuti, che si connette per condividere le sue passioni e interessi, per creare una vetrina personale e, soprattutto, per vendere foto o video alle aziende editoriali e ai brand. Dall'altro ci sono le aziende alla ricerca di contenuti originali e creativi.

Gli autori contribuiscono sia pubblicando contenuti sotto forma di live reporting, sia rispondendo a due tipi diversi di richieste da parte delle aziende: le Richieste Flash, da assolvere in tempo reale all'interno di un determinato contesto, come ad esempio una manifestazione; le Richieste Challenge, mirate ad esempio a realizzare una campagna pubblicitaria, che invece richiedono progettualità ed elaborazione e, quindi, prevedono tempi più lunghi di realizzazione.

## 3 Founder

**Enrico Scianaro** e **Vito Arconzo**, entrambi pugliesi di Fasano (Br), entrambi Co-fondatori di Whoosnap, sono rispettivamente CEO e CTO dell'azienda. **Enrico** si è laureato in economia alla Luiss, quindi ha preso l'abilitazione come dottore commercialista e revisore contabile per poi esercitare la professione per 3 anni, cioè fino a quando non ha lasciato tutto per fondare

## 1 The startup

Whoosnap is the service that puts photographers and videomakers in contact with brands and newspapers searching for original, creative content for their business.

## 2 The problem | the solution

The mission that brought about the creation of Whoosnap is to give each user the possibility of asking another member of the community for an image or video that portrays subjects, places or specific events in exchange for payment. On the one hand, there is the content producer, who connects to share his passion and interest, to create a personal showcase and above all, to sell photos or videos to publishing companies and brands. On the other hand, there are companies searching for original, creative content.

The authors contribute by publishing content in the form of live reporting, responding to two type of requests from companies: Flash Requests, to be fulfilled in real time within a given context, such as, for example, an event; Challenge Requests, aimed, for example, at creating an advertising campaign, that requires planning, processing and takes longer to realise.

## 3 Founders

**Enrico Scianaro** and **Vito Arconzo**, both from Fasano (Br) in Puglia, both Co-founders of Whoosnap, are CEO and CTO of the company respectively. **Enrico** has a degree in Economics from LUISS university and then qualified as a chartered accountant and auditor, working in that sector for 3 years, until he left to found Whoosnap. **Vito Arconzo** is a developer who, in the same way, left all his old appointments to immerse himself full time in this project.

Whoosnap. **Vito Arconzo** invece è uno sviluppatore che, allo stesso modo, ha lasciato tutti i suoi vecchi incarichi per lanciarsi a tempo pieno in questo progetto.

#### 4 Vision

Creare la più grande community di smart-photographer e videomaker on-demand pronti a realizzare un contenuto ovunque e in qualsiasi momento si renda necessario.

#### 5 Modello di business Mercato Prospettive di crescita Funding

I ricavi di Whoosnap provengono dalla compravendita di immagini e video attraverso il proprio marketplace. L'azienda incassa dal 50 al 70% del valore di ogni opera acquistata, con la percentuale che varia a seconda del "livello" raggiunto dall'utente all'interno della community. Il prezzo viene definito dal richiedente, e si parte da un minimo di 40 euro per singolo video e di 20 euro per ciascuna foto. Nel corso della sua storia, la startup ha ricevuto 3 diversi finanziamenti: il primo è stato un seed di Luiss Enlabs per un totale di 60.000 euro. Il secondo è ancora un seed, questa volta pari a 525.000 euro, ricevuto tra luglio e dicembre 2015 da LVenture group, dal Club degli Investitori di Torino e da vari business angel. Infine, il terzo finanziamento è un grant da 30.000 euro erogato da Lazio Innova.

#### 6 Next step

Secondo i piani di Enrico Scianaro e Vito Arconzo, i prossimi passi di Whoosnap consistono nell'impiegare il 2017 per consolidare l'attività nel mercato italiano, quindi nello sfruttare il 2018 per avviare il processo di internazionalizzazione in 5 paesi europei.

#### 4 Vision

To create the largest community of smart-photographers and videomakers on-demand, ready to produce content anywhere, and at any time it is necessary.

#### 5 Business model Market Growth prospects Funding

Revenue at Whoosnap comes from the sale of images and videos through its marketplace. The company receives 50-70% of the value of each work purchased, with the percentage that varies depending on the "level" reached by the user in the community. The price is set by the applicant, and starts from a minimum of 40 Euro per video and 20 Euro for each photo. During its existence, the startup has received 3 different fundings: the first was a seed from Luiss Enlabs for a total of 60,000 Euro. The second was also a seed, this time of 525,000 Euro, received from July to December 2015 from LVenture group, from Club degli Investitori in Turin and from several business angels. Lastly, the third amount is a grant of 30,000 Euro issued by Lazio Innova.

#### 6 Next steps

According to the plans of Enrico Scianaro and Vito Arconzo, the next steps for Whoosnap are using 2017 to consolidate the business on the Italian market, then use 2018 to start the internationalisation process in 5 European countries.



## 7 Esperienze, relazioni e progetti nazionali e internazionali

Il 40% degli utenti dell'app di Whoosnap è all'estero. Per questo, già nel 2017 la startup inizierà a espandere ufficialmente il business fuori dai confini italiani inaugurando una presenza in Francia, Spagna e Inghilterra.

## 8 Hashtag

#whoosnap #livereporting #photoondemand  
#videoondemand #citizenjournalism

## 7 Experience, relations and national and international projects

40% of the Whoosnap app users lives abroad. For this reason, in 2017 the startup will officially begin to expand its business beyond the Italian borders, setting up in France, Spain and England.

## 8 Hashtags

#whoosnap #livereporting #photoondemand  
#videoondemand #citizenjournalism

## ACTION 4 CARE

### 1 La startup

Action 4 Care S.r.l.s. nasce con l'obiettivo di aiutare le persone che vivono situazioni di difficoltà fisica, mentale, relazionale, cognitiva o comportamentale, momentanee o permanenti, e che abbiano necessità di interventi ri-educativi o riabilitativi mirati al recupero delle personali potenzialità, abilità, e disponibilità.

### 2 Il problema | la soluzione

Action 4 Care si rivolge agli individui di tutte le età: bambini, adolescenti, adulti e anziani con difficoltà cognitive, ritardo mentale lieve, Disturbi Specifici dell'Apprendimento (DSA), Demenza d'Alzheimer (AD). L'innovazione che l'azienda sta portando in questo ambito d'intervento consiste nella creazione di un avanzato laboratorio d'aiuto che utilizza l'IT per ridurre al minimo i costi, i tempi di attesa, gli spostamenti che spesso di utenti devono affrontare per fruire della terapia tradizionale; ma anche per aumentare la motivazione e l'interesse grazie all'utilizzo di strumenti tecnologici, che aiutano i soggetti a recuperare più velocemente, e per dare supporto ai care-givers e alle famiglie degli utenti direttamente interessati.

Il progetto A4C Lab coniuga, in un ambiente multidisciplinare, il software di intervento psico-pedagogico e riabilitazione cognitiva in VR, le soluzioni tecnologiche avanzate come Oculus Rift e Google Glasses, cui si sommano tablet PC e personal computer, gli strumenti hardware e software compensativi dei DSA, le tecniche di intervento pedagogico-clinico, un servizio di tele-assistenza per l'intervento domiciliare e, infine, una piattaforma di cloud computing che coordina le risorse, garantendo disponibilità, pianificazione e operatività dei servizi. A regime, l'accesso al sistema, ai servizi di intervento, ai loro risultati e alla loro pianificazione è garantito da un portale multi-utente.

### 1 The startup

Action 4 Care S.r.l.s. was founded with the aim of helping people through temporary or permanent difficult physical, mental, relational, cognitive or behavioural situations, and that require retraining or rehabilitation aimed at recovering personal potential, abilities and availability.

### 2 The problem | the solution

Action 4 Care is aimed at people of all ages: children, adolescents, adults and the elderly with cognitive difficulties, slight intellectual disabilities, Specific Learning Difficulties (SLD), Alzheimers Dementia (AD). The innovation that the company is bringing in this context of intervention is the creation of an advanced aid laboratory that uses IT to reduce costs, waiting time and movements to a minimum, that users often have to face to obtain traditional therapy, but also to increase motivation and interest thanks to the use of technological tools that help the subjects to recover faster and to provide support to care-givers and families of the directly involved users.

The A4C Lab project combines, in a multi-disciplinary environment, the following: psycho-pedagogic intervention software and cognitive rehabilitation in VR; advanced technological solutions like Oculus Rift and Google Glasses, and also tablets, PCs and laptops; hardware and software compensatory devices for SLD; pedagogical-clinical intervention techniques; remote assistance for home assistance and a cloud computing platform that coordinates resources, guaranteeing availability, planning and operativeness of services. When up and running, access to the system, intervention services, their results and their planning are guaranteed by a multi-user portal.

The advantages of the solution proposed via A4C Lab

I vantaggi della soluzione proposta tramite A4C Lab consistono nella riduzione dei tempi di intervento e della loro durata, nell'aumento della loro efficacia e nell'aumento dell'offerta di servizi. Ci sono poi altre importanti ricadute come l'abbattimento dei tempi di trasporto per i care-givers, la domiciliarità delle terapie, la possibilità di monitorare costantemente le performance, la riduzione dei costi per il Servizio Sanitario Nazionale e persino la nascita di una nuova figura professionale: il tecnico specializzato A4C Lab.

### 3 Founder

Action 4 Care S.r.l.s nasce dal connubio di 2 professionisti uniti dal desiderio di trovare una soluzione a un problema comune: la ricerca di un metodo di cura che integri la necessità di riabilitazione a una più efficace, efficiente e innovativa modalità di offerta dei servizi tradizionali.

**Chiara Luciotto**, laureata in Scienze dell'Educazione, specializzata in Pedagogia Clinica, frequenta svariati corsi sui Disturbi Specifici di Apprendimento, un master in Comunicazione e autostima, corsi sulla leadership, conquistando, tra le altre cose, la conoscenza delle seguenti tecniche: PNEI, PsicoNeuroEndocrinologia; Analisi Transazionale, teoria e psicoterapia della personalità; Bio-energetica, tecnica di analisi, comprensione e cura della persona attraverso l'espressione corporea e i processi energetici connessi; PNL, Programmazione Neuro Linguistica.

Concorrono a formare il know how multidisciplinare che consente di coordinare e portare a compimento il progetto, l'esercizio della libera professione, la conduzione di numerose esperienze di formazione su diversi temi inerenti l'educazione e, in particolare, sulle "disabilità" e il sostegno alle famiglie. Gli interventi rieducativi prestatati con abilità e competenze proprie ed esclusive del pedagogista clinico, finalizzate ad affrontare i molteplici bisogni dell'individuo rivolto a soggetti di ogni età e/o su gruppi per favorire un'equilibrata evoluzione socio-relazionale e psico-affettiva.

include the reduction of intervention times and their duration, the increase in efficacy and in the offer of services. There are important repercussions such as lowering transportation time for care-givers, therapy at home, the possibility of constantly monitoring performance, the reduction of National Health Service costs and even the creation of a new professional figure: the specialised A4C Lab technician.

### 3 Founders

Action 4 Care S.r.l.s was created by 2 professionals united by the desire to find a solution to a common problem: the search for a care method that integrates the need for rehabilitation with a more efficient, innovative way of offering traditional services.

**Chiara Luciotto**, a graduate in Education Science, specialised in Clinical Pedagogy, an attendee of several courses on Specific Learning Difficulties, a Masters in Communication and Self-Esteem, leadership courses, with competences in: PNEI, PsychoNeuroEndocrinology; Transactional Analysis, theory and psychotherapy of personality; bioenergetics, analysis technique, understanding and care of people through body language and connected energy processes; NLP NeuroLinguistic Programming.

Working as a freelance professional, conducting several courses on various education-related topics and in particular on "disabilities" and support for families, all contribute to form the multi-disciplinary expertise that allows coordination and completion of the project. The educational interventions provided with ability and exclusive skills of the clinical pedagogist are aimed at the several needs of an individual and are addressed to people of all ages and/or to groups to favour a balanced socio-relational and psycho-affectionate development.

In particular, the activities carried out with subjects with language, learning, behavioural, cognitive, socio-emotional and other difficulties include diagnostic monitoring, intervention methods and strategies. Of the latter:

In particolare le attività svolte nei confronti di soggetti con difficoltà di linguaggio, di apprendimento, comportamentali, cognitive, socio-affettive, etc., comprendono la rilevazione diagnostica, i metodi e le strategie d'intervento. Tra questi ultimi: MPI, Bon Geste, Prismograph, Educromo, Edumovement, Ludopedagogia, Musicopedagogia, Discover Project, Body-Work, alcuni dei metodi di diagnosi e intervento brevettati ed esclusivi della professione di pedagogista clinico.

Si occupa anche di gestione amministrativa e contabile in azienda e in particolare gestione amministrativa di progetti finanziati su fondi FP7 e nazionali. Ha rivestito il ruolo di responsabile della gestione del personale dipendente e non, curando anche la stipula di convenzioni con università e enti di ricerca. Si occupa di Europrogettazione.

**Salvatore Marco Pappalardo**, Ingegnere Informatico, dal 2002 lavora nella sezione di Catania dell'Istituto Nazionale di Fisica Nucleare (INFN) e collabora ai progetti FP6 DataGrid, EGEE e EGEE-II. Dal 2008 al 2010 lavora presso Elsag Datamat (gruppo Finmeccanica) fungendo da Activity Leader nel Joint Research Activities del progetto europeo GENESI-DR.

Dal 2011 collabora con Telespazio (società Finmeccanica/Thales) nel Segmento Spazio. È stato WP Leader nel progetto FP7 "Earth Server" dove si è occupato di soluzioni Mobili per le scienze della Terra. È adesso WP Leader del progetto H2020 "EMSODEV" in qualità di esperto di Gestione dei dati e Relative Piattaforme Informatiche. Si è specializzato negli ultimi 5 anni nel design di soluzioni di telemedicina e tele-assistenza per la riabilitazione di soggetti affetti da Demenze, Mild Cognitive Impairment, Deficit Cognitivi e Linguistici. Ha progettato e coordinato la realizzazione di un'innovativa piattaforma in Realtà Virtuale e Cloud Computing per la riabilitazione delle funzioni cognitivo-motorie. È esperto di Virtualizzazione, Grid e Cloud Computing. Ha coordinato la realizzazione di circa 300 test di valutazione e riabilitazione cognitiva.

Profondo conoscitore degli effetti dell'adozione di nuove tecnologie e dispositivi per l'aiuto di soggetti in difficol-

MPI, Bon Geste, Prismograph, Educromo, Edumovement, Ludopedagogia, Musicopedagogia, Discover Project, Body-Work are just some of the diagnosis and intervention methods that are patented and exclusive to the profession of clinical pedagogist.

Chiara also deals with the administrative and accounts management in the company, in particular the administrative management of projects funded with FP7 and national funds. She has held the role of human resource manager, overseeing the stipulation of agreements with universities and research centres. She also deals with Europlanning.

**Salvatore Marco Pappalardo**, an IT Engineer, has worked in the Catania branch of the National Institute of Nuclear Physics (INFN) since 2002 and collaborates on the project FP6 DataGrid, EGEE and EGEE-II. From 2008 to 2010 he worked at Elsag Datamat (Finmeccanica group) working as an Activity Leader in Joint Research Activities of the European project GENESI-DR.

He has collaborated with Telespazio (Finmeccanica/Thales company) in the Space Segment since 2011. He was WP Leader in the FP7 project "Earth Server" where he worked on Mobile solutions for Earth Sciences. He is now WP Leader on the H2020 "EMSODEV" project as the Data management and Relative IT platforms expert. In the last 5 years, he has specialised in designing remote medicine and remote assistance solutions for the rehabilitation of subjects suffering from Dementia, Mild Cognitive Impairment, Cognitive and Linguistic Deficits. He has designed and coordinated the realisation of an innovative platform in Virtual Reality and Cloud Computing for the rehabilitation of cognitive-motor functions. He is an expert in Virtualization, Grid and Cloud Computing. He has coordinated the realisation of about 300 cognitive evaluation and rehabilitation tests.

He is an expert on the effects of adopting new technologies and devices to help people in difficulty, he supports the adoption of Full Immersion and Augmented Virtual Reality technologies to support disadvantaged subjects. He is the author of more than 20 scientific papers pre-

tà, sostiene l'adozione di tecnologie in Realtà Virtuale a Immersione e Aumentata per il sostegno dei soggetti svantaggiati. È autore di più di 20 papers scientifici presentati in conferenze internazionali e co-autore del libro "Grid Technology for Maximizing Collaborative Decision Management and Support: Advancing Effective Virtual Organizations".

## 4 Vision

A4C risponde alle esigenze educative della persona lungo tutto l'arco della sua esistenza, poiché la crescita e lo sviluppo dell'individuo non hanno mai fine. Quello proposto, è un nuovo concetto di laboratorio riabilitativo computerizzato low-cost, basato su Realtà Virtuale aumentata e immersiva, distribuito al bisogno, sempre tele-supervisionabile, per la valutazione quantitativa e la riabilitazione. Un laboratorio modulare autoconsistente, trasportabile, installabile negli studi professionali, ma anche in ospedali, scuole e strutture residenziali; in grado di garantire continuità nell'istruzione scolastica e nell'assistenza. Quindi particolarmente flessibile e scalabile.

La suite comprende: 300 scenari in Realtà Virtuale, Immersiva e Aumentata; 11 suite per la valutazione e riabilitazione; Inoltre consente una facile integrazione grazie all'architettura aperta e dinamica.

## 5 Modello di business Mercato Prospettive di crescita Funding

Gli utenti finali sono individui con Ritardo Mentale lieve, Deficit Specifico del Linguaggio, Disturbi Specifici dell'Apprendimento (DSA) e Demenza d'Alzheimer (AD). La dimensione del sistema degli utilizzatori finali in Italia è pari a 600.000 persone per la Demenza d'Alzheimer (con 70.000 nuovi casi all'anno - fonte ISTAT), all'1,3% dei minori nel caso del Ritardo Mentale lieve (fonte ISTAT) e a oltre l'1,2% della popolazione scolastica per quanto riguarda i Disturbi Specifici dell'Apprendimento (fonte MIUR 2013).

sented at international conferences and is the co-author of the book "Grid Technology for Maximizing Collaborative Decision Management and Support: Advancing Effective Virtual Organizations".

## 4 Vision

A4C responds to people's educational needs throughout life, as a person's growth and development never ends. What is offered is a new concept of computerised rehabilitation laboratory based on low-cost, full immersion, augmented Virtual Reality. It is distributed when needed and it can be supervised remotely, for quantitative and rehabilitation evaluation. It is a self-consistent modular laboratory, it is transportable and it can be installed in professional studios, but also in hospitals, schools and residential structures, guaranteeing continuity in school education and in care. It is extremely flexible and scalable.

The suite includes: 300 scenarios in Virtual, Immersive and Augmented Reality; 11 suites for evaluation and rehabilitation. It also allows easy integration, thanks to its open and dynamic architecture.

## 5 Modello di business Mercato Prospettive di crescita Funding

The final users are people with slight Intellectual Disabilities, Specific Language Impairment, Learning Difficulties (LD) and Alzheimer's Dementia (AD). The size of the final users' system in Italy is equal to 600,000 people for Alzheimer's Dementia (with 70,000 new cases per year – source ISTAT), to 1.3% of minors with slight intellectual disabilities (ISTAT source) and to more than 1.2% of the school population with Specific Learning Difficulties (source Ministry of Education, University and Research - MIUR 2013).

The set of Action 4 Care's prospective clients (in Italy first and then in Europe) include professionals, medical practices, rehabilitation treatment centres, hospitals, schools

L'insieme dei clienti prospect di Action 4 Care (in Italia prima e in Europa poi) include professionisti, studi medici, centri di terapia riabilitativa, ospedali, scuole e strutture che erogano assistenza domiciliare.

Il vantaggio di Action 4 Care sui competitor è definito dal fatto che non esistono soluzioni equivalenti per completezza, modularità ed efficacia, o comunque esistono solo soluzioni dall'impatto limitato e operanti su singola piattaforma (PC o Tablet); nessuno ha know-how per l'applicazione su Realtà Virtuale che invece è parte del patrimonio di Action 4 Care, nessuno dei competitor ha al momento una disponibilità tanto ampia di prodotti e servizi e possiede le capacità tecnologiche per produrla. Action 4 Care ha inoltre acquisito, produrrà e ha accesso a software specializzati (ad es. SPYDER), che non saranno accessibili ai competitor in virtù di accordi di esclusiva che l'azienda sta stipulando con i fornitori.

Il Modello di business prevede la vendita, il noleggio, il leasing o ancora l'acquisizione mediante programmi di finanziamento agevolato delle apparecchiature. La proposta economica si articola su 3 Prodotti/Servizi: la prima consiste nel A4C Laboratory Completo (disponibile in 3 versioni); la seconda si basa sui A4C Laboratory Modules (acquisto di moduli singoli, in 3 versioni); la terza e ultima si chiama A4C Laboratory Servizi Riabilitativi/Rieducativi/Formativi. L'utile previsto è pari a circa 1.2 milioni di euro in 3 Anni, mentre la crescita dipenderà dalla localizzazione dei prodotti nei maggiori mercati europei (nell'ordine UK, Francia, Germania, Spagna, Paesi Scandinavi, ecc.), dove ci si aspetta un trend di crescita del 50% rispetto all'anno precedente, tra Y4 e Y6. In questo periodo si sentiranno maggiormente gli effetti dei contratti consolidati nel periodo Y1-Y3 in Italia.

## 6 Next step

Il prossimo passo dell'azienda sarà avviare la commercializzazione dell'A4C Laboratory. A4C crede che il futuro stia nel valore dei professionisti. Per questo si rivolgerà a loro creando una rete di contatti capillare, stipulando accordi con le associazioni di settore e gli ordini professionali. È attraverso questi che il laboratorio modulare che

and structures that provide home assistance.

Action 4 Care's advantage over its competitors is the fact that there are no equivalent solutions in completeness, modularity and efficiency, or there are only solutions with a limited impact that operate on a single platform (Tablet or PC). Nobody has the expertise to apply it on Virtual Reality, that is instead a part of Action 4 Care's assets, none of the competitors currently has such a wide range of products and services or has the technological skills to produce them. Action 4 Care has also acquired, will produce and has access to specialised software (e.g. SPYDER), that will not be accessible for competitors, due to exclusivity agreements that the company is stipulating with suppliers.

The Business model foresees sale, hire, leasing or acquisition through subsidised funding programmes of the equipment. The economic proposal is spread over 3 Products/Services: the first consists of the A4C Complete Laboratory (available in 3 versions); the second is based on A4C Laboratory Modules (purchase of single modules, in 3 versions); the third and final is called A4C Laboratory Rehabilitation/Re-education/Training Services.

The forecast profit is equal to 1.2 million Euro in 3 years, while growth will depend on the placement of products in the larger European markets (in order UK, France, Germany, Spain, Scandinavian countries etc.), where a 50% growth trend is expected compared to the previous year, between Y4 and Y6. The effects of consolidated contracts in the period Y1-Y3 in Italy will be felt most in this period.

## 6 Next steps

The company's next step will be to start the commercialisation of the A4C Laboratory. A4C believes that the future lies in the value of professionals. For this reason, it will be aimed at those creating a widespread network of contacts, stipulating agreements with the sector associations and professional bodies. It is through them that the modular laboratory that we produce will spread, first in classic rehabilitation centres and then gradually elsewhere, up to homes.

The company will also offer planning activities on subsi-



produciamo dovrà diffondersi prima nei luoghi di riabilitazione classici e via via altrove, fino nelle case.

L'azienda offrirà anche attività di progettazione su fondi agevolati per garantire ai clienti l'accesso alle proprie tecnologie. Inoltre, Action 4 Care continuerà a innovare e sviluppare il proprio prodotto reinvestendo gli utili e accedendo a nuovi programmi di finanziamento (PO FESR, PON, H2020 già in preparazione).

## 7 Esperienze, partnership, progetti nazionali e internazionali

Il team di A4C possiede 15 anni di esperienza sui maggiori progetti internazionali. In qualità di fornitori di tecnologie ICT innovative, ha partecipato a decine di progetti in ambito ICT, Scienze della Terra, Osservazione della Terra, Spazio e Missioni Satellitari. Nel settore delle Life Science il team ha realizzato, partecipato e/o supportato progetti come il "Functional connectivity and neuroplasticity in physiological and pathological aging" (CONNAGE) dove lo sponsor era il MIUR. Oppure lo Smart Health 2.0, considerato dal MIUR che lo cofinanzia tramite PON, il più importante progetto di Ricerca e Sviluppo in Sanità finalizzato all'innovazione del Sistema Sanitario attraverso le tecnologie ICT. I software riabilitativi prodotti dal team sono stati adoperati per i trial clinici in numerosi centri.

Non solo: il team di A4C ha anche realizzato il VESPA – Virtual Environment of a Superior neuro-Psychiatry. Il progetto ha prodotto un innovativo software di riabilitazione cognitiva tele-supervisionato in realtà virtuale totalmente immersiva partendo da un budget complessivo di circa 2 milioni di euro, parzialmente finanziato dalla Regione Sicilia su fondi PO FESR 2007-2013. Infine, Action 4 Care ha vinto il Programma Attuativo Intesa 2 (2016).

## 8 Hashtag

#A4CLab #innovativelaboratory #modularrehabilitation #innovatelifesciences #cognitiverehabilitation #virtualreality #home #sld #dyslexia #dysgraphia #discalculia #languagedisturbances #ad #alzheimer #parkinson #mentalretardation #aal #activeaging #cognitivetraining #perceptivetraining #education #rehabilitation

dised funds to guarantee access to their own technologies for clients. Also, Action 4 Care will continue to innovate and develop their own product, reinvesting the profits and accessing new funding programmes (PO FESR, PON, H2020 already in preparation).

## 7 Experiences, partnerships, national and international projects

The A4C team has 15 years experience in most international projects. As suppliers of innovative ICT technologies, it has taken part in tens of projects in the realms of ICT, Earth Sciences, Observation of the Earth, Space and Satellite Missions. In the Life Sciences sector, the team has realised, taken part in and/or supports projects such as "Functional connectivity and neuroplasticity in physiological and pathological aging" (CONNAGE) where the sponsor was MIUR (Ministry of Education, University and Research). Or Smart Health 2.0, considered by MIUR that is co-funding it via PON, to be the most important Research and Development project in healthcare aimed at innovation of the National Health System via ICT technology. The rehabilitation software produced by the team has been used for clinical trial in several centres.

And not just that: the team of A4C has also realised VESPA – Virtual Environment of a Superior neuro-Psychiatry. The project has produced innovative software for remotely-supervised cognitive rehabilitation, actually fully immersive in virtual reality, with a total budget of about 2 million Euro, partly funded by the Sicilian Regional Council from PO FESR 2007-2013 funding. Finally, Action 4 Care has won the Intesa 2 Implementation Programme (2016).

## 8 Hashtags

#A4CLab #innovativelaboratory #modularrehabilitation #innovatelifesciences #cognitiverehabilitation #virtualreality #home #sld #dyslexia #dysgraphia #discalculia #languagedisturbances #ad #alzheimer #parkinson #mentalretardation #aal #activeaging #cognitivetraining #perceptivetraining #education #rehabilitation

# CHUPAMOBILE

## 1 La startup

Chupamobile è il primo marketplace dove chiunque può vendere e acquistare template professionali per giochi e applicazioni pronti per essere personalizzati e distribuiti negli app store.

## 2 Il problema | la soluzione

Da un lato, molti sviluppatori indipendenti creano prodotti di valore che però faticano a emergere in app store sempre più affollati. Dall'altro, ci sono aziende o singoli imprenditori che hanno bisogno di videogiochi o app personalizzate per esigenze specifiche da lanciare sul mercato. Chupamobile si pone nel mezzo, dando nuove opportunità di guadagno a una community di 100.000 sviluppatori e rendendo disponibili per i compratori prodotti di qualità a prezzi vantaggiosi. Il costo da affrontare si riduce al prodotto standard (del quale si possono acquisire licenze singole o multiple), e al reskin, ovvero alla personalizzazione del template, che può essere eseguita in circa 2 settimane. Nel marketplace sono disponibili oltre 4.000 template: a partire dal 2012, anno di lancio in beta della startup, sono oltre 10.000 i compratori che hanno acquisito, "customizzato" e ripubblicato negli app store più di 22.000 nuovi titoli.

## 3 Founder

I Founder di Chupamobile sono **Stefano Argiolas** e **Paolo De Santis**.

**Stefano** è un imprenditore esperto che ha creato la sua prima azienda all'età di 20 anni per lavorare con Brand come Nike, Fox, Nokia e Renault. Ha lavorato in Italia, Dubai e India.

**Paolo** invece ha trascorso gli ultimi 10 anni a creare e porre in esecuzione piani di digital marketing e advertising per diversi brand internazionali.

## 1 The startup

Chupamobile is the first marketplace where anyone can sell and buy professional templates for games and applications, ready to be personalised and distributed in app stores.

## 2 The problem | the solution

On the one hand, many independent developers create products of value that find it hard to emerge in increasingly crowded app stores. On the other hand, there are companies or individual entrepreneurs who need customised video games or apps for specific needs to be launched on the market. Chupamobile places itself in the middle, giving new opportunities for earning to a community of 100,000 developers and making quality products available to purchasers at advantageous prices. The cost incurred is reduced to the standard price (for which single or multiple licences can be acquired) and to reskin, i.e. personalisation of the template, that can be carried out in about 2 weeks. There are more than 4,000 templates available in the marketplace. Starting from 2012, the years the startup launched its beta, 10,000 purchasers have acquired, "customised" and republished more than 22,000 new titles in the app stores.

## 3 Founders

The Founders of Chupamobile are **Stefano Argiolas** and **Paolo De Santis**.

**Stefano** is an expert entrepreneur who created his first company at the age of 20, to work with brands such as Nike, Fox, Nokia and Renault. He has worked in Italy, Dubai and India.

**Paolo** has spent the last 10 years creating and executing digital marketing and advertising plans, for various international brands.



## 4 Vision

In un mercato estremamente competitivo e frammentato come quello delle applicazioni e dei giochi mobile, Chupamobile mette in campo un'offerta unica per i 2,5 milioni di sviluppatori, specialisti del marketing ed editori sparsi in tutto il mondo. Con il sistema del licensing e del reskin, l'azienda punta infatti a rivoluzionare il mercato delle app, di fatto rendendo facile per tutti lanciare applicazioni e giochi di alta qualità. Prodotti che, sempre grazie alla startup, arrivano a costare anche il 95% in meno e a richiedere un time-to-market ridotto anche del 90%.

## 5 Modello di business Mercato Prospettive di crescita Funding

Per ogni compratore che acquista su Chupamobile, il 60% della somma versata va all'autore del software, mentre il 40% resta alla piattaforma. Lo stesso avviene per il servizio di Reskin, che viene delegato a una rete di sviluppatori parte della community, oppure allo stesso creatore del software acquistato, che così continua a guadagnare sul proprio prodotto sempre alle stesse condizioni. Tutto questo avviene in un mercato dello sviluppo software florido quanto affollato, dove si stima coesistono circa 2,5 milioni di app tra Android e iTunes store, per un giro d'affari che nel 2017 dovrebbe raggiungere i 53 miliardi di dollari e generare 268 miliardi di download. Una vera e propria festa dalla quale ben il 67% degli sviluppatori resta tuttavia escluso, perché non riesce a emergere. Un esercito di indie dev di talento, cui Chupamobile offre una seconda, preziosa opportunità. Lanciata in beta nel 2012, Chupamobile ha chiuso il 2015 con 1,3 milioni di dollari di ricavi. Nel corso della sua storia ha vissuto 2 seed round che in totale hanno portato nelle sue casse 1,3 milioni di dollari.

## 4 Vision

In an extremely competitive and fragmented market such as that of mobile games and applications, Chupamobile has a unique offer for 2.5 million developers, marketing specialists and publishers around the world. Using the licensing and reskin system, the company focuses on revolutionising the app market, making it easy for everyone to launch high quality applications and games. Products that, again thanks to the startup, can cost up to 95% less and require a time-to-market that can be reduced by up to 90%.

## 5 Business model Market Growth prospects Funding

For each purchaser who buys on Chupamobile, 60% of the amount paid goes to the software author, while 40% is entitled to the platform. The same happens for Reskin service, that is delegated to a network of developers who are part of the community, or to the same creator of the purchased software, who thus continues to earn from his own product at the same conditions. All this takes place in a flourishing but crowded software development market, where it is estimated that about 2.5 million Android and iTunes store apps co-exist, with a turnover in 2017 that should reach 53 billion dollars and generate 268 billion downloads. A true party from which a good 67% of developers don't get invited to, as they cannot manage to emerge. An army of talented indie dev, to whom Chupamobile offers a second, precious opportunity. Launched in beta in 2012, Chupamobile closed 2015 with 1.3 million dollars of revenue. During its history, it has experienced 2 seed round that have brought a total of 1.3 million dollars to its coffers.

## 6 Next step

Dopo aver raggiunto il break-even, oggi Chupamobile si appresta a chiudere il 2016 con 1 milione e mezzo di dollari di fatturato. I prossimi passi prevedono il consolidamento della leadership nell'universo indiedev, il debutto come editore nel mondo del publishing e poi ancora la scalata al mercato B2B con la creazione di un canale di vendita dedicato.

## 7 Esperienze, relazioni e progetti nazionali e internazionali

Chupamobile è un'azienda che nasce con forte vocazione internazionale. Per questo, tanto gli acquirenti quanto gli sviluppatori provengono da paesi di tutto il mondo, dalla Cina all'Australia passando per il Sudamerica. Tra le partnership, interessante è quella fatta con Amazon, grazie alla quale il colosso americano ha potuto lanciare un contest su Chupamobile per popolare di app il suo store per device Android.

## 8 Hashtag

#indiedev #reskin #marketplace #mobileapp  
#mobilegame

## 6 Next steps

After reaching break-even, today Chupamobile is about to end 2016 with a 1.5 million dollar turnover. The next steps are the consolidation of leadership in the indiedev universe, the debut into the world of publishing and the scaling of the B2B market with the creation of a dedicated sales channel.

## 7 Experience, relations and national and international projects

Chupamobile is a company that was born with a strong international vocation. For this reason, several purchasers and developers come from countries all over the world, from China to Australia, passing through South America. One of the most interesting partnerships is the one with Amazon, thanks to which the American giant has been able to launch a contest on Chupamobile to populate his store for Android devices with apps.

## 8 Hashtags

#indiedev #reskin #marketplace #mobileapp  
#mobilegame

# CLICKMETER

## 1 La startup

ClickMeter è un tool online (Software As A Service) dedicato a chiunque si occupi di Marketing Digitale. Un servizio applicabile a qualsiasi strategia di marketing esistente che permette di monitorare, valutare e ottimizzare le fonti di traffico. In pratica, ClickMeter permette di capire se investire o meno in una campagna di marketing e, qualora si decida di farlo, aiuta l'azienda a migliorare i tassi di conversione (Vendita o iscrizione).

## 2 Il problema | la soluzione

La maggior parte dei tool disponibili, come ad esempio Google Analytics, aiutano a capire cosa succede sul proprio sito monitorando performance come il tempo di permanenza su una pagina o quante e quali pagine vengono visitate. Mentre svolgono correttamente questo compito, risultano tuttavia molto meno efficaci nel determinare la reale qualità del traffico ricevuto e, in ultima analisi, la bontà delle fonti di marketing come Facebook, AdWords, BlogPost. Il loro limite è, semplicemente, che il tracciamento del traffico viene effettuato direttamente sul sito web di destinazione.

ClickMeter invece traccia il traffico a un livello superiore, partendo con la misurazione "a monte". L'utente ClickMeter inserisce un tracking link direttamente nella fonte, che può essere il messaggio Facebook oppure l'annuncio AdWord, e così si ottiene un monitoraggio molto più preciso, veloce e puntuale nel fornire dati sul tipo e la qualità del traffico di marketing.

## 3 Founder

Il Fondatore di ClickMeter, startup lanciata nel 2012, è **Davide De Guz**. Romano, 42 anni, laureato in Economia, vanta 15 anni di esperienza nell'internet bu-

## 1 The startup

ClickMeter is an online tool (Software As A Service) dedicated to anyone who works in Digital Marketing. A service applicable to any existing marketing strategy that allows you to monitor, assess and optimise the sources of traffic. Practically, ClickMeter allows its users to understand whether they should invest or not in a marketing campaign and if they should decide to do so, helps the company to improve the conversion rates (sales or registrations).

## 2 The problem | the solution

Most tools available, such as, for example Google Analytics, help to understand what is happening on one's own site by monitoring performance such as the time spent on a page or how many and which pages are visited. While they carry out this task correctly, they are much less efficient in determining the real quality of received traffic, and lastly the accuracy of marketing sources such as Facebook, AdWords, BlogPost. Their limit is simply that traffic tracking is carried out directly on the destination website.

ClickMeter instead tracks traffic at a higher level, starting with the "upstream" measurement. A ClickMeter user enters a tracking link directly into the source, that may be a Facebook message or an AdWord advert, and thus monitors much more precisely, quickly and regularly, obtaining data on the type and quality of marketing traffic.

## 3 Founders

The Founder of ClickMeter, a startup launched in 2012, is **Davide De Guz**. From Rome, 42 years old, a degree in Economics, he has a 15 years' experience in the internet business as an entrepreneur and consultant. He

business come imprenditore e consulente. Startupper seriale, durante la sua carriera ha dato vita tra le altre cose a University.it (1999), la prima comunità universitaria online; a un'azienda di programmazione offshore chiamata ConsultingSoft (2004); a Clickmeter nel 2012 e, nel 2015, a Rebrandly, "il modo migliore per creare e condividere branded link".

## 4 Vision

ClickMeter vuole diventare il miglior tool a livello globale per decidere velocemente e con certezza se investire o meno in una fonte, una strategia o una campagna di marketing.

## 5 Modello di business

Mercato  
Prospettive di crescita  
Funding

ClickMeter è un Freemium, ovvero offre il servizio gratis fino a un certo livello di utilizzo, per poi far pagare i clienti che lo usano in maniera intensiva o hanno bisogno di strumenti avanzati. Oltre quella gratuita, sono previste 3 diverse offerte: da 29, da 99, e da 349 dollari al mese. Al momento l'azienda è completamente autosufficiente e fin dalla sua fondazione ha sempre avuto un bilancio in positivo. Per questo motivo non è mai stato necessario ricorrere a finanziamenti esterni.

## 6 Next step

ClickMeter sta lavorando per migliorare le feature esistenti e introdurne di nuove, anche grazie alla collaborazione costante con i propri clienti. A oggi l'azienda ha avuto oltre 40.000 interazioni dirette (tickets, consigli, setup optimization, idee) con clienti sparsi in 188 paesi nel mondo.

is a serial startupper. During his career he has started, among others, University.it (1999), the first online university community; an offshore planning company called ConsultingSoft (2004); Clickmeter in 2012 and in 2015, Rebrandly, "the best way to create and share branded links".

## 4 Vision

ClickMeter wants to become the best tool worldwide to quickly and surely decide whether to invest or not in a source, a strategy or a marketing campaign.

## 5 Business model

Market  
Growth prospects  
Funding

ClickMeter is a Freemium. It offers the service free of charge up to certain level of use and then makes its clients that use it intensively or need advanced tools pay it. In addition to the free version, there are 3 different types of offer costing respectively 29, 99, and 349 dollars per month.

At the moment, the company is completely self-sufficient and has always had a positive balance sheet right from its foundation. For this reason, the startup has never needed external funding.

## 6 Next steps

ClickMeter is working to improve existing features and introduce new ones also thanks to the constant collaboration of its own clients. To date the company has had more than 40,000 direct interactions (tickets, advice, setup optimization, ideas) with clients spread over 188 countries worldwide.

## 7 Esperienze, relazioni e progetti nazionali e internazionali

Clickmeter ha oltre 120.000 utilizzatori distribuiti in quasi tutto il mondo. La giornata di lavoro inizia con i clienti australiani e finisce con i clienti di San Francisco. Ogni giorno il suo staff si interfaccia con almeno 50 diversi customer, nella maggior parte dei casi agenzie e professionisti del settore digital.

## 8 Hashtag

#LinkTracking #Analytics #SaaS #Marketing

## 7 Experience, relations and national and international projects

Clickmeter has over 120,000 users almost worldwide. The working day begins with the Australian clients and finishes with the clients in San Francisco. Everyday its staff interface with at least 50 different clients, in most cases agencies and professionals from the digital sector.

## 8 Hashtags

#LinkTracking #Analytics #SaaS #Marketing

# DAYBREAKHOTELS

## 1 La startup

DayBreakHotels è il primo portale per la prenotazione di tutti i servizi alberghieri da vivere esclusivamente durante il giorno.

## 2 Il problema | la soluzione

L'idea alla base del servizio parte dal rovesciamento della definizione stessa di hotel come posto dove si va solo per dormire. DayBreakHotels, infatti, vende tutti i servizi disponibili nelle strutture tranne i pernottamenti a persone con necessità diametralmente opposte a quelle dei tradizionali utenti d'albergo. Le camere vengono vendute durante il giorno tra le 10 del mattino e la mezzanotte, e con esse si vende l'accesso alle Spa, alle sale meeting, alle palestre, alle sale convegno a prezzi estremamente ridotti rispetto alle tariffe notturne. In questo modo si va incontro alle esigenze di chi ha bisogno di un ufficio e dei suoi servizi per poche ore, così come di chi vuole, per esempio, sperimentare la permanenza in alberghi di lusso altrimenti al di fuori della propria portata, pagando 1/5 del prezzo standard.

## 3 Founder

CEO e Co-fondatore (insieme a **Flavio Del Greco**, **Lorenzo Stabile** e **Michele Spadone**) di DayBreakHotels.com, **Simon Botto** è stato avvocato d'affari di uno studio legale americano per 8 anni e consulente d'impresa per i successivi 4 anni. Nel frattempo ha anche ottenuto un MBA da INSEAD e prima ancora un diploma in Affari e Relazioni Internazionali presso l'università Johns Hopkins. Madrelingua italiano e spagnolo, Simon è stato anche un giocatore di pallanuoto della serie A1 italiana e continua tutt'ora a giocare in serie A2.

## 1 The startup

DayBreakHotels is the first portal for booking all hotel services during the day.

## 2 The problem | the solution

The idea behind the service starts with the turning upside down of the definition of hotel as a place where you only go to sleep. DayBreakHotels, in fact, sells all the services available in the structures, except for overnight stays, to people with needs that are diametrically the opposite of traditional hotel users. The rooms are sold during the day between 10 in the morning and midnight, and with them comes access to the Spas, meeting rooms, gyms and conference facilities at extremely low costs compared to overnight rates. In this way, the needs of those who need an office and its services for a few hours, or who wants to try to spend time in a luxury hotel, otherwise unaffordable to them, paying a 1/5 of the standard price, are met.

## 3 Founders

CEO and Co-founder (together with **Flavio Del Greco**, **Lorenzo Stabile** and **Michele Spadone**) of DayBreakHotels.com, **Simon Botto** was a corporate lawyer in an American legal practice for 8 years and a business consultant for the following 4 years. In the meantime he obtained an MBA from INSEAD and before that a diploma in International Affairs and Relations at Johns Hopkins University. Italian and Spanish native speaker, Simon was also a water polo player in the Italian A1 division, and still plays in A2 division.

## 4 Vision

La visione è che deve cambiare e sta cambiando il concetto di albergo così come il suo l'utilizzo. La sfida è sviluppare nuovo business facendo leva sull'eccesso di offerta, che è caratteristica strutturale del mercato alberghiero.

Per esempio, andando incontro alle crescenti esigenze della clientela business, sempre più orientata a lavorare in mobilità secondo un trend dato in costante crescita, e grazie alla quale oggi ha più senso che mai mettere a frutto un pezzo fondamentale di real estate quando questo rimane inutilizzato. Per esempio in bassa stagione o, appunto, durante il giorno.

Dopo un'iniziale resistenza, dovuta al pregiudizio secondo cui l'albergo diurno è una struttura di infima categoria che di solito funge da rifugio per coppie clandestine, ora DayBreaksHotels ha convinto ad aderire al progetto le principali catene alberghiere, tra cui Starwood, NH Hotels, Accor, UNA Hotels, Radisson, Melià, Hilton, IHG, Holiday Inn, WorldHotel e Best Western. Strutture di prestigio che ora aprono le porte a prezzi contenuti per professionisti e per chiunque voglia sperimentare livelli di servizio al top.

## 5 Modello di business Mercato Prospettive di crescita Funding

Il modello di business è lo stesso di Expedia e degli altri servizi simili: un accordo di revenue sharing dove la struttura associata riconosce a DayBreaksHotels una commissione per ogni prenotazione. Le prospettive di mercato sono più che promettenti: a livello globale, la percentuale di occupazione delle camere d'albergo è pari al 65%, dato che indica la disponibilità di 2 miliardi e mezzo di camere nella sola Europa. Un patrimonio che risulta

## 4 Vision

The vision is that the concept of hotels and their use must change and is changing. The challenge is to develop new business, by using the excess supply that is a structural characteristic of the hotel market.

For example, meeting the growing needs of business clients that are increasingly directed towards mobile working according to a trend that is constantly growing, and thanks to which it now makes more sense than ever to use a fundamental piece of real estate when it is not being used. For example, during the low season or during the daytime.

After an initial resistance, due to the prejudice by which a daytime hotels is an infamous place that usually acts as a refuge for clandestine couples, DayBreaksHotels has now convinced the main hotel chains such as Starwood, NH Hotels, Accor, UNA Hotels, Radisson, Melià, Hilton, IHG, Holiday Inn, WorldHotel and Best Western to join the project. Prestigious facilities that now open their doors at low prices to professionals and anyone wanting to experiment top service levels.

## 5 Business model Market Growth prospects Funding

The business model is the same as Expedia and other similar services: a revenue sharing agreement where the associated facility acknowledges a commission to DayBreaksHotels for each booking. The market prospects are more than promising: worldwide, the occupation rate of hotel rooms is 65%, data that indicates the availability of 2.5 billion rooms in Europe alone. An asset that can easily be optimised if rooms are sold during daytime hours at a discounted rate of 50-70%.

With regard to funding, the startup initially received

facile valorizzare se si vendono le stanze nella fascia diurna a un prezzo scontato dal 50 al 70%.

Riguardo ai finanziamenti, la startup ha ricevuto inizialmente 70.000 euro di grant a fondo perduto da Filas, poi 30.000 euro dalla Camera di Commercio, quindi, più di recente, 200.000 euro attraverso il programma Start&Smart di Invitalia.

## 6 Next step

Nei prossimi mesi, il focus di DayBreaksHotels sarà consolidare il mercato italiano, dove dispone già di 200 alberghi sparsi in oltre 600 comuni, quindi rafforzare la propria presenza nei paesi europei dove la startup ha appena aperto una sede e cioè Gran Bretagna, Francia e Spagna.

## 7 Esperienze, relazioni e progetti nazionali e internazionali

DayBreakHotels è partner ufficiale di Trenitalia: attraverso la prenotazione di uno dei servizi offerti dall'azienda di Simon Botto, i clienti di Trenitalia possono accumulare punti Carta Freccia o spendere i punti accumulati prenotando un DayBreak in uno degli hotel 4 e 5 stelle affiliati. Inoltre, DayBreakHotels è partner di Hertz, Uber, Meridiana, Mastercard, Albatravel, Day.

Nel 2015, l'azienda è anche stata selezionata dal Governo cileno tra le migliori 100 startup internazionali nel 2015 e ammessa a Startup Chile, il primo e miglior incubatore sudamericano. Restando in Italia, nel 2014 DayBreakHotels ha ricevuto sia il Premio dei Premi per l'Innovazione del Turismo attribuito dalla Presidenza della Repubblica, sia il Premio per l'Innovazione nei Servizi di Confcommercio.

## 8 Hashtag

#travel #hotel #daybreak

70,000 Euro in non-returnable grants from Filas, then 30,000 Euro from the Chamber of Commerce, then more recently 200,000 Euro via the Start&Smart programme by Invitalia.

## 6 Next steps

In the next few months, the focus of DayBreaksHotels will be to consolidate the Italian market, where it already has 200 hotels in 600 municipalities, then strengthen their presence in European countries where the startup has just opened a branch, i.e. Great Britain, France and Spain.

## 7 Experience, relations and national and international projects

DayBreakHotels is an official partner of Trenitalia: via the booking of one of the services offered by Simon Botto's company, Trenitalia customers can accumulate Carta Freccia points or spend the accumulated points by booking a DayBreak in one of the affiliate 4 and 5 star hotels. Also, DayBreakHotels is a partner of Hertz, Uber, Meridiana, Mastercard, Albatravel and Day.

In 2015, the company was also selected by the Chilean Government as one of the best 100 international startups in 2015 and was admitted to Startup Chile, the first and best South American incubator. In Italy, in 2014, DayBreakHotels received the National Award for Innovation in Tourism ("Prize of Prizes"), from the President of the Republic, and the Prize for Innovation in Services from Confcommercio.

## 8 Hashtags

#travel #hotel #daybreak



# EMPLOYERLAND

## 1 La startup

Employerland è il primo social game dedicato al mondo del lavoro. Si basa su una app mobile che avvicina i giovani al mondo del lavoro sfruttando tutte le potenzialità della gamification.

## 2 Il problema | la soluzione

La disoccupazione è in aumento, i NEET (giovani che non studiano né hanno un lavoro) sono una vera e propria emergenza sociale in Italia e in Europa, dove la scarsa meritocrazia rende difficile per i giovani entrare in azienda e avere anche solo l'opportunità di fare un colloquio di lavoro. Al tempo stesso, il "bisogno" di personale qualificato aumenta, le grandi aziende cercano talenti e le piccole e medie imprese hanno bisogno di ragazzi motivati pronti a credere in se stessi.

L'app di Employerland mette in contatto questi 2 mondi attraverso un sistema semplice, veloce e intuitivo. Si scarica l'app, si sceglie l'azienda, ci si candida per le offerte di lavoro presenti e si sfidano gli altri candidati su tematiche come inglese, logica, informatica, matematica. Solo i migliori Top Performer delle sfide virtuali saranno contattati dalle aziende; solo i migliori potranno meritare il tanto sognato posto di lavoro.

## 3 Founder

Employerland nasce dall'esperienza di 3 soci già imprenditori in altre realtà legate alla consulenza organizzativa. In particolare, l'azienda è guidata nelle sue scelte strategiche e commerciali da **Gabriele Lizzani**, consulente con oltre 15 anni nel settore HR e docente di Employer Branding per diversi corsi universitari, master, business school ed eventi (Università degli studi di Roma Sapienza, Libera Università Maria Santissima Assunta Lumsa, Master Istao Adriano Olivetti, Ferrero Academy, Bosch Business School – TEC, Forum PA).

## 1 The startup

Employerland is the first social game dedicated to the employment world. It is based on a mobile app through which young people can approach the world of work, exploiting all the potential of gamification.

## 2 The problem | the solution

Unemployment is increasing, the NEET (Not in Education, Employment or Training) are a real social emergency in Italy and in Europe, where the low level of meritocracy makes it difficult for young people to enter companies and even to have the opportunity of a job interview. At the same time, the "need" for qualified staff is increasing, large companies are searching for talent, small and medium enterprises need motivated young people who are ready to believe in them.

The Employerland app puts these two worlds in touch via a simple, fast and intuitive system. Download the app, chose the company, make applications for its job offers and challenge the other candidates on topics such as English, logic, IT and mathematics. Only the Top Performers in the virtual challenges will be contacted by the companies, only the best deserve the much sought-after job.

## 3 Founders

Employerland was created from the experience of 3 partners who were already entrepreneurs in other realities connected with organisation consultancy. In particular, the company is guided in its strategic choices by **Gabriele Lizzani**, a consultant for more than 15 years in the HR sector and a lecturer in Employer Branding for various university courses, masters, business schools and events (University La Sapienza in Rome, Libera Università Maria Santissima Assunta Lumsa, Master Istao Adriano Olivetti, Ferrero Academy, Bosch Business School – TEC, Forum PA).

## 4 Vision

Employerland vuole portare innovazione nel mondo del lavoro, mettendo a frutto la fortuna di operare in un mercato complesso e articolato come quello italiano. Un mercato sfidante, dove “farsi le ossa” costruendo dei Case Study con le multinazionali che operano nel nostro paese. Tra queste Luxottica, Mc Donald’s, Unilever, EY, Bosch, Whirlpool, Microsoft, Roche sono solo alcune di quelle che hanno già dato fiducia a Employerland.

Il piano è esportare questi modelli di azione sul mondo del talent acquisition anche in altri paesi, per scalare velocemente e portare una soluzione concreta che aiuti i giovani a trovare la loro strada nel mondo del lavoro.

## 5 Modello di business Mercato Prospettive di crescita Funding

Employerland adotta un modello freemium di ingresso senza costi per attirare i grandi operatori sull’app e farla conoscere. Da ottobre 2015 la soluzione mobile ha visto registrarsi mese su mese quasi 80 grandi aziende: Eataly, Alitalia, Salini-Impregilio, Elica, Goldenpoint, Leroy Merlin, Game Stop, Obi, Findomestic, Ubi banca, solo per citarne alcune. Moltissime sono le aziende che dopo un ingresso gratuito hanno sottoscritto abbonamenti Premium per provare le opzioni avanzate dell’app.

La strategia è continuare su questa strada e su questo doppio binario, aggredendo contestualmente il mercato delle PMI. Per farlo bene, non solo in Italia, gli investimenti su questo progetto devono essere concentrati sia sullo sviluppo costante dei modelli di gioco dell’app, sia su una strategia di marketing mirata, che posizioni il brand di Employerland non solo verso il mercato dei top brand e dei top employer. Per raggiungere questi risultati l’azienda sta lavorando per la realizzazione di un secondo round di investimenti da almeno 1 milione di euro con il supporto di operatori internazionali qualificati come ad esempio Istarter.

## 4 Vision

Employerland wants to bring innovation to the world of work, using the fortune to operate in a complex, articulated market such as is Italy. A challenging market, where it is possible to “learn the ropes” by building Case Studies with multinationals present in our country. Luxottica, Mc Donald’s, Unilever, EY, Bosch, Whirlpool, Microsoft and Roche are only some of the ones that have already trusted Employerland.

The plan is to export these action models to the world of talent acquisition in other countries too, to quickly scale and find a tangible solution that helps young people to find their path in the employment world.

## 5 Business model Market Growth prospects Funding

Employerland adopts a freemium model, with entry free of charge, to attract large operators to the app and make itself known. From October 2015 the mobile solution has seen almost 80 large companies join up month by month: Eataly, Alitalia, Salini-Impregilio, Elica, Goldenpoint, Leroy Merlin, Game Stop, Obi, Findomestic, Ubi banca, just to name a few. There are many companies that have subscribed to the Premium service after a free entry, to try the app’s advanced options.

The strategy is to continue on this path and on this dual track, attacking the SME market at the same time. To do that well, and not just in Italy, investments on this project must be concentrated both on the constant development of the app’s game models and on a targeted marketing strategy, to place the Employerland brand not only in top brands and top employers market. To achieve these results, the company is working to realise a second round of investments of at least 1 million Euro with the support of international qualified operators such as Istarter.

## 6 Next step

Il futuro di Employerland dipende dalla sua capacità di aggredire altri paesi con i case study realizzati in Italia. I prossimi passi saranno quindi consolidare il mercato italiano; fare breccia nelle PMI; creare casi di successo con grandi multinazionali presenti in Italia e convincerle a replicare tali best practice in altri paesi dove sono già presenti.

## 7 Esperienze, relazioni e progetti nazionali e internazionali

Employerland ha stretto un accordo con la Bosch per lavorare insieme su un grande progetto legato all'alternanza Scuola-Lavoro. Oggi l'alternanza è divenuto un tema obbligatorio per le scuole: c'è quindi la possibilità di creare un progetto in Italia unico nel suo genere e di utilizzare l'app per creare un ponte tra la scuola, i ragazzi che misurano le loro skill e il mondo del lavoro.

Con l'Università Tor Vergata è stato siglato un accordo che consente a Employerland di certificare tramite l'app la formazione obbligatoria sulla sicurezza nei luoghi di lavoro. In questo modo, la startup potrà essere sfruttata anche per "formare" i dipendenti delle aziende su questo tema. Non solo quindi attraction e recruiting, ma anche progetti di training e "mobile learning".

L'azienda è stata anche inserita in Unindustria nella sezione startup. Con il team di Unione Industriali sta lavorando per posizionare le soluzioni di Employerland verso il target dei loro associati, con particolare attenzione alle PMI.

Lato internazionale, dopo il successo della campagna di recruiting per Luxottica sul Brasile (erogata nel primo trimestre 2016), il team guidato da Gabriele Lizzani sta lavorando con il produttore di occhiali a iniziative indirizzate al mercato cinese. Successivamente aprirà l'app anche alle altre aziende, italiane e non, interessate a operare in Cina.

## 8 Hashtag

#talent #hiring #playthegame #hrtrasformatin  
#topemployer

## 6 Next steps

The future of Employerland depends on its ability to attack other countries with the case studies created in Italy. The next step is to consolidate the Italian market, open up the market with SMEs, create successful case studies with large multinationals in Italy and convince them to repeat these best practices in other countries where they are already present.

## 7 Experience, relations and national and international projects

Employerland has stipulated an agreement with Bosch to work on a large project together, linked to School-Work programmes. Alternation has become a compulsory subject for schools: there is the possibility of creating a project in Italy that is the only one of its kind and to use the app to create a bridge between school, youngsters who wish to test their skills and the world of employment.

An agreement has been stipulated with Tor Vergata University that allows Employerland to certify compulsory safety in the workplace training via the app. In this way, the startup can also be used to "train" company employees on this topic. So not just attraction and recruiting, but also training and "mobile learning" projects.

The company has also been included by Unindustria in the startup section. With the Unione Industriali team it is working to make the Employerland solutions suitable for their associates, paying special attention to SMEs.

On the international front, after the success of the recruiting campaign for Luxottica in Brazil (in the first quarter of 2016), the team led by Gabriele Lizzani is working with the manufacturer of glasses on initiatives aimed at the Chinese market. Later the app will also open to other Italian and foreign companies, that are interested in operating in China.

## 8 Hashtags

#talent #hiring #playthegame #hrtrasformation  
#topemployer

# EXPLORA

## 1 La startup

Explora è un'azienda specializzata in synthetic biology nata 10 anni fa per offrire servizi di ingegneria biologica alla comunità accademica e privata.

## 2 Il problema | la soluzione

Le scienze mediche stanno attraversando un'importante fase di transizione e trasformazione. I device medici sono sempre più complicati da interfacciare con l'ospite e, per questo, devono essere modificati con molecole come proteine che spesso vanno progettate da zero. L'approccio tradizionale prevede che, nello sviluppo di tali device, concorrano diverse realtà con competenze verticali relative a un singolo aspetto della ricerca. Al contrario, Explora è strutturata per essere un punto di riferimento unico per chi fa ricerca nel settore, perché mette sotto lo stesso tetto competenze diverse. Ci riesce facendo coabitare professionisti che di solito non si interfacciano tra loro, dal chirurgo al biologo allo scienziato dei materiali, in modo da poter gestire in toto il processo produttivo, dalla progettazione al prodotto.

## 3 Founder

I Fondatori di Explora sono **Cristiano Chiarabelli**, **Pierluigi Franceschini**, **Federica Marotti** e **Davide De Lucrezia**, che svolge il ruolo di Chief Executive Officer. **Chiarabelli**, laureato in Chimica e Tecnologie farmaceutiche, è specializzato nel design e nell'ingegnerizzazione delle proteine. **Pierluigi Franceschini**, alle spalle una laurea in Chimica industriale e un dottorato di ricerca presso il Politecnico federale di Zurigo, è specializzato in trasferimento tecnologico con più di 10 anni di esperienza sul campo. **Federica Marotti**, CTO di Explora, è laureata in Chimica, ha conseguito un dottorato in Chimica supramolecolare, ha collaborato con il Politecnico federale di Zurigo, ed è stata senior

## 1 The startup

Explora is a company specialised in synthetic biology created 10 years ago to offer biological engineering services to the academic and private community.

## 2 The problem | the solution

Medical science is going through an important phase of transition and transformation. Medical devices are increasingly complicated to interface with the host and, for this reason, must be modified with molecules such as proteins that are often designed from zero. The traditional approach foresees that when such devices are developed, there are different realities with vertical competence regarding a single aspect of the research. To the contrary, Explora is structured to be a single reference point for those doing research in the sector, as it places different skills under the same roof. It manages to do this by making professionals cohabit, who usually do not interface with each other, from surgeons to the biologists to the material scientists, in order to manage the production process fully, from planning to the product.

## 3 Founders

The Founders of Explora are **Cristiano Chiarabelli**, **Pierluigi Franceschini**, **Federica Marotti** and **Davide De Lucrezia**, who fills the position of Chief Executive Officer. Chiarabelli, with a degree in Chemistry and Pharmaceutical Technologies, is specialised in the design and engineering of proteins. **Pierluigi Franceschini**, with a degree in Industrial Chemistry and a PhD from the federal Polytechnic of Zurich, is specialised in technological transfer with more than 10 years experience in the field. **Federica Marotti**, CTO of Explora, has a degree in Chemistry, a PhD in supra-molecular Chemistry, and has collaborated with the federal

consultant per Innova. Infine **Davide De Lucrezia**, oltre a essere Fondatore di Explora, è anche professore aggiunto in Bio-nanomateriali all'Università Ca' Foscari di Venezia. Laureato in Biologia e specializzato in Biochimica presso l'Università di Roma Tre, vanta una lunga esperienza sul campo maturata in strutture come il San Raffaele a Roma e la Polyphor AG in Svizzera.

#### 4 Vision

Guardando al futuro della synthetic biology, quello che sta cambiando radicalmente è l'approccio metodologico, che sta passando dalla cura alla rigenerazione. Scopo della ricerca medica non è più dunque puntare alla sostituzione di parti del corpo che non funzionano più, ma trovare soluzioni per rigenerare ciò che non funziona. Ingegnerizzare per indurre l'organismo a ripristinare, anziché sostituire.

#### 5 Modello di business Mercato Prospettive di crescita Funding

Il modello di business di Explora, come per le altre realtà operanti nello stesso campo, è quello del CRO (Contract Research Organization), in base al quale si svolgono ricerche scientifiche specifiche per terzi i cui risultati poi rimangono di proprietà del committente. In alcuni casi, quando l'azienda conduce ricerche in modo indipendente, le soluzioni conseguite possono essere vendute ad aziende più grandi in modalità Licensing out. L'azienda ha 12 dipendenti che diventano 20, contando anche i contratti di collaborazione.

#### 6 Next step

Continuare a lavorare per consolidare la propria posizione nel settore e per portare a termine i diversi progetti di ricerca internazionali in cui il gruppo di lavoro multidisciplinare di Explora è coinvolto.

Polytechnic of Zurich, and was senior consultant for Innova. Lastly **Davide De Lucrezia**, in addition to being the Founder of Explora, is also adjunct professor in Bio-nano-materials at the Ca' Foscari University of Venice. With a degree in Biology and specialised in Biochemistry from the University of Roma Tre, he has many years experience in the field, matured in structures such as San Raffaele in Rome and Polyphor AG in Switzerland.

#### 4 Vision

Looking to the future of synthetic biology, what is radically changing is the methodological approach that is moving away from cure towards regeneration. The aim of medical research is not to focus on the replacement of body parts that no longer work, but to find solutions for regenerating what doesn't work. Engineering to bring the body to restore itself, rather than replace.

#### 5 Business model Market Growth prospects Funding

The business model of Explora, like for other realities working in the same field, is CRO (Contract Research Organization), based on which specific scientific research is carried out for third parties, where the results remain the property of the commissioning client. In some cases, when the company carries out research independently, the solutions found can be sold to larger companies in Licensing out mode. The company has 12 employees, that grow to 20 if the collaboration contracts are counted.

#### 6 Next steps

Continuing to work to consolidate their own position in the sector and completing various international research projects in which the Explora multi-disciplinary work team is involved.

## 7 Esperienze, relazioni e progetti nazionali e internazionali

Explora è la terza azienda in Europa per success rate nella ricerca. Attualmente segue 6 diversi progetti europei, 2 dei quali con ruolo di coordinamento, tra cui figurano "THE GRAIL – Tissue in Host Engineering Guided Regeneration of Arterial Intimal Layer", "NEXT – Nano Engineering for Cross Tolerance" e "AMCARE – Advanced Materials for Cardiac Regeneration". In totale, l'Unione europea ha stanziato oltre 4 milioni di euro per co-finanziare i progetti ai quali partecipa Explora.

## 8 Hashtag

#ricerca #biomedicina

## 7 Experience, relations and national and international projects

Explora is the third company in Europe by success rate in research. Currently it is following 6 different European projects, 2 of which in coordination roles, including "THE GRAIL – Tissue in Host Engineering Guided Regeneration of Arterial Intimal Layer", "NEXT – Nano Engineering for Cross Tolerance" and "AMCARE – Advanced Materials for Cardiac Regeneration". In total, the European Union has allocated more than 4 million Euro to co-fund the projects that Explora is taking part in.

## 8 Hashtags

#research #biomedicine

# HOTSWAP

## 1 La startup

Hotswap è una software house composta da giovani e dinamici tecnici che ha realizzato il progetto Agavi, ovvero un sistema stradale di ottimizzazione della raccolta differenziata dei rifiuti solidi urbani ad alto contenuto tecnologico.

## 2 Il problema | la soluzione

Il problema della raccolta differenziata è quello di non rispettare le caratteristiche tipiche di un servizio pubblico cioè efficienza, efficacia ed economicità. Le amministrazioni pubbliche non hanno il controllo della filiera della raccolta differenziata per cui non riescono a ottemperare alle prescrizioni normative che prevedono la tariffa puntuale. Il principio “Chi più inquina, più paga”, quando applicato, risulta spesso figlio di medie o campionature.

Il progetto Agavi nasce per rendere la filiera della raccolta differenziata trasparente, controllabile ed equa. Agavi effettua la pesatura certificata di tutti i conferimenti, assegna a ogni utenza qualità e quantità di materiale, archivia le informazioni ed è capace di generare una vasta gamma di report mettendo in condizione l’ente di applicare la tariffa puntuale conformemente ai disposti dell’art. 14, comma 29 del Decreto legge 201/2011. Inoltre il sistema consente all’ente di implementare un sistema di pagamento on-line della tassa sui rifiuti in modo semplice e sicuro tramite carte di credito del circuito Visa, Visa Electron, Mastercard e Maestro. Tutte le transazioni sono gestite dal “Payment Gateway” di Cartasi, capace di offrire un elevato standard di sicurezza. Ogni utente ha a disposizione un account, consultabile tramite browser, per verificare ogni uso e conferimento.

## 1 The startup

Hotswap is a software house comprising young, dynamic technicians who have created the Agavi project, an hi-tech road system for the optimisation of separate collection of solid municipal waste.

## 2 The problem | the solution

The problem of separate waste collection is not respecting the typical characteristics of a public service: efficiency, efficacy and practicality. The public administration do not control the collection procedure, therefore they cannot observe the legislative provisions that foresee precise rates. The principle of “the more you pollute the more you pay” when applied, is often the result of media or sampling.

The Agavi project was created to make the separate waste collection procedure more transparent, controllable and fair. Agavi carries out the certified weighing of all deliveries, allocates quality and quantity of materials to each user, stores information and can generate a huge range of reports placing the body in the condition to apply precise rates in compliance with the provisions of article 14, paragraph 29 of Decree law 201/2011. Also, the system allows the body to implement an online payment system for waste tax in a simple secure manner, using credit cards from the Visa, Visa Electron, Mastercard and Maestro circuits. All transactions are managed by Cartasi’s “Payment Gateway”, which offers a high standard of security. Each user has an account, that can be consulted via browsers, to check each delivery.



### 3 Founder

Il Fondatore di Hotswap è **Savello Ottaviani**, ingegnere, che insieme ai tecnici sistemisti-programmatori **Massimiliano Ceneri** e **Tiziano Cucchi**, condivide la volontà di creare applicazioni con forte contenuto innovativo frutto di ricerca e sviluppo continui. In particolare il progetto Agavi è stato realizzato in collaborazione con **Franco Orsini**, architetto ed esperto conoscitore di tematiche ambientali e di igiene urbana.

### 4 Vision

La Vision dell'azienda è quella di strutturarsi per competere al meglio e ampliare così il suo raggio d'azione anche grazie alla collaborazione con partner già affermati. L'obiettivo è quello di far conoscere e utilizzare Agavi a tutti gli enti e le amministrazioni disposti a innovare per offrire un servizio più equo ai propri cittadini.

### 5 Modello di business Mercato Prospettive di crescita Funding

Il modello di business si basa su un periodo temporale di 3 anni durante i quali l'azienda conta di raggiungere lo 0,5% delle utenze che a oggi effettuano la raccolta differenziata. L'obiettivo verrà raggiunto mediante l'installazione di circa 309 isole di prossimità equipaggiate col sistema Agavi, con ricavi per circa 5 milioni di euro. Il costo complessivo di gestione dei servizi di igiene urbana a livello nazionale ammonta a oltre 8,7 miliardi di euro l'anno, di cui 1,8 miliardi sono destinati alle raccolte differenziate (fonte: ISPRA). Hotswap fa parte del circuito del BackToWork24 del Sole24Ore tramite il quale è venuta in contatto con investitori selezionati che credono nel progetto e che daranno alla startup la possibilità di espandere la rete Agavi in tutta Italia.

### 3 Founders

The Founder of Hotswap is Savello Ottaviani, an engineer, who together with the programme analyst technicians **Massimiliano Ceneri** and **Tiziano Cucchi**, shares the desire to create applications with a high innovative content that are the result of continuous research and development. In particular the Agavi project was realised in collaboration with **Franco Orsini**, an architect and expert in environmental and urban hygiene matters.

### 4 Vision

The company's Vision is to structure itself so that it can compete and expand its range of action, also thanks to collaboration with their successful partners. The goal is to make Agavi known and used by all bodies and administrations willing to innovate for offering a fairer service to its own citizens.

### 5 Business model Market Growth prospects Funding

The business model is based on a 3-year time period during which the company counts on reaching 0.5% of users that carry out separate waste collection to date. The goal will be reached by installing about 309 proximity islands equipped with the Agavi system, with revenue of about 5 million Euro. The overall cost of managing urban hygiene services nationally is more than 8.7 billion Euro per year, 1.8 billion of which is allocated to separate waste collection (Source: ISPRA). Hotswap is part of Sole24Ore's BackToWork24 circuit, via which it has come into contact with selected investors who believe in the project and who will give the startup the possibility of expanding the Agavi project throughout Italy.



## 6 Next step

Il futuro di Hotswap e del progetto Agavi è quello di ampliare l'orizzonte di azione grazie agli investitori che sostengono la startup non solo economicamente, ma anche mettendo a disposizione diverse professionalità e competenze.

## 7 Esperienze, relazioni e progetti nazionali e internazionali

Il progetto Agavi parte da lontano. Fin da subito l'idea è piaciuta ai tecnici di Ancitel Energia & Ambiente di cui Hotswap è partner ufficiale, "per favorire l'ottimizzazione di processi complessi nei comuni che svolgono la raccolta differenziata". L'azienda ha partecipato a Ecomondo 2014 "XVIII fiera internazionale del recupero di materia ed energia e dello sviluppo sostenibile". È risultata vincitrice dell'"Avviso pubblico creativi digitali sviluppo di idee progetto per una nuova generazione di app - App On", grazie al quale ha realizzato la versione mobile di Agavi, "Happy Trash". Infine è stata depositata una domanda di brevetto per invenzione industriale al Ministero dello Sviluppo Economico.

## 8 Hashtag

#sostenibilità #ecologia #differenziata #rifiuti #riciclo #green

## 6 Next steps

The future of Hotswap and the Agavi project is to expand the range of action thanks to the investors supporting the startup, not only economically but also providing various professional skills.

## 7 Experience, relations and national and international projects

The Agavi project started from a distance. The technicians at Ancitel Energia & Ambiente, which Hotswap is an official partner of, liked the idea immediately, "to favour optimisation of complex processes in municipalities where separate waste collection is carried out." The company took part in Ecomondo 2014 "XVIII International trade fair of material and energy recovery and sustainable development". It won the "Avviso pubblico creativi digitali sviluppo di idee progetto per una nuova generazione di app - App On", thanks to which it created the mobile version of Agavi, "Happy Trash". Lastly, a patent application for industrial invention has been filed with the Ministry of Economic Development.

## 8 Hashtags

#sustainability #ecology #differentiated #waste #recycle #green

# INDIEGALA

## 1 La startup

Indiegala è un'azienda che nasce nel 2011 con lo scopo di distribuire - esclusivamente in formato digitale - videogiochi per PC e console prodotti da terzi. Successivamente, l'azienda inizia anche attività di publishing, avviando la produzione in-house di titoli per PC.

## 2 Il problema | la soluzione

La mission è dare la possibilità agli utenti registrati di risparmiare sui titoli acquistati godendo di sconti, comprando pacchetti con più titoli, oppure acquisendo le licenze dei diversi giochi per un periodo di tempo limitato. Indiegala mette in vendita le chiavi di attivazione di oltre 3.000 videogiochi tra titoli indipendenti e blockbuster, che l'utente poi può scaricare da altri servizi e piattaforme come ad esempio Steam.

## 3 Founder

Indiegala è stata fondata da **Riccardo Rosapepe**, 42 anni, programmatore, che approda a quest'esperienza imprenditoriale nel mondo dei videogiochi all'età di 36 anni, dopo aver a lungo lavorato come libero professionista.

## 4 Vision

Il mercato della distribuzione digitale di videogiochi su pc e sulle console è cambiato radicalmente: prima era appannaggio delle poche realtà dotate di mezzi finanziari necessari a comprare gli strumenti e le licenze indispensabili per lo sviluppo di un titolo. Diversamente, negli ultimi anni l'abbassamento dei costi di produzione, dovuto alla comparsa di tecnologie abilitanti gratuite, ha reso la produzione più accessibile a una fetta più ampia di professionisti, che così hanno potuto far valere la loro esperienza e creatività.

Questo in parte è un bene, perché la scelta e il mercato

## 1 The startup

Indiegala is a company founded in 2011 with the aim of distributing - solely in digital format - videogames for PCs and consoles made by third parties. Subsequently, the company also began publishing activities, starting up in-house production of titles for PCs.

## 2 The problem | the solution

The mission is to give registered users the possibility to save on titles purchases, enjoying discounts, buying packages with several titles, or acquiring the licences for various games for a limited period of time. Indiegala sells activation keys for more than 3,000 videogames, including independent titles and blockbusters, that the user can then download from other services and platforms, such as Steam.

## 3 Founders

Indiegala was founded by **Riccardo Rosapepe**, 42 years old, a programmer, who started his entrepreneurial experience in the world of videogames at the age of 36, after having worked as an independent professional for several years.

## 4 Vision

The PC and console videogame digital distribution market has changed drastically: previously it was a prerogative of the few realities with the financial means required to buy the tools and licenses needed for the development of a title. In recent years, the reduction in production costs, due to the appearance of free enabling technology, has made production more accessible to a broader range of professionals, who have been able to use their experience and creativity.

This is positive in part, as the choice and the market have expanded with the contribution of many independ-

si sono ampliati con il contributo di molti indipendenti. Il problema è che il fenomeno genera anche inflazione, visto che il mercato globale si espande ma, a causa della crescente concorrenza, diminuiscono i ricavi per singolo prodotto. Per non parlare di quanto sia diventato difficile per il singolo sviluppatore emergere e rendersi visibile in un mercato sempre più affollato.

In un settore dove si è passati da 3.000 titoli disponibili a oltre 10.000, la strategia intrapresa da Indiegala come publisher è quella di investire sulla qualità, dando vita a progetti di sviluppo di più ampio respiro che, quasi come una produzione hollywoodiana, richiedono fino a 2 anni e mezzo per essere portati a compimento, dando vita a titoli che puntano a competere con i principali blockbuster.

## 5 Modello di business Mercato Prospettive di crescita Funding

Il modello di business dell'azienda fondata da Riccardo Rosapepe si basa per il 90% sulla vendita delle chiavi di attivazione dei videogiochi attraverso il portale, dove i ricavi sono intorno al 30% del valore venduto. Un altro 10% deriva dalla vendita di prodotti sviluppati in-house e venduti non solo su Indiegala, ma anche su altri mercati digitali come Steam. Nei piani di Rosapepe c'è una crescita progressiva della produzione di titoli propri dove, una volta raggiunto il break-even, i margini di guadagno sono pari al 100%. Tra contratti full-time e part-time, Indiegala impiega una ventina di persone equamente distribuite tra gestione del portale e sviluppo di videogiochi. Salvo che per un piccolo investimento iniziale da parte di un fondo, l'azienda non ha raccolto finanziamenti ed è cresciuta facendo conto solo sulle proprie forze.

## 6 Next step

La distribuzione online è una fonte sicura di reddito che, se ben fatta, garantisce una liquidità costante da investire nelle produzioni. Per questo oggi Indiegala si trova nelle condizioni di investire nello sviluppo di 2 nuovi titoli contemporaneamente: uno più ambizioso, in incubazio-

ent parties. The problem is that the phenomenon also generates inflation as the global market expands but the revenue from each product reduces, due to growing competition. There is also the matter of how difficult has become for each developer to emerge and make himself visible in an increasingly crowded market.

In a sector where there were formerly 3,000 titles available and now there are 10,000, the strategy adopted by Indiegala as a publisher is to invest in quality, bringing life to broader development projects, that need up to two and a half years to be completed, almost like a Hollywood production, giving life to titles that aim at competing with the main blockbusters.

## 5 Business model Market Growth prospects Funding

The business model of the company founded by Riccardo Rosapepe is 90% based on the sale of videogame activation keys via the portal, where earnings are about 30% of the sold value. Another 10% comes from the sale of in-house developed products, sold not only on Indiegala, but also on other digital markets such as Steam. Rosapepe's plans include a progressive growth in the production of own titles where, once break-even has been reached, revenue margins are 100%. Indiegala employs about 20 people full time and part time, evenly distributed between portal management and videogame development. Apart from a small initial investment from a fund, the company has not collected funding and has grown using solely its own forces.

## 6 Next steps

Online distribution is a secure source of income that, if well done, guarantees constant liquidity to invest in production. This is why today, Indiegala is able to invest in the development of 2 new titles at the same time: a more ambitious one, that has been incubating for 2 years and which will be completed in the first quarter of 2017, and a second smaller one that will come out at Christmas after

ne da 2 anni e destinato a concludersi nel primo trimestre del 2017, cui si somma un secondo più piccolo che uscirà a Natale dopo circa 8 mesi di sviluppo. La mission è chiudere il 2017 con all'attivo 7 o 8 titoli proprietari.

## 7 Esperienze, relazioni e progetti nazionali e internazionali

Il sito di Indiegala nasce in inglese per rivolgersi da subito a una clientela globale. Attualmente gli utenti arrivano da almeno 110 paesi nel mondo, incluse nazioni come Stati Uniti, Russia, Giappone, Germania.

## 8 Hashtag

#videogiochi #marketplace #indie #publisher

about 8 months of development. The mission is to end 2017 with 7 or 8 proprietary titles on sale.

## 7 Experience, relations and national and international projects

The Indiegala website was created in English to immediately aim for a global clientele. Currently the users come from at least 110 countries around the world, including nations such as United States, Russia, Japan and Germany.

## 8 Hashtags

#videogames #marketplace #indie #publisher

# MEDIAPHARMA

## 1 La startup

MediaPharma è un'azienda biotech specializzata nella scoperta di nuovi farmaci e attiva nel settore dell'immuno-oncologia. Il suo focus è nella ricerca e sviluppo di anticorpi monoclonali singoli, dispecifici o sottoforma di Antibody-Drug Conjugates per il trattamento del cancro e di altre patologie a elevato fabbisogno terapeutico. In particolare, MediaPharma concentra i propri sforzi sul trattamento di quelle forme di cancro divenute resistenti alle terapie standard.

## 2 Il problema | la soluzione

Nonostante i progressi della ricerca, il cancro è una malattia ancora a elevata mortalità: ciò è dovuto in larga parte al fatto che i farmaci non vengono aggiornati con sufficiente frequenza, oltre che essere impiegati alla cieca, senza alcuna certezza rispetto alla loro efficacia sul singolo paziente o sugli effetti collaterali che quest'ultimo può evidenziare. Inoltre, un'alta percentuale dei decessi è legata al fenomeno della resistenza, ovvero la insensibilità delle cellule tumorali ai farmaci in uso. La strategia di Mediapharma è identificare nuovi bersagli terapeutici e utilizzare il nuovo concetto dell'oncologia personalizzata attraverso lo sviluppo contemporaneo, assieme al farmaco, del test in grado di identificare i pazienti responsivi ai nuovi trattamenti.

## 3 Founder

I Fondatori di Mediapharma sono **Stefano Iacobelli** (Presidente), **Jean-Frederic Saunière** (Vice Presidente Business Development), **Antonio Zangrilli** (Responsabile Affari Regolatori), **Pier Giorgio Natali** (Direttore Ricerca & Sviluppo).

Già professore Ordinario di Oncologia Medica presso l'Università "G. D'Annunzio" di Chieti-Pescara, **Stefano Iacobelli** ha una lunga esperienza nella ricerca di

## 1 The startup

MediaPharma is a biotech company specialised in the discovery of new drugs and which works in the immune-oncology sector. Its focus is on the research and development of monoclonal single, bispecific or Antibody Drug Conjugate antibodies for the treatment of cancer and other diseases with a high therapeutic need. In particular, MediaPharma concentrates its efforts on the treatment of those forms of cancer that have become resistant to standard treatments.

## 2 The problem | the solution

In spite of progress in research, cancer is still a disease with a high rate of mortality: this is largely due to the fact that drugs are not updated often enough, and are also used blind, without any certainty of their efficacy on each patient or on their side effects on the patient. Also, a high percentage of deaths is linked to resistance, or the insensitivity of tumoral cells to the drugs being used. Mediapharma's strategy is to identify new therapeutic targets and use the new concept of personalised oncology via the simultaneous development, together with the drug, of the test that can identify the patients who will be responsive to new treatments.

## 3 Founders

The Founders of Mediapharma are **Stefano Iacobelli** (President), **Jean-Frederic Saunière** (Vice President Business Development), **Antonio Zangrilli** (Regulatory Affairs Director), **Pier Giorgio Natali** (Director of Research & Development).

Formerly tenured professor of Medical Oncology at "G. D'Annunzio" University in Chieti-Pescara, **Stefano Iacobelli** has many years experience in laboratory and clinical research in the oncological field and also in the management of several enterprise initiatives. He is

laboratorio e clinica in campo oncologico nonché nel management di numerose iniziative a carattere imprenditoriale. È autore di oltre 250 pubblicazioni scientifiche.

Con un passato da direttore del Corporate Licensing & Business Development presso la Pfizer, **Jean-Frederic Saunière** è stato anche vicepresidente della Anaderm USA, (sussidiaria della Pfizer). Attualmente è amministratore delegato della Shogoo Pharmaceuticals, di Basilea, Svizzera.

**Antonio Zangrilli**, laureato in Economia all'Università di Roma "La Sapienza", ha ottenuto il Ph.D. in Export Management presso l'Istituto per il Commercio Estero di Roma. Ha lunga esperienza nelle analisi di mercato nel campo delle tecnologie innovative. Attualmente è Presidente della Invent, azienda specializzata nella nascita e crescita di startup nel settore high-tech.

Infine, **Pier Giorgio Natali** è stato direttore scientifico dell'Istituto per la Ricerca sul Cancro "Regina Elena" di Roma e Chairman del Laboratorio di Immunologia e Patologia Molecolare. Membro di numerose società scientifiche e autore di oltre 600 pubblicazioni scientifiche, molte delle quali sulle applicazioni degli anticorpi monoclonali in campo oncologico.

## 4 Vision

Il settore degli anticorpi monoclonali e degli Antibody-Drug Conjugate rappresenta la ricerca di punta nell'oncologia. Tutte le più grandi aziende farmaceutiche si stanno dotando di questi strumenti e, attualmente, vi sono più 50 prodotti in sviluppo clinico avanzato. Mediapharma si inserisce in questo mercato attraverso un Antibody-Drug Conjugate costituito da un anticorpo diretto contro il recettore her-3 coniugato con un farmaco estremamente potente.

also the author of more than 250 scientific publications.

With a past as Director of Corporate Licensing & Business Development at Pfizer, **Jean-Frederic Saunière** has also been Vice President of Anaderm USA, (a Pfizer subsidiary). Currently he is CEO of Shogoo Pharmaceuticals, Basel, Switzerland.

**Antonio Zangrilli**, a graduate of Economics from "Sapienza" University in Rome, obtained his Ph.D. in Export Management from the Institute of Foreign Trade (ICE) in Rome. He has many years experience in market analysis in the field of innovative technologies. He is currently President of Invent, a company specialised in the birth and growth of startups in the high-tech sector.

Lastly, **Pier Giorgio Natali** was the Scientific Director of the "Regina Elena" Institute for Cancer Research in Rome and Chairman of the Immunology and Molecular Pathology Laboratory. He is a member of several scientific societies and the author of more than 600 scientific publications, many of which are about the application of monoclonal antibodies in oncology.

## 4 Vision

The monoclonal antibodies and Antibody Drug Conjugates sector is the main research area in oncology. All the large pharmaceutical companies are equipping themselves with these instruments and there are currently more than 50 products in the advanced clinical development stage. Mediapharma is a part of this market through an Antibody-Drug Conjugate comprising an antibody directed against the her-3 conjugate receptor with an extremely powerful drug.

## 5 Modello di business Mercato Prospettive di crescita Funding

Il business model funziona così: Mediapharma scopre un prodotto, investe tempo, risorse e competenze nel suo sviluppo che conduce sino alla fase 1, ovvero quella dei primi test sull'uomo. Alla fine di questo percorso, quando cioè il prodotto ha finalmente un valore di mercato, Mediapharma vende la licenza d'uso alla grandi aziende farmaceutiche. Ovviamente, tutti i prodotti scoperti e sviluppati vengono brevettati a livello internazionale. Rispetto al funding, Mediapharma - che nasce nell'aprile 2009 come spin-off dell'Università Gabriele D'Annunzio di Chieti-Pescara - ha ricevuto il sostegno di Filas e nello stesso tempo del Gruppo Toto, grazie al meccanismo di co-investimento. Più di recente, ha ricevuto un investimento anche da parte della lussemburghese Unitel.

## 6 Next step

I primi test sull'uomo del nuovo prodotto sono previsti per la fine del 2017. Verranno condotti in Europa e negli Stati Uniti tra fine 2017 e inizio 2018.

## 7 Esperienze, relazioni e progetti nazionali e internazionali

Mediapharma ha sviluppato collaborazioni internazionale per lo sviluppo di anticorpi con MERCK, azienda chimica e farmaceutica con sede a Darmstadt, in Germania, e con BSP Pharmaceuticals, azienda specializzata nello sviluppo e produzione clinica e commerciale di prodotti farmaceutici citotossici e citostatici.

## 8 Hashtag

#medicalresearch #antibody #research

## 5 Business model Market Growth prospects Funding

The business model works as follows: Mediapharma discovers a product, invests time, resources and skills in its development that leads to phase 1: the first tests on humans. At the end of this path, when the product finally has a market value, Mediapharma sells the user licence to large pharmaceutical companies. Of course, all the products discovered and developed are patented internationally. For funding, Mediapharma - which was set up in April 2009 as a spin-off of Gabriele D'Annunzio University in Chieti-Pescara - has received support from Filas and also from the Toto Group, through co-investment. More recently it received investment from the Luxembourg-based company, Unitel.

## 6 Next steps

The first tests of the new product on humans are forecast for the end of 2017. They will be conducted in Europe and the United States between the end of 2017 and the start of 2018.

## 7 Experience, relations and national and international projects

Mediapharma has developed international collaborations for the development of antibodies with MERCK, a chemical and pharmaceutical company based in Darmstadt, Germany, and with BSP Pharmaceuticals, a company specialised in the development and clinical and commercial production of cytotoxic and cytostatic pharmaceutical products.

## 8 Hashtags

#medicalresearch #antibody #research



## PROGETTO TETHYS | CENTRALE VALUTATIVA S.r.l

### 1 La startup

Centrale Valutativa è una startup che sviluppa tecnologie basate sull'analisi delle immagini satellitari per ottimizzare l'utilizzo dell'acqua nell'irrigazione agricola.

### 2 Il problema | la soluzione

Viviamo sempre più in una fase storica in cui i cambiamenti climatici impongono, a livello di istituzioni e di singoli, scelte razionali nella gestione delle risorse finite del nostro pianeta. Nella sola Unione Europea ogni anno vengono utilizzati 40 miliardi di metri cubi di acqua per irrigare le produzioni agricole: è la quantità di acqua contenuta nel Lago di Garda. Di questa, più del 30% viene sprecata. L'idea alla base di Centrale Valutativa è quella di utilizzare le immagini satellitari per mettere a punto un sistema in grado di ottimizzare l'utilizzo dell'acqua sulla base dell'effettiva necessità delle piante. La stima è che il sistema possa consentire un risparmio del 20% dei consumi.

### 3 Founder

I Soci Fondatori sono 7, tutti con competenze differenti e una comune esperienza maturata in una grande società di consulenza in ambito agricolo e ambientale. Per usare una metafora musicale, la "band" è così composta: al sintetizzatore delle statistiche e data mining c'è **Fabrizio Tenna**, alle chitarre delle analisi agronomiche ci sono **Fabio Massimo Ambrogi** e **Leonardo Ambrosi**, alla batteria dell'elaborazione delle immagini satellitari **Lorenza Panunzi**, al sax dell'interpretazione degli effetti ambientali **Stefano Lo Presti**, al basso del business model **Matteo De Sanctis** e **Massimo Penza**.

### 1 The startup

Centrale Valutativa is a startup that develops technology based on the analysis of satellite images to optimise the use of water in agricultural irrigation.

### 2 The problem | the solution

We are increasingly living in a historical age where climate change forces institutions and individuals to make rational choices for the management of finite resources on our planet. Each year, in the European Union alone, 40 billion cubic metres are used to irrigate agricultural crops: this is the same amount of water contained in Lake Garda. Of this, more than 30% is wasted. The idea behind Centrale Valutativa is to use satellite images to refine a system that can optimise the use of water based on the plants' actual need. It is estimated that that system can allow a 20% saving of consumption.

### 3 Founders

There are 7 Founder Partners, all with different skills and a common experience matured in a large agricultural and environmental consultancy company. To use a musical metaphor, the "band" comprises the following members: on the stats synthesiser and data mining is **Fabrizio Tenna**, on the guitars of agronomic analysis are **Fabio Massimo Ambrogi** and **Leonardo Ambrosi**, on the drums of satellite image processing is **Lorenza Panunzi**, on the sax of environmental effect interpretation is **Stefano Lo Presti**, and on the bass of the business model are **Matteo De Sanctis** and **Massimo Penza**.



## 4 Vision

I creatori di Centrale Valutativa vogliono generare valore salvaguardando un bene comune – l’acqua – e quindi supportando nelle loro decisioni gli agricoltori, i privati e i consorzi, che gestiscono le risorse idriche. Ciò è possibile rendendo accessibile e immediato un “consiglio” irriguo attraverso l’utilizzo di big data provenienti da fonti diverse (soil data, satellite data, climate data). Il gruppo di lavoro si pone l’obiettivo di creare un’applicazione in grado di fornire all’utente un’indicazione di quando e dove irrigare e con che volumi di acqua. Tethys (Teti), il nome del prodotto, nella mitologia greca era la madre dei fiumi.

## 5 Modello di business Mercato Prospettive di crescita Funding

I clienti di riferimento sono le aziende agricole di medie e grandi dimensioni, i consorzi di bonifica e i golf club. Il target potenziale nel solo mercato italiano è costituito da circa 102 consorzi, 1.400 aziende agricole e 98 golf club. L’idea è modulare il servizio sulle 3 tipologie di clientela, creando prodotti tarati sulle rispettive esigenze. Nei prossimi anni la tariffazione dell’acqua a fini irrigui incrementerà i costi sostenuti dagli utenti finali e renderà sempre più necessaria l’adozione di sistemi innovativi per la razionalizzazione dei consumi. Da agosto 2016, Centrale Valutativa è stata selezionata dall’Agenzia Spaziale Europea ed è beneficiaria di un voucher pari a 15.000 euro per la pre-incubazione dell’idea progettuale. In caso di passaggio alla successiva fase di incubazione, avrà a disposizione ulteriori 50.000 euro per lo sviluppo del prototipo.

## 6 Next step

Il prossimo anno, da maggio a settembre, si svolgerà la fase di test del prototipo direttamente nei campi coltivati. La fase sperimentale dovrebbe chiudersi entro dicembre del 2017. La prima linea di produzione sarà quella dedicata ai Consorzi.

## 4 Vision

The creators of Centrale Valutativa wanted to generate value, safeguarding a common asset - water - and thus supporting farmers, individuals and consortiums who manage water resources, in their decisions. This is possible by making irrigation “advice” accessible and immediate through the use of big data coming from several sources (soil data, satellite data, climate data). The work group sets itself the goal of creating an application that allows the user to have an indication of when and where to irrigate and with how much water. Tethys, the name of the project was a goddess, mother of rivers in Greek mythology.

## 5 Business model Market Growth prospects Funding

Reference clients are medium and large scale farms, land reclamation consortiums and golf clubs. The potential target in the Italian market alone is about 102 consortiums, 1,400 farms and 98 golf clubs. The idea is to modulate the service on the 3 type of clients, created products that are gauged to their respective needs. In future years, water pricing for irrigation purposes will increase the costs incurred by final users and it will make increasingly necessary to adopt innovative systems for the rationalisation of consumption. In August 2016, Centrale Valutativa was chosen by the European Space Agency and is the beneficiary of a 15,000 Euro voucher for the pre-incubation of the project idea. If the project then moves on to the next incubation phase, it will receive a further 50,000 Euro for the development of the prototype.

## 6 Next steps

Next year, from May to September, the prototype will be tested directly in cultivated fields. The experimental phase will end by December 2017. The first production line will be dedicated to the Consortiums.

## 7 Esperienze, relazioni e progetti nazionali e internazionali

Centrale Valutativa sta lavorando con ESA per l'individuazione e il superamento delle difficoltà tecniche legate all'utilizzo delle immagini satellitari e sta collaborando con l'Università di Padova per la messa a punto del modello interpretativo dei dati. La startup ha anche stabilito contatti per acquisire informazioni utili a mettere a fuoco le esigenze dei clienti e a quantificare il prezzo del servizio offerto. I due Consorzi di bonifica, le 15 aziende agricole e i 2 golf club interessati, hanno anche manifestato la loro disponibilità per la fase di test in campo.

## 8 Hashtag

#agrifood #precisionfarming #savingwater #resilience  
#climatechange #earthobservation

## 7 Experience, relations and national and international projects

Centrale Valutativa is working with ESA to identify and overcome technical difficulties linked to the use of satellite images and it is collaborating with the University of Padua to refine the data interpretation model. The startup has also established contacts for acquiring information that can be useful for focusing clients' needs and to quantify the price of the service offered. The 2 land reclamation consortia, 15 farms and 2 golf clubs interested have also expressed their availability for the in-field test phase.

## 8 Hashtags

#agrifood #precisionfarming #savingwater #resilience  
#climatechange #earthobservation

# STAMPLAY

## 1 La startup

Stamplay è il Lego delle API, una piattaforma di sviluppo low-code che aiuta le aziende a sviluppare servizi e automatizzare processi integrando API interne e pubbliche con una semplice interfaccia grafica.

## 2 Il problema | la soluzione

Negli ultimi 8 anni il numero di applicazioni SAAS è esploso creando una nuova ondata di innovazione nel mondo del software e delle API che, in questo scenario, forniscono un tessuto connettivo fondamentale e di sempre maggiore importanza.

Oggi il numero medio di servizi SAAS utilizzati nelle organizzazioni è pari a 20 ed è in continua crescita. La tecnologia è presente in ogni dipartimento aziendale e, mai come oggi, utenti senza competenze tecniche specifiche hanno la capacità e il desiderio di fare le proprie scelte IT.

Per permettere ai dipartimenti di comunicare, condividere informazioni e cooperare nei processi, tutti questi strumenti devono essere collegati via API. Tipicamente, una business unit dovrebbe inoltrare una richiesta di integrazione o sviluppo al dipartimento IT dell'azienda e aspettare settimane o mesi prima di poterla usare.

Stamplay risolve questo problema, permettendo di integrare facilmente i servizi con una interfaccia grafica che consente anche a un non-developer di creare delle nuove soluzioni e di agire in self-service.

I vantaggi di questo approccio sono molteplici, come il permettere all'IT di concentrarsi sui sistemi critici per il business, il consentire alle linee di business di agire autonomamente e automatizzare il lavoro manuale o, ancora, il ridurre i rischi della crescita della così detta "Sha-

## 1 The startup

Stamplay is the Lego of APIs, a low-code development platform that helps companies to develop services and automate processes by integrating internal and public API using a simple graphic interface.

## 2 The problem | the solution

In the last 8 years the number of SAAS applications has exploded, creating a new wave of innovation in the software and API world, that in this scenario provide essential connective tissue which is increasingly important.

Today, there is an average of 20 SAAS services used in organisations and is continuing to grow. Technology is present in each company department and users with no technical skills have the ability and desire to make their own IT choices as never before.

To allow departments to communicate, share information and cooperate in processes, all these tools must be connected via API. Typically, a business unit should send an integration or development request to the IT department of the company and wait weeks or months before being able to use it.

Stamplay solves this problem by allowing services to be integrated easily with a graphic interface that allows a non-developer to create new solutions and act alone.

There are several advantages to this approach, such as allowing IT to concentrate on business-critical systems, allowing business lines to act autonomously and automate manual work, or reducing the risks of growth of the so-called "Shadow IT" (solutions not officially approved by IT but adopted by business lines to meet their own needs).

dow IT" (soluzioni non ufficialmente approvate dall'IT ma adottate dalle linee di business per soddisfare le proprie necessità in autonomia).

### 3 Founder

**Giuliano Iacobelli** è il CEO e Co-founder di Stamplay, un ingegnere informatico con la passione per sviluppo e gestione di progetti software. Prima di concentrarsi su Stamplay ha lavorato in IBM, Huawei e Linkem.

**Nicola Mattina** è appassionato di trasformazione digitale, Open Innovation, startup community e tutte le tecniche per inventare nuovi prodotti e nuovi modelli di business. Negli ultimi 20 anni, ha lavorato principalmente come consulente di comunicazione e di management, aiutando le organizzazioni complesse a capire e adottare la trasformazione digitale. Nel 2013, ha co-fondato e investito in Stamplay. Attualmente, è partner di Digital Magics, il principale incubatore di imprese italiane.

### 4 Vision

Stiamo assistendo alla democratizzazione dell'IT e ormai abbiamo superato il punto di non ritorno. Le linee di business vogliono la flessibilità e la capacità di adottare soluzioni più efficienti che i servizi in cloud possono offrire. Il numero di persone in grado di programmare crescerà esponenzialmente nei prossimi 5 anni grazie a piattaforme come Stamplay. Programmare, non scrivere codice.

Il risultato del progresso della tecnologia è da sempre quello di trasformare i mercati e di diventare accessibile a un'audience più ampia. Scrivere codice per realizzare un programma rappresenta un enorme collo di bottiglia ed è uno dei pochi aspetti della tecnologia che non ha ancora seguito questo trend. Stamplay risolve questo problema.

### 3 Founders

**Giuliano Iacobelli** is the CEO and Co-founder of Stamplay, an IT engineer with a passion for the development and management of software projects. Before concentrating on Stamplay he worked at IBM, Huawei and Linkem.

**Nicola Mattina** is a fan of digital transformation, Open Innovation, startup communities and all techniques for inventing new products and new business models. In the last 20 years he has mainly worked as a communication and management consultant, helping complex organisations to understand and adopt digital transformation. In 2013, he co-founded and invested in Stamplay. Currently, he is a partner in Digital Magics, the principal incubator of Italian enterprise.

### 4 Vision

We are witnessing the democratisation of IT and have now gone beyond the point of no return. Business lines want flexibility and capacity to adopt more efficient services that in-cloud-services can offer. The number of people able to program will grow exponentially in the next 5 years thanks to platforms such as Stamplay. Program, not write code.

The result of technology progress has always been that of transforming markets and becoming accessible to a broader audience. Writing code to create a programme is an enormous bottleneck and is one of the few aspects of technology that has not yet followed this trend. Stamplay solves this problem.

## 5 Modello di business Mercato Prospettive di crescita Funding

All'inizio del suo percorso Stamplay si è concentrata sullo sviluppo di una prima versione del prodotto, indirizzato alla community dei developer che volevano sviluppare più facilmente le loro app, integrando servizi.

Questo ha permesso a Stamplay di modellare il prodotto e guadagnare una prima visibilità. Poi, nel corso dell'ultimo anno, Iacobelli e i suoi hanno gradualmente cambiato il focus sul tipo di cliente a cui volevano rivolgersi, andando verso aziende di livello enterprise dove la necessità di integrare sistemi diversi è molto alta.

A oggi, Stamplay ha raccolto 800.000 dollari di investimento; è entrata a far parte di 500Startups - uno dei principali acceleratori della Silicon Valley - e ha avviato collaborazioni con VISA, Box e Cisco.

## 6 Next step

L'obiettivo è riuscire a guadagnare traction con clienti enterprise, dimostrare la replicabilità di questo modello per poi raccogliere un round istituzionale con VC americani e accelerare la crescita.

## 7 Esperienze, relazioni e progetti nazionali e internazionali

Stamplay nasce dal primo giorno come una realtà internazionale come conferma la costituzione della società a Londra. Consapevoli che sarebbe stato difficile trovare know-how e capitali per questo tipo di impresa in Italia, Iacobelli e Mattina hanno iniziato il loro percorso entrando nel programma di selezione di Seedcamp. «Confrontarsi con altre startup in una piazza come quella di Londra ti spinge fuori dalla tua comfort zone e ti apre gli occhi su quanto davvero si può pensare in grande un progetto di impresa», ha spiegato Iacobelli.

## 5 Business model Market Growth prospects Funding

At the start, Stamplay concentrated on the development of an initial version of the product, aimed at the community of developers that wants to develop their apps by integrating services more easily.

This allowed Stamplay to model the product and earn initial visibility. Then, over the past year, Iacobelli and his workers have gradually changed focus on the type of client they are targeting, moving towards enterprise-level companies where there is a high need to integrate different systems.

To date, Stamplay has collected 800,000 dollars in investments, has become a part of 500Startups - one of the main accelerators in Silicon Valley - and has started up collaborations with VISA, Box and Cisco.

## 6 Next steps

The goal is to gain traction with enterprise clients, prove replicability of this model and then collect an institutional round with American VCs and accelerate growth.

## 7 Experience, relations and national and international projects

Stamplay was an international reality from day one, and as confirmation thereof, the company was established in London. Aware that it would be difficult to find the know-how and capital for this type of enterprise in Italy, Iacobelli and Mattina began their path by entering the Seedcamp selection programme. «Measuring yourself with other startups in a market like London makes you leave your comfort zone and open your eyes to how big you can really think for an enterprise project», Iacobelli explains.

Dopo aver completato il programma di accelerazione e aver raccolto i primi finanziamenti da privati, l'evoluzione di Stamplay ha spinto il suo CEO a spostarsi nuovamente, questa volta a San Francisco.

In questo modo è stato possibile iniziare a costruire la propria presenza in Silicon Valley, da dove sono stati avviati promettenti progetti pilota con VISA e partnership con Cisco e Box.

## 8 Hashtag

#lowcode #codefree #appdev #apis #api

After completing the acceleration programme and collecting initial funding from individuals, the evolution of Stamplay drove the CEO to move again, this time to San Francisco.

In this way it was possible to start to build its presence in Silicon Valley, where promising pilot projects with VISA and promising partnerships with Cisco and Box have been started up.

## 8 Hashtags

#lowcode #codefree #appdev #apis #api

# STELLUP

## 1 La startup

Stellup è una piattaforma di raccolta fondi per istituzioni educative come scuole e università, disponibile tramite mobile app e via web

## 2 Il problema | la soluzione

Stellup nasce per sostenere scuole e università nella raccolta di donazioni. I sistemi attuali sono obsoleti e si basano nel migliore dei casi su pagine web farraginose o, peggio, su campagne telefoniche che richiedono pagamenti attraverso bonifici, assegni o donazioni in “cash”. Grazie a Stellup tutto questo viene estremamente semplificato e le scuole possono, per esempio, vendere agli ex alunni gadget in cambio di un contributo economico con cui alimentare qualsiasi progetto, dalle borse di studio alle ristrutturazioni di edifici, passando per la creazione di eventi.

Stellup si distingue dalle maggiori piattaforme di crowdfunding come Indiegogo o Kickstarter, per il suo focus sul mondo dell’insegnamento e perché offre un livello di personalizzazione molto ampio. In più, la piattaforma vanta un modulo per l’engagement, che permette alle istituzioni di creare gruppi di networking con i propri studenti ed ex-studenti, che così fanno rete tra loro e possono sostenere insieme campagne mirate.

## 3 Founder

I Fondatori di Stellup sono tre: c’è **Vincenzo Belpiede**, 32 anni, che svolge il ruolo di CEO. Vive negli USA, a San Francisco, da più di 7 anni. Ha lavorato per Microsoft e Nokia, dove ha gestito il lancio dell’app Social che è stata scaricata da oltre 50 milioni di persone in più di 100 nazioni. **Milos Pesic**, 27 anni, originario di Belgrado in Serbia, è invece il CTO. Milos lavora da oltre 6 anni come sviluppatore Android e ha alle spalle

## 1 The startup

Stellup is a platform for collecting funds for educational institutions such as schools and universities, available via mobile app and web.

## 2 The problem | the solution

Stellup was created to support schools and universities in collecting donations. Current systems are obsolete and are based on tricky web pages, in the best of cases, or worse, on telephone campaigns that require payments via bank transfer, cheques or cash donations. Thanks to Stellup, all this is now extremely simplified, and schools can sell gadgets to ex alumni, for example, in exchange for an economic donation that can be used to fund any project, from grants to renovation of buildings, or the creation of events.

Stellup is different from the larger crowdfunding platforms such as Indiegogo or Kickstarter, thanks to its focus on the world of teaching and because it offers a wider level of personalisation. Moreover, the platform boasts a module for engagement, that allows institutions to create networking groups with its own students and ex students, who create networks and can support targeted campaigns together.

## 3 Founders

There are 3 Founders of Stellup. **Vincenzo Belpiede**, 32 years old, is the CEO. He has lived in the USA, in San Francisco, for more than 7 years. He worked for Microsoft and Nokia, where he was in charge of the launch of the Social app that was downloaded by more than 50 million people in more than 100 countries. **Milos Pesic**, 27 years old, from Belgrade in Serbia, is the CTO. Milos worked for more than 6 years as an Android developer and also has experience as a start-

anche altre esperienze come Fondatore di startup. Infine c'è anche **Giuseppe Belpiede**, fratello di Vincenzo: 27 anni, svolge il ruolo di CMO. Vive tra Londra, San Francisco e Belgrado. Ha lavorato per più di 4 anni per Rocket Internet dove è stato Co-founder di hellofood, una azienda di consegne a domicilio di cibo in Sud America, cresciuta fino ad avere più 200 dipendenti e migliaia di ordini giornalieri.

#### 4 Vision

Connettere le istituzioni e i loro "alumni" e studenti per consentire la realizzazione del maggior numero di progetti possibile. Stellup punta inoltre a creare una piattaforma intelligente, dove le istituzioni possano automatizzare tutte le attività relative al fundraising e crowdfunding, includendo tra le funzioni la creazione automatica di materiale grafico, e-mail e push notification programmate.

#### 5 Modello di business Mercato Prospettive di crescita Funding

Il business model include una commissione, pari al 5% per ogni transazione, più un costo di "subscription" mensile che varia a seconda del livello di servizi e funzioni richiesti.

Il mercato delle donazioni scolastiche negli USA è molto grande e consolidato, consta un giro di affari pari a circa 37 miliardi di dollari e, a oggi, usa metodi e prassi di raccolta obsoleti, quindi c'è ampio margine per innovare.

Il mercato europeo non è grande come quello americano, ma è comunque molto promettente. Finora Stellup ha ottenuto funding per 280.000 dollari da diversi fondi in USA, Sud America, e Italia, dove ha incassato il sostegno di Marco Trombetti (Pi Campus), top angel investor.

up Founder. Lastly, there is also **Giuseppe Belpiede**, Vincenzo's brother: 27 years old, he is the company CMO. He lives in London, San Francisco and Belgrade. He worked for Rocket Internet for more than 4 years where he was the Co-founder of hellofood, a company that delivers food to homes in South America, which grew to have more than 200 employees and thousands of orders each day.

#### 4 Vision

Connecting institutions and their "alumni" and students to allow the creation of the largest number of projects possible. Stellup also aims to create an intelligent platform, where the institutions can automate all fundraising and crowdfunding activities, including the creation of graphic materials, emails and planned push notifications among the functions.

#### 5 Business model Market Growth prospects Funding

The business model includes a 5% commission for each transaction, plus a monthly subscription cost that varies depending on the level of services and functions requested.

The school donations market in the USA is a large, consolidated one, with a turnover of about 37 billion dollars and to date uses methods and practices that are obsolete. There is therefore a large margin for innovation.

The European market is not as large as the American one, but is extremely promising. So far, Stellup has obtained funding for 280,000 dollars from various funds in the USA, South America, and Italy, where it received support from Marco Trombetti (Pi Campus), top angel investor.



## 6 Next step

Stellup è l'unica piattaforma di raccolta fondi per scuole e università, quindi il prossimo passo è consolidare la propria presenza sui mercati di riferimento, in particolare negli Stati Uniti. Al momento sono in essere vari accordi strategici, tra cui il più rilevante è quello con l'International Baccalaureate, organizzazione internazionale che offre un diploma equivalente alla maturità italiana, riconosciuto in 80 paesi al mondo come valido per l'ammissione universitaria.

## 7 Esperienze, relazioni e progetti nazionali e internazionali

Stellup ha ottenuto accesso a due programmi di incubazione in Cile (Startup Chile) e Porto Rico (Parallel 18), ottenendo un totale di 80.000 dollari in finanziamenti. In entrambi i casi, l'azienda è stata selezionata tra oltre 2000 startup.

## 8 Hashtag

#crowdfunding #fundraising #education #giveback

## 6 Next steps

Stellup is the only platform for collecting funds for schools and universities, therefore the next step is to consolidate its presence in its reference markets, in particular in the United States. There are currently several strategic agreements, the most important one being with International Baccalaureate, the international organisation that offers a diploma equivalent to the Italian school-leavers certificate, recognised in 80 countries around the world as being valid for admission to university.

## 7 Experience, relations and national and international projects

Stellup has been granted access to 2 incubation programmes in Chile (Startup Chile) and Porto Rico (Parallel 18), obtaining a total of 80,000 dollars in funding. In both cases, the company was selected from more than 2000 startups.

## 8 Hashtags

#crowdfunding #fundraising #education #giveback

# TM Services

## 1 La startup

TM Services nasce con l'obiettivo di realizzare un modello virtuoso nell'ambito del governo della tecnologia in sanità, attraverso le potenzialità e l'innovazione tecnologica rese disponibili da una piattaforma software specifica, denominata "GAEM 2.0".

## 2 Il problema | la soluzione

Nelle strutture sanitarie sono presenti molteplici tipologie di apparecchiature elettromedicali e dispositivi medici, tutti caratterizzati da specifiche caratteristiche tecniche e necessità. Il loro uso è disciplinato da complesse normative, richiede competenze verticali e continuamente aggiornate, mentre la loro manutenzione spesso comporta alti costi e tempi lunghi di fermo macchina, con grandi sprechi di denaro pubblico e privato, creazione di lunghe liste di attesa e conseguente bassa qualità del servizio erogato. Un quadro sconcertante che può ripetersi in migliaia di strutture sanitarie pubbliche e private in Italia e nel mondo.

GAEM 2.0 è la piattaforma software cloud nata per gestire il ciclo di vita della tecnologia sanitaria, massimizzando l'efficienza e minimizzando i costi.

## 3 Founder

Dietro TM Services ci sono due ingegneri: **Riccardo Lilla** e **Samantha Capitanio**. **Riccardo** è un ingegnere informatico con esperienza decennale in sanità, in particolare negli ambiti della progettazione di soluzioni IT nell'ambito dei processi di Facility e Healthcare Asset Management; nell'implementazione di "Indicatori di qualità" da contratti; nella formazione del personale sanitario sull'utilizzo delle tecnologie informatiche.

**Samantha Capitanio** è specializzata nella progettazione di servizi di manutenzione per dispositivi medici e appa-

## 1 The startup

TM Services was created with the aim of realising a virtuous model for governance of technology in healthcare, through the potential and technological innovation made available by a specific software programme, named "GAEM 2.0".

## 2 The problem | the solution

There are many types of electromedical equipment and medical devices, all with specific technical characteristics and needs. Their use is governed by complex legislation, which requires vertical skills and which must be constantly updated, while maintenance is often expensive and causes them to be at a standstill for long times, causing great waste of public and private money, the creation of long waiting lists and consequently the low quality of services provided. A hardly comforting picture that can be repeated in thousands of public and private healthcare facilities in Italy and worldwide.

GAEM 2.0 is the software cloud platform created to manage the life cycle of healthcare technology, maximising efficiency and minimising costs.

## 3 Founders

There are 2 engineers behind TM Services: **Riccardo Lilla** and **Samantha Capitanio**. **Riccardo** is an IT engineer with a 10 years experience in healthcare, in particular in the design of IT solutions for Facility processes and Healthcare Asset Management; in implementing quality indicators for contracts and in training healthcare operators on the use of IT technology.

**Samantha Capitanio** is specialised in maintenance service design for medical devices and electromedical equipment; in optimising the technological pool of health centres; in planning and coordination of tech-

recchiature elettromedicali; nella valorizzazione del parco tecnologico di aziende sanitarie; in attività di pianificazione e coordinamento di personale tecnico su interventi di manutenzione correttiva, preventiva e verifiche di sicurezza elettrica. È inoltre competente su normative specifiche e nella gestione delle procedure ISO.

## 4 Vision

L'approccio semplificato e innovativo nella gestione della tecnologia sanitaria si basa sui 2 punti principali: l'estrema semplicità di utilizzo e l'estrema flessibilità. Per ottenere la prima, l'idea progettuale e la piattaforma nascono negli stessi ambienti in cui quest'ultima deve essere utilizzata.

La flessibilità si traduce invece nella facilità di personalizzazione, in costi e tempi implementativi molto ridotti, nell'autonomia del cliente sulla creazione di profili, cruscotti report, aggiunta campi e integrazioni con altri tools e software esistenti all'interno dell'organizzazione sanitaria.

## 5 Modello di business Mercato Prospettive di crescita Funding

Partiamo da alcuni numeri utili a definire dimensioni e segmentazione del mercato italiano in cui opera TM Services: nel paese si annoverano 1.165 strutture di assistenza ospedaliera, 9.635 strutture di assistenza specialistica ambulatoriale, circa 9.000 strutture di assistenza territoriale, circa 1000 strutture di assistenza riabilitativa e almeno 5.000 strutture dedicate ad altra assistenza. Se poi si considera anche il resto del mondo, solo in Messico, ad esempio, esistono oltre 5.600 grandi strutture sanitarie.

In questo contesto, l'intero mercato della sanità pubblica e privata può essere raggiunto attraverso la modalità di distribuzione in cloud dei servizi erogati dalla piattaforma GAEM 2.0. Il modello di business prevede la proposizione diretta ai clienti della PA e delle PMI, la partecipazione a gare pubbliche e private, l'acquisto diretto del servizio

nical staff for corrective, preventive maintenance and electrical safety checks. She is also an expert in specific legislation and in managing ISO procedures.

## 4 Vision

The simplified, innovative approach to the management of healthcare technology is based on 2 main points: extreme simplicity of use and extreme flexibility. To obtain the former, the project idea and the platform are created in the same environments in which the latter is to be used.

Flexibility translates into ease of personalisation, low costs and short implementation times, client autonomy in creating profiles, dashboards, reports, additional fields, integrations with other tools and existing software in the healthcare organisation.

## 5 Business model Market Growth prospects Funding

Let's start with some numbers that can be used to define size and segmentation in the Italian market that TM Services operates in: the country has 1,165 hospitals, 9,635 specialised outpatients' assistance facilities, about 9,000 territorial assistance centres, about 1,000 rehabilitation centres and at least 5,000 structures for other types of assistance. If we consider the rest of the world, in Mexico alone, for example, there are more than 5,600 large healthcare structures.

In this context, the entire public and private healthcare market can be reached via cloud distribution of the services provided by the GAEM 2.0 platform. The business model foresees the direct proposition to clients of the PA and SMEs, taking part in public and private calls for tender, the direct purchase of the service by a PA on the Public Administration Electronic Market (MEPA), the sale of cloud services to private healthcare operators. Potential buyers are technical directors, administration directors, clinical engineers, company managers, public and private facility supervisors. The potential partners are Global ser-

da parte di una PA sul Mercato Elettronico della Pubblica Amministrazione (MEPA), la vendita dei servizi in cloud agli operatori della sanità privata. I potenziali compratori sono i direttori tecnici, i direttori amministrativi, gli ingegneri clinici, i responsabili aziendali, i referenti di strutture pubbliche e private. I potenziali partner invece sono i Global Service, i produttori di tecnologia, i fornitori di servizi di manutenzione e logistica, le associazioni operanti in servizi assistenziali.

## 6 Next step

I prossimi passi evolutivi del progetto GAEM 2.0 prevedono la progettazione di una app multiplatforma (Android, iOS, Windows) per la gestione offline di tutte le attività manutentive, quindi l'implementazione di connettori verso sistemi GIS e CAD. Si continua con l'aggiunta di connettori per sistemi ERP commerciali e altre architetture di tipo open, con l'integrazione con sistemi di monitoraggio dell'infrastruttura IT e l'integrazione con sensori e altre tecnologie in grado di creare le basi per l'IoT. Tutte le implementazioni previste a partire dalla piattaforma base esistente, mirano a creare indipendenza dagli strumenti utilizzati nell'operatività quotidiana, secondo una vision aziendale orientata a realizzare concretamente un "internet delle cose" utile al mondo della sanità.

## 7 Esperienze, relazioni e progetti nazionali e internazionali

A un anno dalla nascita, TM Services è già operativa in grandi aziende sanitarie ed è impegnata in progetti di ricerca con importanti organismi di ricerca. Nelle strutture in cui vengono utilizzati la piattaforma e i servizi proposti da TM Services, sono già evidenti i benefici dovuti alla gestione efficiente del ciclo di vita della tecnologia.

## 8 Hashtag

#tmservices #manutenzione

#healthcare\_asset\_management

#tecnologia\_sanitaria #telemedicina; #hta

vices, the producers of technology, providers of maintenance and logistics services, and associations operating in assistance services.

## 6 Next steps

The next steps of evolution of the GAEM 2.0 project foresees the design of a multi-platform app (Android, iOS, Windows) for the offline management of all maintenance activities, therefore the implementation of connects to GIS and CAD systems. Connectors for commercial ERP systems and other open architectures will be next, with integration with IT infrastructure monitoring system and integration with sensors and other technologies that can create the basis for the IoT. All implementations planned, including the existing base platform, aim to create independence from the tools used in daily operations, according to a company vision aimed at creating a tangible "internet of things" that can be used in the healthcare world.

## 7 Experience, relations and national and international projects

A year after its creation, TM Services is already operational in large health centres and is working on projects with important research bodies. The benefits from the efficient management of technology life cycles are clear in all structures that already use the platform and services offered by TM Services.

## 8 Hashtags

#tmservices #maintenance

#healthcare\_asset\_management

#healthcare\_technology #telemedicine #hta

# WANDERIO

## 1 La startup

Wanderio è una piattaforma online nata nel 2013 che consente di confrontare e prenotare contemporaneamente voli, treni, bus e servizi di collegamento ad aeroporti e stazioni, creando automaticamente l'itinerario più breve, semplice ed economico con cui l'utente possa arrivare alla sua destinazione.

## 2 Il problema | la soluzione

Il mercato dei viaggi si evolve velocemente: oggi in Europa oltre il trasporto aereo ci sono anche altre soluzioni altrettanto valide, come ad esempio i treni ad alta velocità o i bus a lunga percorrenza. C'è un'offerta sempre più strutturata e differenziata che proprio per questo risulta sempre più difficile da fruire per l'utente.

Wanderio nasce nel 2013 con lo scopo di rendere più semplice la vita dei viaggiatori. Un obiettivo ambizioso che raggiunge consentendo di scegliere tra più alternative per spostarsi da un punto all'altro, declinate per prezzo e per durata del viaggio. Grazie a Wanderio, i clienti possono mettere a confronto le diverse offerte e prenotare voli, treni, bus a lunga percorrenza, transfer aeroportuali rimanendo sempre nello stesso sito. Con più di un milione di viaggi pianificati fino a oggi, il servizio copre già 4.000 stazioni ferroviarie, oltre 700 aeroporti e 500 destinazioni europee di bus.

## 3 Founder

Wanderio è stato creato da **Matteo Colò, Disheng Qiu e Luca Rossi**. **Matteo** ha 28 anni, svolge il ruolo di CEO, e ha una laurea in Management conseguita all'Università Commerciale Luigi Bocconi di Milano. **Disheng Qiu**, nato in Cina ma cresciuto in Italia, ha 30 anni, un dottorato in Computer Science e per Wande-

## 1 The startup

Wanderio is an online platform founded in 2013 that compares and books flights, trains, buses and shuttle services to airports and stations all at the same time, automatically creating the shortest, most simple and cheapest itinerary with which the user can reach his/her destination.

## 2 The problem | the solution

The travel market is evolving rapidly: today in Europe, there are other solutions just as valid as airplanes, such as high speed trains or long-distance buses, for example. There is an increasingly structured, differentiated offer which is becoming more difficult to use.

Wanderio was created in 2013 with the aim of making travellers' lives more simple. An ambitious goal to reach by allowing a choice of several alternatives for moving from one point to another, shown by price and duration of the trip.

Thanks to Wanderio, clients can compare the various offers and book flights, trains, long-distance buses, airport transfers, all while remaining on the same website. With more than one million trips planned to date, the service already covers 4,000 train stations, more than 700 airports and 500 European bus destination.

## 3 Founders

Wanderio was created by **Matteo Colò, Disheng Qiu and Luca Rossi**. **Matteo** is 28 years old, is the CEO, and has a degree in Management from the Luigi Bocconi Commercial University in Milan. **Disheng Qiu**, was born in China but grew up in Italy, is 30 years old with a PhD in Computer Science and is the Lead Engineer for Wanderio. Lastly, there is the CTO **Luca**

rio è il Lead Engineer. Infine c'è il CTO **Luca Rossi**, 28 anni, ingegnere informatico. I tre hanno fondato Wanderio mentre ancora frequentavano l'università.

## 4 Vision

La mission è riuscire a portare le persone ovunque vogliono andare. In un mondo dove la tecnologia sta cambiando radicalmente il modo di viaggiare e quindi di scoprire il mondo, Wanderio vuole consentire agli utenti di prenotare il viaggio verso ogni destinazione usando le compagnie e i servizi più utilizzati in ciascun contesto.

Prima c'era l'agenzia di viaggi, dove si andava per chiedere informazioni e farsi guidare nell'organizzare di ogni dettaglio di un viaggio. Ora i creatori di Wanderio vogliono portare quell'esperienza nella tasca di ogni utente, nel suo smartphone, semplificandola al massimo.

## 5 Modello di business Mercato Prospettive di crescita Funding

Il modello di Business di Wanderio coincide con quello di un'agenzia viaggi tradizionale e si basa quindi sul revenue sharing: le diverse compagnie di trasporti incluse dal motore di ricerca riconoscono alla startup una commissione – che va dal 5 al 15% a seconda dei mezzi di trasporto – per ogni itinerario prenotato. I player del mercato accolgono di buon grado la collaborazione di Wanderio – spiega il CEO Matteo Colò – perché esso non solo rappresenta un nuovo e ulteriore canale di vendita, ma anche e soprattutto la possibilità di ampliare la propria clientela raggiungendo utenti nuovi.

Per quanto riguarda il funding, lungo il suo percorso l'azienda ha raccolto in totale 3 round di finanziamento: i primi 2 sono seed per un totale di 500.000 euro, mentre l'ultimo è un round A conseguito nell'estate 2016 e il cui valore non è stato reso noto. Cosa interessante, tra i finanziatori figura la società di noleggio auto francese Europcar, che quindi si configura come un partner industriale più che come un semplice socio, aprendo interessanti prospettive per la startup italiana.

**Rossi**, 28 years old, an IT engineer. The three founded Wanderio while they were still at university.

## 4 Vision

The mission is managing to take people anywhere they want to go. In a world where technology is radically changing the way of travelling and therefore of discovering the world, Wanderio wants to allow users to book their trips to any destination, with the companies and the services that are most commonly used in each context.

Previously there were travel agencies where one could go to ask for information and be guided in the organisation of every detail of a trip. Now the creators of Wanderio want to bring this experience to each person's pocket, on his/her smartphone, while simplifying it as much as possible.

## 5 Business model Market Growth prospects Funding

The business model of Wanderio is that of a traditional travel agency and is therefore based on revenue sharing: different transport companies included by the search engine recognise a commission to the startup - from 5 to 15% depending on the type of transport - for each booked itinerary. The market players welcome Wanderio's collaboration - says the CEO Matteo Colò - as it is not only a new, further sales channel, but, also and above all, the possibility of broadening their clientele by reaching new users. For funding, the company has collected a total of 3 funding rounds during its existence: the first 2 are seeds, totalling 500,000 Euro, while the last one is a round A awarded in the summer of 2016 for which the value is still unknown. One interesting thing: the French car hire company Europcar is among the funders, which is therefore more an industrial partner than a simple partner, opening up interesting prospects for the Italian startup.

## 6 Next step

Crescere tramite espansione del servizio a livello internazionale, consolidare la presenza in Europa, e diventare per tutti gli utenti del Vecchio Continente il modo più semplice, conveniente e veloce di spostarsi da un luogo all'altro.

## 7 Esperienze, relazioni e progetti nazionali e internazionali

Wanderio ha stabilito accordi con diversi player del settore trasporti in tutto il mondo. In Europa, ad esempio, lavora con la maggior parte delle aziende impegnate nel trasporto con bus, mentre per quanto riguarda il trasporto aereo, la presenza è distribuita in tutto il globo e, in molti casi, include anche la possibilità di prenotare taxi, navette e bus per raggiungere centinaia di aerostazioni.

## 8 Hashtag

#trasporti #viaggio #convenienza

## 6 Next steps

Growth via the expansion of the service in the international markets, consolidating presence in Europe and becoming the most simple, worthwhile and quickest way to move from one place to another in Europe.

## 7 Experience, relations and national and international projects

Wanderio has set up agreements with several players in the transport sector worldwide. In Europe, for example, it works with most coach companies, while it has a worldwide presence in the air transport sectors and, in many cases, it also offers the possibility of booking taxis, shuttles and buses for reaching the airports.

## 8 Hashtags

#transport #travel #convenience



# WINEOWINE

## 1 La startup

wineOwine è un portale di e-commerce dedicato al vino specializzato in etichette di piccoli produttori. Un luogo digitale nato nel 2012 dove, prima ancora che per vendere, i produttori sono invitati a raccontare se stessi, la loro storia e quella del loro territorio, per consentire ai clienti di compiere un viaggio unico nell'Italia del vino.

## 2 Il problema | la soluzione

L'Italia è piena di piccole cantine che non riescono a uscire dai confini del proprio territorio perché non possono accedere ai canali di distribuzione tradizionale come enoteche e supermarket. Oppure perché non sono in grado di sfruttare le nuove tecnologie.

wineOwine risolve questo problema perché si pone come intermediario tra loro e il mondo, selezionando piccoli produttori di alta qualità per farli conoscere al grande pubblico. Il trucco è lavorare su poche etichette alla volta, accompagnando il consumatore alla scoperta di prodotti ogni volta nuovi.

Ogni vino proposto da wineOwine è accuratamente degustato "alla cieca" e selezionato da un team di enologi che danno un voto da uno a 5: i vini che raggiungono un punteggio uguale o superiore a 3,5 si guadagnano il diritto a essere messi in vendita per una settimana, dal lunedì alla domenica. In questa fase ricevono anche il rating dei clienti, che possono confermare o sconfessare quello degli enologi. I vini più "gettonati" entrano a far parte del catalogo wineOwine

## 3 Founder

I Founder di wineOwine sono **Federico De Cerchio**, che è anche il CEO dell'azienda, e **Eros Durante**, che svolge il ruolo di CTO.

**Federico** ha 28 anni ed è "figlio d'arte": è cresciuto nell'a-

## 1 The startup

wineOwine is an e-commerce website dedicated to wine, specialised in small producers' labels. A digital place created in 2012 where, even before selling, the producers are invited to tell their story and the story of their territory, to allow clients to go on a unique journey through Italy's wine.

## 2 The problem | the solution

Italy is filled with small vineyards that can't go beyond the boundaries of their own area as it is not possible for them to access traditional distribution channels such as wine stores and supermarkets. Or just because they cannot use new technologies.

wineOwine solves this problem as it acts as an intermediary between them and the world, selecting small, high quality producers to make them known to the general public. The trick is to work on a few labels at a time, accompanying the consumer on a constant discovery of new products.

Each wine proposed by wineOwine is accurately tasted "blind" and selected by a team of oenologists who give a mark from 1 to 5: the wines that achieve a score of 3.5 or more earn the right to be placed on sale for one week, from Monday to Sunday. During this phase, they also receive ratings from clients, that can confirm or contradict the experts' opinions. The "most popular" wines are then included in the wineOwine catalogue.

## 3 Founders

The Founders of wineOwine are **Federico De Cerchio**, who is also the CEO of the company, and **Eros Durante**, who acts as CTO.

**Federico** is 28 years old and is following in the family's footsteps: he has grown up in the family wine company



zienda vinicola di famiglia dove ha maturato esperienza nella produzione, distribuzione e comunicazione del vino su scala nazionale e internazionale. Si è diplomato come sommelier, ha conseguito la laurea triennale in economia aziendale a Padova e la specialistica in Business and Administration alla Karlstad Business School, in Svezia.

**Eros Durante** invece è ingegnere informatico con background nello sviluppo software, oltre che sommelier. Ha 31 anni, e già prima di fondare wineOwine si occupava di comunicazione online per le aziende vinicole.

#### 4 Vision

L'obiettivo di wineOwine è rendere il mondo del vino più democratico, maggiormente accessibile per coloro che non sono esperti e che, inevitabilmente, al supermercato non scelgono il vino più buono, ma solo quello comunicato meglio. Una missione resa possibile da Internet, attraverso cui è possibile sia diffondere a costi contenuti vini migliori e poco conosciuti, sia formare le persone affinché imparino ad apprezzarli.

#### 5 Modello di business Mercato Prospettive di crescita Funding

Nel corso della sua breve storia l'azienda ha raccolto complessivamente 1,2 milioni di euro di finanziamenti durante 3 diversi round. L'ultimo, in particolare, ammonta a 800.000 euro, è arrivato ad aprile 2016 e vede tra i finanziatori LVenture Group (che ha incubato la startup nel 2014), Pi Campus e diversi business angel. Oggi la startup conta su un team di 15 persone e serve una rete di oltre 200 aziende vinicole selezionate tra le eccellenze del settore da un team di enologi e sommelier. Il business model si basa sul margine che l'azienda fa sulle vendite e non prevede advertising.

#### 6 Next step

L'obiettivo è vendere anche sul mercato internazionale il vino di alta qualità prodotto dalle piccole cantine italiane.

where he has gained experience in production, distribution and communication of wine both nationally and internationally. He has qualified as a sommelier, completed a bachelor degree in corporate economics in Padua and a masters degree in Business and Administration at the Karlstad Business School, in Sweden.

**Eros Durante** is an IT engineer with a background in software development, as well as being a sommelier. He is 31 years old, and before founding wineOwine he worked in online communication for wine companies.

#### 4 Vision

wineOwine's goal is to make the world of wine more democratic, more accessible for those who aren't experts and who, inevitably, do not choose the best wine at the supermarket, but only the one marketed best. A mission made possible by Internet, through which it is possible to make available better, but little known wines at limited costs, and to train people so that they learn to appreciate them.

#### 5 Business model Market Growth prospects Funding

During its brief history, the company has gathered 1,2 million Euro overall in funding during 3 different rounds. The last one in particular, totalled 800,000 Euro, arrived in April 2016 and sees LVenture Group (which incubated the startup in 2014), Pi Campus and various business angels among the investors. Today the startup can count on a team of 15 people and serves a network of more than 200 wine companies selected among the excellences of the sector by a team of oenologists and sommeliers. The business model is based on the margin that the company makes on sales and does not provide for advertising.

#### 6 Next steps

The goal is to sell high quality wine made in small Italian vineyards also on the international market.

## 7 Esperienze, relazioni e progetti nazionali e internazionali

Attualmente, lo staff di wineOwine è impegnato a consolidare la propria presenza sul mercato italiano. Intanto però Federico De Cerchio lascia intendere che, nel prossimo futuro, l'azienda ha in serbo sorprese riguardanti il mercato internazionale.

## 8 Hashtag

#wow #vino #qualità

## 7 Experience, relations and national and international projects

Currently, the staff at wineOwine are busy consolidating their presence on the Italian market. In the meanwhile however, Federico De Cerchio hints that the company has surprises in store for the near future, regarding the international market.

## 8 Hashtags

#wow #wine #quality



[www.lazioinnova.it](http://www.lazioinnova.it)  
[www.lazioinnovatore.it](http://www.lazioinnovatore.it)